

BAB V

KESIMPULAN

V.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian untuk menganalisis hubungan antara sikap terhadap karakteristik jasa dengan kualitas keterhubungan serta pengaruhnya terhadap loyalitas, dengan menggunakan item-item penilaian dari konsumen bengkel motor AHASS 009 Jombor Yogyakarta dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dengan menggunakan alat analisis Mean Arithmetic dalam menganalisis sikap konsumen terhadap karakteristik jasa dan analisis tingkat kualitas keterhubungan konsumen pada bengkel motor AHASS 009 Jombor, dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh variabel yang terdapat pada sikap terhadap karakteristik jasa menunjukkan sikap yang baik dari konsumen. Hal tersebut terbukti dengan rata-rata dari sikap konsumen terhadap bukti fasilitas fisik (3,84), sikap konsumen terhadap karyawan (3,74), dan sikap konsumen terhadap proses penyajian jasa (3,72) berada pada interval kelas 3,50 - 4,20 yang termasuk dalam kategori baik, yang artinya konsumen dapat menerima segala kebijakan perusahaan terhadap bukti fasilitas fisik yang terdapat pada lingkungan perusahaan, kebijakan melalui karyawannya, dan kebijakan tahapan dalam proses penyajian jasanya. Begitu pula dengan rata-rata pada variabel-variabel dalam tingkat kualitas keterhubungan

konsumen yang tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari rata-rata seluruh variabel dari kualitas keterhubungan dimana rata-rata tingkat kepuasan konsumen (3,90), rata-rata tingkat kepercayaan konsumen (3,92), dan rata-rata tingkat komitmen konsumen (3,89) seluruhnya berada pada interval kelas 3,50–4,20 yang termasuk dalam kategori tinggi, yang artinya konsumen merasa puas akan karakteristik jasa yang dimiliki perusahaan, dan konsumen percaya bahwa perusahaan dapat meningkatkan karakteristik jasa yang dimilikinya, serta konsumen berkomitmen untuk memakai jasa dari perusahaan karena faktor karakteristik-karakteristik jasa yang terdapat pada perusahaan.

2. Hasil analisis mengenai signifikansi hubungan antara sikap konsumen terhadap karakteristik jasa dengan kualitas keterhubungan telah menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang signifikan, fakta ini sejalan dengan hipotesis dalam penelitian ini. Hasil koefisien korelasi menunjukkan angka yang positif dan tidak sama dengan nol (0) serta t hitung dari seluruh hubungan variabel-variabelnya memiliki angka lebih besar dari t tabelnya, artinya bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang signifikan dan cenderung kuat. Dimana, bila konsumen memiliki sikap yang dapat menerima segala kebijakan perusahaan terhadap karakteristik jasa dengan baik maka konsumen juga akan merasa puas, konsumen juga percaya, serta berkomitmen untuk mengikuti perkembangan kebijakan-kebijakan perusahaan yang baru mengenai karakteristik jasa yang dimiliki perusahaan.

3. Untuk analisis mengenai pengaruh pada loyalitas yang diakibatkan oleh sikap konsumen terhadap karakteristik jasa dengan memakai regresi dan uji t, dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen terhadap karakteristik jasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dimana koefisien regresi menunjukkan angka 0,593 yang artinya sikap konsumen terhadap karakteristik jasa memiliki pengaruh terhadap loyalitas sebesar 59,3%, t hasil dari ketiga variabel yaitu sikap terhadap bukti fasilitas fisik (2,906), sikap terhadap karyawan (5,255), dan sikap terhadap proses penyajian jasa (3,384) memiliki angka yang lebih besar dari t tabelnya (1,985). Begitu pula pengaruh terhadap loyalitas yang diakibatkan oleh tingkat kualitas keterhubungan juga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan. Dimana koefisien regresinya menunjukkan angka 0,527 yang artinya bahwa kepuasan, kepercayaan, dan komitmen konsumen memiliki pengaruh sebesar 52,7% terhadap loyalitas konsumen, t hasil dari ketiga variabel yaitu kepuasan konsumen (3,171), kepercayaan konsumen (3,923), dan komitmen konsumen (3,256) memiliki angka yang lebih besar dari t tabelnya (1,985). Kedua hasil analisis tersebut sangat sesuai dengan hipotesis dalam penelitian ini.

V.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dapat diambil dari beberapa tahap analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka ada beberapa masukan atau saran yang dapat disampaikan bagi dunia usaha secara umum dan secara khusus bagi berbagai pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

1. Hubungan yang terjadi antara sikap konsumen terhadap karakteristik jasa dengan kualitas keterhubungan jelas sekali memiliki hubungan yang kuat dan signifikan, dan pengaruh yang diakibatkan oleh kedua variabel tersebut terhadap loyalitas terbukti signifikan. Oleh karena itu untuk meningkatkan hubungan jangka panjang dengan para pelanggan yang dapat mendatangkan keuntungan jangka panjang, maka perusahaan dapat menggunakan atribut-atribut bukti fisik, karyawan, dan proses sebagai senjata dalam memenangkan para pelanggan yang loyal. Perusahaan dapat meningkatkan bukti fasilitas fisiknya, kinerja dan kemampuan karyawannya, serta proses penyajian jasa yang dimilikinya. Seperti yang terjadi pada sikap konsumen terhadap bukti fasilitas fisik, sikap terhadap karyawan, dan sikap terhadap proses penyajian jasa yang terdapat pada bengkel AHASS 009 Jombor. Sikap konsumen yang tergolong baik sejalan dengan tingkat kualitas keterhubungan yang tinggi pula dari konsumen dan itu sangat berpengaruh pada loyalitas konsumen pada bengkel motor AHASS 009 Jombor.
2. Untuk bengkel motor AHASS 009 Jombor
 - a. Meskipun hasil penelitian terhadap konsumen menunjukkan angka yang positif seperti sikap konsumen terhadap bukti fisik yang memiliki rata-rata 3,84 (termasuk baik) dan menunjukkan sikap yang lebih baik ketimbang dua sikap konsumen terhadap kedua variabel lainnya, hendaknya perusahaan dapat terus menjaga dan meningkatkan fasilitas fisik karena berhubungan sekali dengan tingkat kepercayaan konsumen yang tingkat koefisien hubungannya sebesar 0,534 (merupakan tingkat hubungan yang paling besar dibandingkan

dengan kepuasan dan komitmen konsumen). Itu artinya konsumen percaya akan kemampuan perusahaan untuk mengelola bukti fasilitas fisik yang dimilikinya dengan baik.

- b. Rata-rata sikap konsumen terhadap karyawan termasuk baik sebesar 3,74 tetapi perusahaan harus mampu meningkatkan kinerja karyawannya, karena kekuatan hubungan tingkat kepuasan, kepercayaan, dan komitmen konsumen akan karyawan bengkel AHASS 009 Jombor cenderung kuat. Dan hubungan antara sikap konsumen terhadap karyawan dengan kepercayaan konsumen memiliki koefisien korelasi yang kuat sebesar 0,803. Itu artinya konsumen sangat percaya dengan kinerja dan kemampuan karyawan. Bila perusahaan dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan kemampuan karyawannya, bisa dipastikan konsumen akan sulit untuk berpaling ke perusahaan lain.
- c. Rata-rata sikap konsumen terhadap proses juga termasuk baik sebesar 3,72 tetapi hendaknya perusahaan berusaha untuk meningkatkan proses penyajian jasanya karena dari data yang ada sikap konsumen terhadap proses penyajian jasa adalah yang paling rendah jika dibandingkan rata-rata sikap terhadap bukti fisik dan karyawan. Kebanyakan konsumen merasa kurang puas dengan lamanya waktu yang dibutuhkan untuk proses pelunasan tagihan serta proses pendaftaran kendaraan yang hendak diservis. Hal tersebut dikarenakan dari hasil penelitian tampak bahwa hubungan sikap terhadap proses penyajian jasa memiliki arah yang positif tetapi cenderung melemah dengan kepuasan konsumen yang sebesar 0,321 tetapi memiliki hubungan yang cenderung kuat

dengan komitmen konsumen yang koefisien korelasinya sebesar 0,724. Artinya jika ada peningkatan terhadap proses penyajian jasa dari perusahaan maka kepuasan konsumen dapat meningkat hanya saja peningkatan itu terjadi secara perlahan, tetapi peningkatan proses penyajian jasa yang dilakukan perusahaan tersebut dapat meningkatkan komitmen konsumen terhadap perusahaan karena perusahaan dinilai terus berupaya untuk memberikan yang terbaik bagi kepuasan konsumennya.

- d. Dikarenakan sikap konsumen terhadap karakteristik jasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen (dengan koefisien regresi sebesar 59,3%). Untuk itu bila perusahaan ingin mempertahankan konsumennya dalam usaha membina hubungan jangka panjang dengan konsumen, perusahaan dapat memakai strategi dengan cara meningkatkan fasilitas fisiknya, meningkatkan kemampuan dan kinerja karyawannya, serta meningkatkan proses penyajian jasanya. Begitu pula pada tingkat kualitas keterhubungan konsumen juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas. Terbukti dengan koefisien regresinya yang sebesar 52,7% menunjukkan kepuasan, kepercayaan, dan komitmen konsumen berpengaruh terhadap bertahannya konsumen untuk tetap menggunakan jasa perawatan dan perbaikan dari bengkel AHASS 009 Jombor. Untuk itu dikarenakan antara sikap terhadap karakteristik jasa dengan tingkat kualitas keterhubungan memiliki hubungan yang positif, maka perusahaan dapat menggunakan fasilitas fisik, karyawan, dan proses penyajian jasa yang dimilikinya sebagai

senjata dalam mengambil kebijakan-kebijakan yang digunakan sebagai alat dalam usaha membina hubungan dengan konsumennya dalam jangka waktu yang lama.

- e. Pada intinya dikarenakan antara sikap terhadap karakteristik jasa memiliki hubungan yang positif dengan kualitas keterhubungan maka jika ada penurunan dari atribut-atribut dalam karakteristik jasa yang dimiliki perusahaan itu akan membuat kepuasan, kepercayaan, dan komitmen konsumen pada perusahaan juga akan menurun dan itu sangat berpeluang untuk membuat konsumen-konsumen yang loyal berpindah ke bengkel lainya, dan dapat mendatangkan kerugian bagi perusahaan.

V.3. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan penelitian yang terjadi dan keterbatasan ini sangatlah perlu untuk menjadi perhatian dikemudian hari apabila akan dilakukan penelitian yang serupa. Keterbatasan penelitian tersebut adalah, meskipun secara pengertian teori antara komitmen konsumen dengan loyalitas konsumen yang digunakan dalam penelitian ini tidaklah sama atau berbeda, tetapi pada interpretasinya di dalam pertanyaan yang terdapat pada kuesioner yang telah disebarkan antara item pertanyaan mengenai komitmen konsumen dengan loyalitas sangat tipis perbedaannya hal tersebut dapat menimbulkan kebiasaan penilaian pada responden saat mengisi jawaban pertanyaan dalam kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, Basu Swastha (1999), *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol.14
- Garbarino, Ellen & Mark S. Johnson. (1999), *The Different Roles of Satisfaction, Trust and Commitment in Customer Relationships*. Journal of Marketing, Vol 63
- Hadi, Sutrisno (1973), *Cara Menghitung Validitas, Realibitas dan Analisis Item dan Teknik Korelasi*, Yogyakarta: Fak. Psikologi UGM.
- Jasfar, Farida (2002), *Kualitas Hubungan (Relationship Quality) Dalam Jasa Penjualan*, Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Vol. 02
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2001), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 8, Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Christopher (1991), *Services Marketing*. Englewood Cliffs, N.J. :Prentice-Hall, Inc.
- Moorman, Christine, Gerald Zaltman, and Rohit Deshpande (1992), *Relationships Between Providers and Users of Market Research: The Dynamics of Trust Within and Between Organizations*, Journal of Marketing, Vol. 29
- Santoso, Singgih dan Tjiptono, Fandy (2001), *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Tjiptono, Fandy (2001), *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yazid, Drs (2001), *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Zeithaml, Valerie A, and Bitner, Mary Jo. (1996), *Services Marketing*, Singapore: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Zulganef (2002), *Hubungan Antara Sikap Terhadap Bukti Fisik, Proses, Dan Karyawan Dengan Kualitas Keterhubungan, Serta Perannya Dalam Menimbulkan Niat Ulang Membeli dan Loyalitas*, Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Vol. 02

Lampiran 1. Surat permohonan pengisian kuesioner kepada responden

Yang terhormat

**Bpk/Ibu/Sdr/Sdri pengguna jasa bengkel AHASS Jombor
di tempat,**

Selamat siang, melalui surat ini, perkenalkan saya :

Nama : Marcellinus Adi L

NPM : 01 03 12796

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir mengenai sikap konsumen terhadap karakteristik jasa dan tingkat kualitas keterhubungan pada bengkel motor AHASS Jombor Yogyakarta.

Maka saya meminta kesediaan Bpk/Ibu/Sdr/Sdri pengguna jasa bengkel AHASS Jombor, untuk mengisi kuesioner yang telah disediakan. Penelitian ini semata-mata bertujuan dan bersifat keilmuan serta tidak dipergunakan untuk hal-hal yang merugikan.

Atas perhatian dan kerjasama yang Bpk/Ibu/Sdr/Sdri saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Marcellinus Adi L

Lampiran 2. Kuesioner

Pilihlah satu dari alternatif jawaban yang ada dengan memberi tanda silang (X) pada huruf yang ada di depan alternatif jawaban yang tersedia.

1. Jenis Kelamin :

- a) Pria
- b) Wanita

2. Usia :

- a) 16 thn – 25 thn
- b) 26 thn – 35 thn
- c) 36 thn – 45 thn
- d) \geq 46 thn

3. Pekerjaan :

- a) Pelajar / mahasiswa
- b) Pegawai negeri
- c) Pegawai swasta
- d) Wiraswasta
- e) Lainnya sebutkan.....

4. Apakah anda pernah menggunakan jasa bengkel ini minimal lima (5) kali, dalam kurun waktu satu setengah tahun terakhir?

- a) Ya
- b) Tidak

Kuesioner tentang sikap konsumen terhadap karakteristik jasa, tingkat kualitas keterhubungan, dan loyalitas

Petunjuk :

Pilihlah satu dari lima alternatif jawaban yang tersedia, dengan memberi tanda silang (X) pada kotak yang ada disamping setiap pertanyaan

STS : Sangat tidak setuju

TS : Tidak setuju

N : Biasa saja

S : Setuju

SS : Sangat setuju

Sikap konsumen terhadap BUKTI FASILITAS FISIK

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya menyukai taman yang terdapat di lingkungan bengkel ini					
2	Bentuk desain ruang tunggu di lingkungan bengkel membuat saya nyaman saat menunggu kendaraan saya diservis atau diperbaiki					
3	Bengkel ini memiliki fasilitas parkir yang teratur dan aman					
4	Tata letak bangunan memudahkan saya menemukan ruangan-ruangan yang berkaitan dengan urusan perawatan dan perbaikan kendaraan saya					
5	Sirkulasi udara dan cahaya yang keluar masuk ke dalam ruangan bengkel membuat saya nyaman berada di dalam bengkel					

Sikap konsumen terhadap KARYAWAN

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan bengkel ini berpenampilan bersih dan menarik					
2	Para karyawan selalu tersenyum saat melayani saya					
3	Para karyawan bengkel ini berbicara sopan dengan saya					
4	Saya tidak kesulitan untuk meminta waktu untuk berbicara dengan karyawan bengkel ini mengenai masalah yang dialami kendaraan saya					
5	Bila menemui kerusakan pada kendaran saya, karyawan bengkel ini mampu untuk memperbaikinya					

Sikap konsumen terhadap PROSES PENYAJIAN JASA

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya tidak mengalami kesulitan dalam mengikuti proses pelayanan perawatan dan perbaikan kendaraan saya mulai saat saya datang hingga selesai					
2	Saya akan langsung dilayani oleh karyawan begitu saya tiba di bengkel ini					

3	Saya tidak harus menunggu lama saat menyelesaikan tagihan perawatan atau perbaikan kendaraan saya					
4	Saya tidak kesulitan untuk menemui karyawan teknisi yang menangani kendaraan saya untuk mencari informasi lebih mengenai kendaraan saya					
5	Bila ada masalah yang ditemukan pada kendaraan saya, karyawan bengkel ini akan memanggil saya terlebih dahulu dan membicarakan masalah yang terdapat pada kendaraan saya					

KEPUASAN Konsumen

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Secara umum, saya puas dengan fasilitas fisik dibengkel ini					
2	Secara umum, saya puas dengan kinerja karyawan di bengkel ini					
3	Secara umum, saya puas dengan proses pelayanan di bengkel ini					

KEPERCAYAAN Konsumen

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya bahwa bengkel ini akan memelihara fasilitas fisik yang ada dengan baik					
2	Saya percaya bahwa bengkel ini akan terus meningkatkan kinerja karyawannya					
3	Saya percaya bahwa bengkel ini akan meningkatkan proses pelayanannya					

KOMITMEN Konsumen

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan terus memakai jasa bengkel ini karena bengkel ini memiliki fasilitas fisik yang baik					
2	Saya akan terus memakai jasa bengkel ini karena karyawan bengkel ini memiliki kinerja yang baik					
3	Saya akan terus memakai jasa bengkel ini karena proses pelayanannya yang baik					

LOYALITAS Konsumen

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan memakai jasa bengkel ini lagi saat periode servis berikutnya					
2	Saya akan merekomendasikan bengkel ini kepada relasi dan keluarga saya					
3	Saya lebih memilih memakai jasa bengkel ini daripada jasa bengkel lain yang sejenis (bengkel AHASS lainnya) untuk perawatan dan perbaikan kendaraan saya					

Lampiran 3. Data Primer

REKAPITULASI DATA 100 RESPONDEN BENGKEL AHASS 009 JOMBOR YOGYAKARTA

No	Sikap terhadap bukti fasilitas fisik						Sikap terhadap karyawan						Sikap terhadap proses penyajian jasa					
	SB1	SB2	SB3	SB4	SB5	Rata2 SB	SK1	SK2	SK3	SK4	SK5	Rata2 SK	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	Rata2 SP
1	4	4	4	4	3	3,80	4	3	2	2	3	2,80	3	4	2	4	4	3,40
2	5	4	4	3	4	4,00	5	4	4	3	4	4,00	4	4	3	3	5	3,80
3	3	4	5	4	3	3,80	4	3	4	4	4	3,80	5	3	2	3	5	3,60
4	4	4	5	5	4	4,40	5	5	4	5	5	4,80	5	4	5	4	5	4,60
5	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00
6	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	5	5	4,40	5	4	4	4	4	4,20
7	4	4	5	4	4	4,20	4	4	4	3	5	4,00	4	5	4	3	4	4,00
8	4	5	5	4	5	4,60	4	4	4	4	4	4,00	4	3	2	3	4	3,20
9	3	3	4	3	3	3,20	4	3	3	4	4	3,60	3	3	3	3	4	3,20
10	4	5	4	5	4	4,40	5	4	5	4	5	4,60	4	5	4	5	4	4,40
11	5	5	4	4	4	4,40	4	4	4	3	4	3,80	3	3	3	4	4	3,40
12	5	5	5	5	5	5,00	5	4	5	5	4	4,60	5	5	5	5	5	5,00
13	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	5	5	4	4	4	4,40
14	3	5	4	4	3	3,80	4	4	4	4	4	4,00	3	3	2	3	4	3,00
15	4	4	5	4	4	4,20	4	4	4	3	5	4,00	4	4	3	3	4	3,60
16	4	4	4	3	3	3,60	3	2	3	3	4	3,00	3	4	3	4	4	3,60
17	4	4	5	4	4	4,20	5	4	5	5	5	4,80	4	5	4	5	5	4,60
18	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00
19	3	4	4	5	3	3,80	4	4	4	4	5	4,20	4	3	2	1	5	3,00
20	5	4	5	5	4	4,60	5	4	4	4	4	4,20	5	4	4	3	4	4,00
21	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	3	3	4	3,60
22	3	5	5	5	5	4,60	5	5	5	4	5	4,80	5	4	4	3	4	4,00
23	5	5	5	5	5	5,00	4	5	5	4	4	4,40	4	5	4	4	4	4,20
24	5	3	4	4	3	3,80	5	4	5	5	5	4,80	5	5	2	4	5	4,20
25	5	4	5	3	4	4,20	4	4	4	3	5	4,00	4	5	3	3	5	4,00
26	3	3	3	3	3	3,00	4	3	4	3	4	3,60	4	4	4	3	4	3,80
27	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5,00
28	4	4	4	2	2	3,20	4	2	3	3	5	3,40	2	4	3	3	2	2,80
29	4	4	4	3	4	3,80	4	4	4	4	4	4,00	4	4	3	4	4	3,80
30	4	5	5	4	4	4,40	5	3	4	5	5	4,40	4	1	3	3	3	2,80
31	1	2	2	4	2	2,20	1	2	2	2	1	1,60	2	3	3	3	4	3,00
32	4	5	5	4	4	4,40	5	4	5	3	5	4,40	2	5	4	4	4	3,80
33	4	3	4	4	3	3,60	5	5	4	3	3	4,00	5	4	3	3	5	4,00
34	5	4	5	5	4	4,60	3	3	3	2	3	2,80	3	3	3	3	4	3,20

No	Sikap terhadap bukti fasilitas fisik						Sikap terhadap karyawan						Sikap terhadap proses penyajian jasa					
	SB1	SB2	SB3	SB4	SB5	Rata2 SB	SK1	SK2	SK3	SK4	SK5	Rata2 SK	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	Rata2 SP
35	5	5	5	5	4	4,80	4	4	5	3	3	3,80	4	4	2	2	4	3,20
36	3	3	2	3	2	2,60	3	3	4	3	4	3,40	4	4	3	4	4	3,80
37	3	2	2	5	3	3,00	4	2	5	2	5	3,60	5	5	3	3	4	4,00
38	4	3	3	3	2	3,00	4	2	2	2	4	2,80	3	4	2	3	5	3,40
39	4	5	5	4	3	4,20	5	4	4	3	4	4,00	4	5	3	5	5	4,40
40	4	4	4	4	3	3,80	3	4	4	3	4	3,60	4	4	3	3	3	3,40
41	5	5	5	5	4	4,80	4	4	5	3	4	4,00	5	4	3	5	3	4,00
42	3	3	3	3	2	2,80	4	4	5	4	5	4,40	4	4	3	4	4	3,80
43	4	4	4	3	3	3,60	4	4	4	3	5	4,00	5	5	2	3	3	3,60
44	4	3	4	3	3	3,40	3	4	3	4	4	3,60	3	3	2	3	4	3,00
45	4	2	4	3	3	3,20	3	4	4	3	3	3,40	2	3	2	3	2	2,40
46	3	3	3	2	2	2,60	2	1	2	1	2	1,60	4	4	3	3	4	3,60
47	4	4	3	4	3	3,60	4	5	5	4	4	4,40	4	4	3	4	4	3,80
48	4	2	4	3	3	3,20	4	3	4	3	4	3,60	2	3	2	3	3	2,60
49	4	4	5	5	5	4,60	3	4	4	4	5	4,00	3	3	2	4	5	3,40
50	4	5	4	5	3	4,20	3	4	4	4	5	4,00	4	4	2	5	4	3,80
51	4	3	5	3	3	3,60	3	4	4	2	3	3,20	3	3	3	3	3	3,00
52	4	4	5	5	3	4,20	3	4	4	3	4	3,60	3	4	2	5	3	3,40
53	4	5	4	5	3	4,20	4	4	4	4	5	4,20	5	5	2	5	5	4,40
54	5	5	5	5	4	4,80	5	4	5	4	5	4,60	4	4	3	4	4	3,80
55	4	5	4	4	3	4,00	4	4	4	3	4	3,80	4	4	3	4	3	3,60
56	4	5	4	5	3	4,20	3	4	4	4	5	4,00	4	4	3	3	3	3,40
57	5	5	4	4	5	4,60	5	5	4	4	4	4,40	5	5	4	5	4	4,60
58	5	5	4	5	4	4,60	4	4	5	3	5	4,20	4	4	3	2	4	3,40
59	5	3	5	5	3	4,20	3	3	3	3	3	3,00	5	5	3	3	4	4,00
60	4	3	4	3	3	3,40	3	4	4	4	5	4,00	4	4	3	5	5	4,20
61	4	4	5	5	3	4,20	4	4	4	3	4	3,80	4	5	4	5	5	4,60
62	4	5	5	4	4	4,40	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	3	5	4,20
63	4	4	5	5	3	4,20	4	4	5	3	4	4,00	4	5	3	5	5	4,40
64	4	3	5	5	3	4,00	3	3	3	1	3	2,60	4	4	2	4	3	3,40
65	4	5	3	4	3	3,80	4	5	5	3	5	4,40	4	5	3	4	5	4,20
66	5	5	5	5	4	4,80	4	4	5	3	4	4,00	5	4	3	5	3	4,00
67	3	3	3	3	2	2,80	4	4	5	4	5	4,40	4	4	3	4	4	3,80
68	4	4	4	3	3	3,60	4	4	4	3	5	4,00	5	5	2	3	3	3,60
69	4	3	4	3	3	3,40	3	2	3	1	4	2,60	3	3	2	3	4	3,00
70	4	4	4	4	3	3,80	3	4	4	3	3	3,40	2	3	2	3	2	2,40

No	Sikap terhadap bukti fasilitas fisik						Sikap terhadap karyawan						Sikap terhadap proses penyajian jasa					
	SB1	SB2	SB3	SB4	SB5	Rata2 SB	SK1	SK2	SK3	SK4	SK5	Rata2 SK	SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	Rata2 SP
71	2	1	3	2	1	1,80	2	1	2	1	2	1,60	2	2	1	3	3	2,20
72	4	4	3	4	3	3,60	4	5	5	4	4	4,40	5	5	4	5	5	4,80
73	4	2	4	3	3	3,20	4	3	4	3	4	3,60	4	3	5	5	5	4,40
74	4	4	4	4	3	3,80	3	4	4	4	5	4,00	3	3	2	4	5	3,40
75	4	5	4	5	3	4,20	3	4	4	4	5	4,00	4	4	2	5	4	3,80
76	4	5	4	4	3	4,00	3	3	3	2	3	2,80	4	3	3	3	3	3,20
77	3	2	3	4	2	2,80	4	4	4	3	4	3,80	4	4	3	3	4	3,60
78	4	4	3	5	3	3,80	2	2	3	3	2	2,40	1	2	1	2	2	1,60
79	4	4	4	3	3	3,60	3	4	3	4	3	3,40	4	5	3	5	5	4,40
80	5	5	5	5	4	4,80	2	2	4	2	3	2,60	5	5	3	4	5	4,40
81	3	4	4	5	2	3,60	3	4	4	4	4	3,80	3	4	2	3	4	3,20
82	3	4	4	4	2	3,40	3	2	3	2	3	2,60	4	3	4	3	3	3,40
83	4	4	4	4	3	3,80	4	4	3	4	4	3,80	3	5	4	5	5	4,40
84	3	3	4	4	2	3,20	4	3	4	4	4	3,80	3	4	3	5	4	3,80
85	4	4	4	5	3	4,00	3	5	5	3	4	4,00	3	5	2	3	5	3,60
86	4	5	5	4	4	4,40	4	4	4	3	4	3,80	4	5	4	5	5	4,60
87	4	4	4	4	3	3,80	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	3	5	4,20
88	4	4	5	5	3	4,20	4	4	5	3	4	4,00	5	5	3	5	5	4,60
89	4	3	3	4	3	3,40	3	3	3	2	3	2,80	5	5	3	3	5	4,20
90	3	4	5	5	2	3,80	4	3	4	3	4	3,60	5	4	3	4	4	4,00
91	4	4	3	3	3	3,40	4	3	3	4	4	3,60	5	4	4	3	4	4,00
92	3	4	5	5	2	3,80	4	3	3	4	4	3,60	5	4	4	3	4	4,00
93	3	3	4	5	2	3,40	3	4	3	4	3	3,40	3	4	3	3	4	3,40
94	4	4	3	3	3	3,40	3	4	4	2	3	3,20	5	4	3	3	4	3,80
95	3	4	4	5	2	3,60	3	5	5	4	4	4,20	4	4	4	5	5	4,40
96	3	3	3	4	2	3,00	3	3	3	3	3	3,00	4	4	3	3	4	3,60
97	3	5	5	4	2	3,80	3	4	4	2	5	3,60	4	3	3	2	3	3,00
98	3	3	4	3	2	3,00	3	4	3	2	3	3,00	2	2	2	2	3	2,20
99	4	5	4	4	3	4,00	3	4	3	2	4	3,20	4	3	3	3	3	3,20
100	3	2	3	4	2	2,80	4	4	4	3	4	3,80	4	4	3	3	4	3,60
	3,90	3,93	4,13	4,06	3,20	3,84	3,73	3,69	3,93	3,30	4,03	3,74	3,89	4,00	3,02	3,63	4,05	3,72

No	Kepuasan konsumen				Kepercayaan konsumen				Komitmen konsumen				Loyalitas konsumen			
	Kp1	Kp2	Kp3	Rata2 Kp	Ke1	Ke2	Ke3	Rata2 Ke	Ko1	Ko2	Ko3	Rata2 Ko	Lk1	Lk2	Lk3	Rata2 Lk
1	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	3	3	4	3,33
2	4	4	3	3,67	5	4	4	4,33	4	4	3	3,67	4	4	5	4,33
3	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	5	5	5,00	4	4	5	4,33
4	5	5	4	4,67	4	5	4	4,33	4	4	4	4,00	5	4	5	4,67
5	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
6	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00	5	5	5	5,00	5	4	5	4,67
7	5	5	4	4,67	5	4	4	4,33	5	4	4	4,33	5	5	5	5,00
8	5	5	4	4,67	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33	5	4	5	4,67
9	4	5	4	4,33	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
10	5	5	5	5,00	4	5	4	4,33	5	4	4	4,33	5	5	5	5,00
11	4	5	4	4,33	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
12	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	4	5	5	4,67	5	5	4	4,67
13	4	5	4	4,33	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
14	5	5	4	4,67	5	5	4	4,67	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00
15	5	5	4	4,67	5	4	4	4,33	5	4	4	4,33	5	4	4	4,33
16	4	5	4	4,33	4	3	3	3,33	3	4	4	3,67	3	3	3	3,00
17	4	5	3	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
18	4	5	4	4,33	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
19	5	5	4	4,67	5	5	5	5,00	5	4	3	4,00	4	3	4	3,67
20	5	5	4	4,67	4	5	5	4,67	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33
21	4	5	4	4,33	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
22	5	5	4	4,67	5	4	4	4,33	5	5	5	5,00	4	4	5	4,33
23	4	5	4	4,33	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
24	5	5	4	4,67	5	5	5	5,00	4	4	5	4,33	5	5	5	5,00
25	4	5	4	4,33	4	4	4	4,00	4	5	5	4,67	5	4	5	4,67
26	3	5	4	4,00	3	3	3	3,00	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00
27	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
28	3	5	4	4,00	4	3	4	3,67	4	3	4	3,67	3	4	3	3,33
29	4	5	4	4,33	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
30	5	5	4	4,67	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33
31	3	5	4	4,00	2	4	2	2,67	2	3	2	2,33	2	2	3	2,33
32	3	5	4	4,00	4	5	5	4,67	4	5	4	4,33	4	4	5	4,33
33	5	5	4	4,67	4	5	5	4,67	4	5	3	4,00	3	4	2	3,00
34	4	5	4	4,33	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	4	5	4	4,33

No	Kepuasan konsumen				Kepercayaan konsumen				Komitmen konsumen				Loyalitas konsumen			
	Kp1	Kp2	Kp3	Rata2 Kp	Ke1	Ke2	Ke3	Rata2 Ke	Ko1	Ko2	Ko3	Rata2 Ko	Lk1	Lk2	Lk3	Rata2 Lk
35	5	5	5	5,00	4	5	5	4,67	4	3	4	3,67	4	4	5	4,33
36	3	3	4	3,33	3	3	3	3,00	5	4	5	4,67	3	3	4	3,33
37	3	2	1	2,00	3	4	3	3,33	3	4	4	3,67	4	4	2	3,33
38	3	2	3	2,67	2	4	4	3,33	4	5	3	4,00	4	4	2	3,33
39	4	2	5	3,67	5	5	3	4,33	5	5	4	4,67	4	4	4	4,00
40	5	5	3	4,33	5	3	3	3,67	2	2	4	2,67	4	4	5	4,33
41	3	5	4	4,00	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	5	4	4	4,33
42	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33	5	4	4	4,33	5	4	4	4,33
43	4	4	4	4,00	5	5	4	4,67	3	4	3	3,33	3	4	5	4,00
44	2	3	3	2,67	4	4	3	3,67	4	4	3	3,67	3	4	3	3,33
45	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	2	2	2,33	4	3	3	3,33
46	2	2	1	1,67	1	2	3	2,00	3	4	4	3,67	2	3	3	2,67
47	4	5	4	4,33	5	4	4	4,33	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33
48	5	5	4	4,67	3	4	4	3,67	3	3	3	3,00	4	4	5	4,33
49	5	3	5	4,33	5	5	3	4,33	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33
50	4	5	3	4,00	5	5	3	4,33	4	3	3	3,33	4	4	5	4,33
51	4	4	4	4,00	5	5	4	4,67	4	5	4	4,33	4	3	5	4,00
52	3	3	3	3,00	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	4	4	5	4,33
53	4	4	4	4,00	5	5	4	4,67	3	4	5	4,00	3	4	5	4,00
54	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	4	5	4	4,33	4	4	5	4,33
55	2	3	3	2,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	4	4	5	4,33
56	5	5	5	5,00	5	5	4	4,67	5	3	4	4,00	4	4	5	4,33
57	5	4	4	4,33	5	4	5	4,67	5	4	5	4,67	5	5	5	5,00
58	4	3	5	4,00	5	5	4	4,67	5	4	4	4,33	4	5	5	4,67
59	4	4	4	4,00	4	3	3	3,33	5	4	3	4,00	5	4	4	4,33
60	4	4	3	3,67	5	5	3	4,33	4	5	4	4,33	4	4	5	4,33
61	3	5	5	4,33	4	4	4	4,00	5	4	5	4,67	5	5	5	5,00
62	5	4	5	4,67	4	4	4	4,00	3	4	5	4,00	5	5	5	5,00
63	5	3	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	5	5	5	5,00
64	4	2	4	3,33	3	3	3	3,00	4	4	3	3,67	3	3	3	3,00
65	3	5	4	4,00	5	4	5	4,67	4	4	3	3,67	5	5	5	5,00
66	3	5	4	4,00	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	5	4	4	4,33
67	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33	5	4	4	4,33	5	4	4	4,33
68	4	4	4	4,00	5	5	4	4,67	3	4	3	3,33	3	4	5	4,00
69	3	3	3	3,00	2	2	3	2,33	4	4	3	3,67	3	4	3	3,33
70	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	2	2	2,33	4	3	3	3,33

No	Kepuasan konsumen				Kepercayaan konsumen				Komitmen konsumen				Loyalitas konsumen			
	Kp1	Kp2	Kp3	Rata2 Kp	Ke1	Ke2	Ke3	Rata2 Ke	Ko1	Ko2	Ko3	Rata2 Ko	Lk1	Lk2	Lk3	Rata2 Lk
71	3	2	3	2,67	1	2	3	2,00	3	2	2	2,33	2	3	3	2,67
72	5	5	4	4,67	5	4	4	4,33	5	5	5	5,00	4	4	5	4,33
73	3	3	4	3,33	3	4	4	3,67	3	5	4	4,00	4	4	5	4,33
74	5	3	5	4,33	5	5	3	4,33	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33
75	4	5	3	4,00	5	5	3	4,33	4	3	3	3,33	4	4	5	4,33
76	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	3	4	4	3,67	3	3	3	3,00
77	5	4	3	4,00	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	4	5	3	4,00
78	4	3	3	3,33	3	2	2	2,33	1	2	2	1,67	3	2	3	2,67
79	4	4	5	4,33	3	3	3	3,00	5	4	4	4,33	4	5	3	4,00
80	3	5	4	4,00	4	4	5	4,33	4	5	5	4,67	4	4	4	4,00
81	4	4	4	4,00	4	3	3	3,33	2	4	3	3,00	4	3	5	4,00
82	3	5	4	4,00	3	3	3	3,00	3	4	4	3,67	3	3	3	3,00
83	2	5	3	3,33	3	4	4	3,67	5	3	3	3,67	4	5	3	4,00
84	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	3	4,00	4	5	3	4,00
85	2	1	4	2,33	5	4	3	4,00	3	3	3	3,00	3	4	4	3,67
86	4	5	4	4,33	4	4	4	4,00	5	4	5	4,67	5	5	5	5,00
87	5	5	4	4,67	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	5	5	5	5,00
88	4	5	4	4,33	5	4	4	4,33	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
89	5	5	3	4,33	3	2	3	2,67	3	5	5	4,33	4	4	4	4,00
90	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	4	5	5	4,67	4	3	5	4,00
91	3	5	3	3,67	3	4	4	3,67	3	5	4	4,00	4	5	3	4,00
92	5	4	4	4,33	3	4	4	3,67	3	5	5	4,33	4	4	4	4,00
93	1	2	2	1,67	3	3	3	3,00	3	3	4	3,33	3	3	3	3,00
94	4	3	4	3,67	3	3	3	3,00	3	5	5	4,33	3	3	3	3,00
95	5	4	4	4,33	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
96	5	3	3	3,67	3	3	3	3,00	3	4	4	3,67	3	3	3	3,00
97	3	4	2	3,00	5	3	3	3,67	3	2	2	2,33	3	3	3	3,00
98	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	2	3	2	2,33	3	4	2	3,00
99	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67	3	4	4	3,67	3	3	3	3,00
100	5	4	3	4,00	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	4	5	3	4,00
	3,97	4,15	3,81	3,98	4,01	3,97	3,78	3,92	3,81	4,00	3,86	3,89	3,95	3,94	4,11	4,00

Lampiran 4. Uji Validitas dan Realibitas

Hasil Uji Validitas Correlations

Correlations

		SB1	SB2	SB3	SB4	SB5	TOTSB
SB1	Pearson Correlation	1	.255	.315	.174	.462*	.589*
	Sig. (2-tailed)	.	.173	.090	.359	.010	.001
	N	30	30	30	30	30	30
SB2	Pearson Correlation	.255	1	.481**	.529**	.634**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.173	.	.007	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SB3	Pearson Correlation	.315	.481**	1	.493**	.605**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.090	.007	.	.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SB4	Pearson Correlation	.174	.529**	.493**	1	.612**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.359	.003	.006	.	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SB5	Pearson Correlation	.462*	.634**	.605**	.612**	1	.890**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	.	.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTSB	Pearson Correlation	.589**	.761**	.746**	.767**	.890**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

Correlations

		SK1	SK2	SK3	SK4	SK5	TOTSK
SK1	Pearson Correlation	1	.475**	.597**	.554**	.389*	.761*
	Sig. (2-tailed)	.	.008	.001	.001	.034	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SK2	Pearson Correlation	.475**	1	.690**	.431*	.246	.760*
	Sig. (2-tailed)	.008	.	.000	.017	.190	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SK3	Pearson Correlation	.597**	.690**	1	.633**	.460*	.888**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.	.000	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SK4	Pearson Correlation	.554**	.431*	.633**	1	.396*	.806**
	Sig. (2-tailed)	.001	.017	.000	.	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SK5	Pearson Correlation	.389*	.246	.460*	.396*	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.034	.190	.010	.030	.	.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTSK	Pearson Correlation	.761**	.760**	.888**	.806**	.616**	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).

Correlations

Correlations

		SP1	SP2	SP3	SP4	SP5	TOTSP
SP1	Pearson Correlation	1	.290	.439*	.198	.569**	.681*
	Sig. (2-tailed)	.	.120	.015	.295	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SP2	Pearson Correlation	.290	1	.490**	.530**	.342	.773*
	Sig. (2-tailed)	.120	.	.006	.003	.064	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SP3	Pearson Correlation	.439*	.490**	1	.553**	.101	.768*
	Sig. (2-tailed)	.015	.006	.	.002	.597	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SP4	Pearson Correlation	.198	.530**	.553**	1	.157	.719*
	Sig. (2-tailed)	.295	.003	.002	.	.407	.000
	N	30	30	30	30	30	30
SP5	Pearson Correlation	.569**	.342	.101	.157	1	.561*
	Sig. (2-tailed)	.001	.064	.597	.407	.	.001
	N	30	30	30	30	30	30
TOTSP	Pearson Correlation	.681**	.773**	.768**	.719**	.561**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

Correlations

		KP1	KP2	KP3	TOTKP
KP1	Pearson Correlation	1	.665**	.395*	.882**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.031	.000
	N	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.665**	1	.362*	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.049	.000
	N	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.395*	.362*	1	.677**
	Sig. (2-tailed)	.031	.049	.	.000
	N	30	30	30	30
TOTKP	Pearson Correlation	.882**	.852**	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

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

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

Correlations

Correlations

		KE1	KE2	KE3	TOTKE
KE1	Pearson Correlation	1	.571**	.634**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30
KE2	Pearson Correlation	.571**	1	.813**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.001	.	.000	.000
	N	30	30	30	30
KE3	Pearson Correlation	.634**	.813**	1	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	30	30	30	30
TOTKE	Pearson Correlation	.823**	.909**	.920**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

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

Correlations

Correlations

		KO1	KO2	KO3	TOTKO
KO1	Pearson Correlation	1	.483**	.367*	.762**
	Sig. (2-tailed)	.	.007	.046	.000
	N	30	30	30	30
KO2	Pearson Correlation	.483**	1	.717**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.007	.	.000	.000
	N	30	30	30	30
KO3	Pearson Correlation	.367*	.717**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.046	.000	.	.000
	N	30	30	30	30
TOTKO	Pearson Correlation	.762**	.875**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

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

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

Correlations

Correlations

		LK1	LK2	LK3	TOTLK
LK1	Pearson Correlation	1	.682**	.707**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
LK2	Pearson Correlation	.682**	1	.544**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.002	.000
	N	30	30	30	30
LK3	Pearson Correlation	.707**	.544**	1	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.	.000
	N	30	30	30	30
TOTLK	Pearson Correlation	.913**	.846**	.861**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

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

Hasil Uji Reliabilitas Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (SPLIT)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SB1	16.5667	5.2195	.3668	.8298
SB2	16.4333	4.8057	.6273	.7545
SB3	16.2333	5.0126	.6224	.7601
SB4	16.6333	4.3092	.5827	.7689
SB5	16.8000	3.8897	.7930	.6903

Reliability Coefficients

N of Cases =	30.0	N of Items =	5
Correlation between forms =	.6996	Equal-length Spearman-Brown =	.8233
Guttman Split-half =	.8233	Unequal-length Spearman-Brown =	.8283
3 Items in part 1		2 Items in part 2	
Alpha for part 1 =	.6047	Alpha for part 2 =	.7587

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (SPLIT)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SK1	16.2000	4.8552	.6494	.7847
SK2	16.6667	4.2989	.5866	.7979
SK3	16.4333	3.9782	.8034	.7281
SK4	16.6000	3.9724	.6421	.7832
SK5	16.1000	5.1966	.4512	.8287

Reliability Coefficients

N of Cases =	30.0	N of Items =	5
Correlation between forms =	.6428	Equal-length Spearman-Brown =	.7826
Guttman Split-half =	.7483	Unequal-length Spearman-Brown =	.7883
3 Items in part 1		2 Items in part 2	
Alpha for part 1 =	.8056	Alpha for part 2 =	.5431

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (SPLIT)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SP1	15.1333	6.1195	.4925	.7087
SP2	15.2000	5.3379	.5906	.6701
SP3	15.8333	5.3161	.5776	.6757
SP4	15.6333	5.7575	.5229	.6974
SP5	15.0000	6.8966	.3755	.7453

Reliability Coefficients

N of Cases =	30.0	N of Items =	5
Correlation between forms =	.6515	Equal-length Spearman-Brown =	.7890
Guttman Split-half =	.7182	Unequal-length Spearman-Brown =	.7946
3 Items in part 1		2 Items in part 2	
Alpha for part 1 -	.6740	Alpha for part 2 -	.2642

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (SPLIT)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KP1	8.2667	.6851	.6570	.5235
KP2	8.4667	.8092	.6402	.5455
KP3	8.6000	1.1448	.4156	.7952

Reliability Coefficients

N of Cases =	30.0	N of Items =	3
Correlation between forms =	.4156	Equal-length Spearman-Brown =	.5872
Guttman Split half -	.4579	Unequal-length Spearman-Brown -	.6074
2 Items in part 1		1 Items in part 2	
Alpha for part 1 -	.7952	Alpha for part 2 =	1.0000

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (SPLIT)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KE1	8.4000	1.2138	.6298	.8902
KE2	8.5000	.9483	.7636	.7758
KE3	8.5667	1.0816	.8227	.7226

Reliability Coefficients

N of Cases =	30.0	N of Items =	3
Correlation between forms =	.8227	Equal-length Spearman-Brown =	.9027
Guttman Split-half =	.7996	Unequal-length Spearman-Brown =	.9118
2 Items in part 1		1 Items in part 2	
Alpha for part 1 =	.7226	Alpha for part 2 =	1.0000

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (SPLIT)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KO1	8.3333	1.1954	.4545	.8308
KO2	8.3000	1.1138	.7236	.5366
KO3	8.3667	1.0678	.6121	.6459

Reliability Coefficients

N of Cases =	30.0	N of Items =	3
Correlation between forms =	.6121	Equal-length Spearman-Brown =	.7593
Guttman Split-half =	.7043	Unequal-length Spearman-Brown =	.7764
2 Items in part 1		1 Items in part 2	
Alpha for part 1 =	.6459	Alpha for part 2 =	1.0000

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (SPLIT)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
LK1	8.2667	1.3057	.7903	.7042
LK2	8.5333	1.4989	.6634	.8282
LK3	8.1333	1.4299	.6836	.8103

Reliability Coefficients

N of Cases =	30.0	N of Items =	3
Correlation between forms =	.6836	Equal-length Spearman-Brown =	.8121
Guttman Split-half =	.7332	Unequal-length Spearman-Brown =	.8268
2 Items in part 1		1 Items in part 2	
Alpha for part 1 =	.8103	Alpha for part 2 =	1.0000

Lampiran 5. Mean Arithmetic**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
SB1	100	3.90	.73168
SB2	100	3.93	.93479
SB3	100	4.13	.78695
SB4	100	4.06	.83871
SB5	100	3.20	.87617
Rata2 SB	100	3.84	.64107
SK1	100	3.73	.80221
SK2	100	3.69	.86100
SK3	100	3.93	.79462
SK4	100	3.30	.93744
SK5	100	4.03	.83430
Rata2 SK	100	3.74	.67263
SP1	100	3.89	.91998
SP2	100	4.00	.85280
SP3	100	3.02	.85257
SP4	100	3.63	.92829
SP5	100	4.05	.80873
Rata2 SP	100	3.72	.62931
Kp1	100	3.97	.91514
Kp2	100	3.91	.94383
Kp3	100	3.81	.76138
Rata2 Kp	100	3.90	.67418
Ke1	100	4.01	.90448
Ke2	100	3.97	.83430
Ke3	100	3.78	.70467
Rata2 Ke	100	3.92	.68865
Ko1	100	3.81	.90671
Ko2	100	4.00	.79137
Ko3	100	3.86	.84112
Rata2 Ko	100	3.89	.68846
Lk1	100	3.95	.75712
Lk2	100	3.94	.72223
Lk3	100	4.11	.91998
Rata2 Lk	100	4.00	.65461
Valid N (listwise)	100		

Lampiran 6. Korelasi

Correlations

		Sikap terhadap bukti fasilitas fisik	Sikap terhadap karyawan	Sikap terhadap proses penyajian jasa	Kepuasan konsumen	Kepercayaan konsumen	Komitmen konsumen
Sikap terhadap bukti fasilitas fisik	Pearson Correlation	1	.536*	.384*	.445*	.534*	.387*
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Sikap terhadap karyawan	Pearson Correlation	.536*	1	.526*	.474*	.803*	.483*
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Sikap terhadap proses penyajian jasa	Pearson Correlation	.384*	.526*	1	.321*	.423*	.724*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kepuasan konsumen	Pearson Correlation	.445*	.474*	.321*	1	.558*	.413*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kepercayaan konsumen	Pearson Correlation	.534*	.803*	.423*	.558*	1	.480*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Komitmen konsumen	Pearson Correlation	.387*	.483*	.724*	.413*	.480*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100	100	100

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

Koefisien Korelasi

	Kepuasan konsumen	Kepercayaan konsumen	Komitmen konsumen
Sikap terhadap bukti fasilitas fisik	0.445	0.534	0.387
Sikap terhadap karyawan	0.474	0.803	0.483
Sikap terhadap proses penyajian jasa	0.321	0.423	0.724

**

t hitung

	Kepuasan konsumen	Kepercayaan konsumen	Komitmen konsumen
Sikap terhadap bukti fasilitas fisik	4.917	6.254	4.150
Sikap terhadap karyawan	5.328	13.326	5.459
Sikap terhadap proses penyajian jasa	3.356	4.617	10.386

Lampiran 7. Regresi

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sikap terhadap proses penyajian jasa, Sikap terhadap bukti fasilitas fisik, Sikap terhadap karyawan ^a		Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 ^a	.593	.580	.42408

- a. Predictors: (Constant), Sikap terhadap proses penyajian jasa, Sikap terhadap bukti fasilitas fisik, Sikap terhadap karyawan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.157	3	8.386	46.628	.000 ^a
	Residual	17.265	96	.180		
	Total	42.423	99			

- a. Predictors: (Constant), Sikap terhadap proses penyajian jasa, Sikap terhadap bukti fasilitas fisik, Sikap terhadap karyawan
 b. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.482	.313		1.542	.126
	Sikap terhadap bukti fasilitas fisik	.231	.080	.226	2.906	.005
	Sikap terhadap karyawan	.433	.082	.445	5.255	.000
	Sikap terhadap proses penyajian jasa	.272	.080	.262	3.384	.001

- a. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

Regresi

Variables Entered/Removed^d

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Komitmen konsumen, Kepuasan konsumen, Kepercayaan konsumen		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.512	.45739

a. Predictors: (Constant), Komitmen konsumen, Kepuasan konsumen, Kepercayaan konsumen

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.339	3	7.446	35.594	.000 ^a
	Residual	20.084	96	.209		
	Total	42.423	99			

a. Predictors: (Constant), Komitmen konsumen, Kepuasan konsumen, Kepercayaan konsumen

b. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.669	.328		2.042	.044
	Kepuasan konsumen	.266	.084	.274	3.171	.002
	Kepercayaan konsumen	.334	.085	.352	3.923	.000
	Komitmen konsumen	.253	.078	.266	3.256	.002

a. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

Lampiran 8. Tabel R

**TABEL KORELASI PEARSON PRODUCT MOMENT
PADA α 5 %**

N	2-tailed	1-tailed	N	2-tailed	1-tailed
3	0,9969	0,9877	53	0,2704	0,2282
4	0,9500	0,9000	54	0,2679	0,2261
5	0,8783	0,8054	55	0,2654	0,2240
6	0,8114	0,7293	56	0,2630	0,2219
7	0,7545	0,6694	57	0,2607	0,2199
8	0,7067	0,6215	58	0,2584	0,2180
9	0,6664	0,5822	59	0,2562	0,2161
10	0,6319	0,5494	60	0,2540	0,2143
11	0,6021	0,5214	61	0,2519	0,2125
12	0,5760	0,4973	62	0,2499	0,2107
13	0,5529	0,4762	63	0,2479	0,2090
14	0,5324	0,4575	64	0,2459	0,2074
15	0,5140	0,4409	65	0,2440	0,2057
16	0,4973	0,4259	66	0,2421	0,2041
17	0,4821	0,4124	67	0,2403	0,2026
18	0,4683	0,4000	68	0,2385	0,2011
19	0,4555	0,3887	69	0,2368	0,1996
20	0,4438	0,3783	70	0,2351	0,1981
21	0,4329	0,3687	71	0,2334	0,1967
22	0,4227	0,3598	72	0,2318	0,1953
23	0,4132	0,3515	73	0,2302	0,1940
24	0,4044	0,3438	74	0,2286	0,1926
25	0,3961	0,3365	75	0,2271	0,1913
26	0,3882	0,3297	76	0,2256	0,1900
27	0,3809	0,3233	77	0,2241	0,1888
28	0,3739	0,3172	78	0,2226	0,1876
29	0,3673	0,3115	79	0,2212	0,1864
30	0,3610	0,3061	80	0,2198	0,1852
31	0,3550	0,3009	81	0,2185	0,1840
32	0,3494	0,2960	82	0,2171	0,1829
33	0,3440	0,2913	83	0,2158	0,1817
34	0,3388	0,2869	84	0,2145	0,1806
35	0,3338	0,2826	85	0,2132	0,1796
36	0,3291	0,2785	86	0,2120	0,1785
37	0,3246	0,2746	87	0,2107	0,1775
38	0,3202	0,2709	88	0,2095	0,1764
39	0,3160	0,2673	89	0,2084	0,1754
40	0,3120	0,2638	90	0,2072	0,1744
41	0,3081	0,2605	91	0,2060	0,1735
42	0,3044	0,2573	92	0,2049	0,1725
43	0,3008	0,2542	93	0,2038	0,1716
44	0,2973	0,2512	94	0,2027	0,1707
45	0,2940	0,2483	95	0,2016	0,1697
46	0,2907	0,2455	96	0,2006	0,1688
47	0,2876	0,2429	97	0,1995	0,1680
48	0,2845	0,2403	98	0,1985	0,1671
49	0,2816	0,2377	99	0,1975	0,1662
50	0,2787	0,2353	100	0,1965	0,1654
51	0,2759	0,2329	101	0,1955	0,1646
52	0,2732	0,2306	102	0,1946	0,1638

Lampiran 9. Tabel T

TABEL DISTRIBUSI t PADA α 5 %

DF	1 TAIL	2 TAIL	DF	1 TAIL	2 TAIL	DF	1 TAIL	2 TAIL
1	6,3138	12,7062	51	1,6753	2,0076	101	1,6601	1,9837
2	2,9200	4,3027	52	1,6747	2,0066	102	1,6599	1,9835
3	2,3534	3,1824	53	1,6741	2,0057	103	1,6598	1,9833
4	2,1318	2,7764	54	1,6736	2,0049	104	1,6596	1,9830
5	2,0150	2,5706	55	1,6730	2,0040	105	1,6595	1,9828
6	1,9432	2,4469	56	1,6725	2,0032	106	1,6594	1,9826
7	1,8946	2,3646	57	1,6720	2,0025	107	1,6592	1,9824
8	1,8595	2,3060	58	1,6716	2,0017	108	1,6591	1,9822
9	1,8331	2,2622	59	1,6711	2,0010	109	1,6590	1,9820
10	1,8125	2,2281	60	1,6706	2,0003	110	1,6588	1,9818
11	1,7959	2,2010	61	1,6702	1,9996	111	1,6587	1,9816
12	1,7823	2,1788	62	1,6698	1,9990	112	1,6586	1,9814
13	1,7709	2,1604	63	1,6694	1,9983	113	1,6585	1,9812
14	1,7613	2,1448	64	1,6690	1,9977	114	1,6583	1,9810
15	1,7531	2,1314	65	1,6686	1,9971	115	1,6582	1,9808
16	1,7459	2,1199	66	1,6683	1,9966	116	1,6581	1,9806
17	1,7396	2,1098	67	1,6679	1,9960	117	1,6580	1,9804
18	1,7341	2,1009	68	1,6676	1,9955	118	1,6579	1,9803
19	1,7291	2,0930	69	1,6672	1,9949	119	1,6578	1,9801
20	1,7247	2,0860	70	1,6669	1,9944	120	1,6577	1,9799
21	1,7207	2,0796	71	1,6666	1,9939	121	1,6575	1,9798
22	1,7171	2,0739	72	1,6663	1,9935	122	1,6574	1,9796
23	1,7139	2,0687	73	1,6660	1,9930	123	1,6573	1,9794
24	1,7109	2,0639	74	1,6657	1,9925	124	1,6572	1,9793
25	1,7081	2,0595	75	1,6654	1,9921	125	1,6571	1,9791
26	1,7056	2,0555	76	1,6652	1,9917	126	1,6570	1,9790
27	1,7033	2,0518	77	1,6649	1,9913	127	1,6569	1,9788
28	1,7011	2,0484	78	1,6646	1,9908	128	1,6568	1,9787
29	1,6991	2,0452	79	1,6644	1,9905	129	1,6568	1,9785
30	1,6973	2,0423	80	1,6641	1,9901	130	1,6567	1,9784
31	1,6955	2,0395	81	1,6639	1,9897	131	1,6566	1,9782
32	1,6939	2,0369	82	1,6636	1,9893	132	1,6565	1,9781
33	1,6924	2,0345	83	1,6634	1,9890	133	1,6564	1,9780
34	1,6909	2,0322	84	1,6632	1,9886	134	1,6563	1,9778
35	1,6896	2,0301	85	1,6630	1,9883	135	1,6562	1,9777
36	1,6883	2,0281	86	1,6628	1,9879	136	1,6561	1,9776
37	1,6871	2,0262	87	1,6626	1,9876	137	1,6561	1,9774
38	1,6860	2,0244	88	1,6624	1,9873	138	1,6560	1,9773
39	1,6849	2,0227	89	1,6622	1,9870	139	1,6559	1,9772
40	1,6839	2,0211	90	1,6620	1,9867	140	1,6558	1,9771
41	1,6829	2,0195	91	1,6618	1,9864	141	1,6557	1,9769
42	1,6820	2,0181	92	1,6616	1,9861	142	1,6557	1,9768
43	1,6811	2,0167	93	1,6614	1,9858	143	1,6556	1,9767
44	1,6802	2,0154	94	1,6612	1,9855	144	1,6555	1,9766
45	1,6794	2,0141	95	1,6611	1,9853	145	1,6554	1,9765
46	1,6787	2,0129	96	1,6609	1,9850	146	1,6554	1,9763
47	1,6779	2,0117	97	1,6607	1,9847	147	1,6553	1,9762
48	1,6772	2,0106	98	1,6606	1,9845	148	1,6552	1,9761
49	1,6766	2,0096	99	1,6604	1,9842	149	1,6551	1,9760
50	1,6759	2,0086	100	1,6602	1,9840	150	1,6551	1,9759

ASTRA international

SURAT KETERANGAN

NO : S.KET.SERV/YOG/022/IX/2006

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **SLAMET BUDI SUSILO**
Jabatan : Kepala Bengkel
PT. Astra International Tbk-Honda Cabang Yogyakarta
Alamat : Jl. Magelang Km. 7,2 Jombor Sleman Yogyakarta

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **MARCELLINUS ADI LESTANTO**
NIM : 01 03 12796
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Universitas : **ATMA JAYA**
Yogyakarta

Telah mengadakan penelitian tugas akhir di PT. Astra International Tbk - Honda Cabang Yogyakarta, Jl. Magelang Km 7.2 Jombor Sleman Yogyakarta pada bulan Juli 2006.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 14 September 2006

Hormat kami,
TECHNICAL SERV. SUB DEPT.
PT. Astra International Tbk-Honda
Cabang Yogyakarta

SLAMET BUDI SUSILO
Kepala Bengkel

/edw,-