

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Pada bab ini penulis akan memaparkan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya, penulis membuat implikasi bagi pihak manajerial, merumuskan saran dan keterbatasan penelitian.

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian, dapat disimpulkan hasil hipotesis sebagai berikut:

1. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel AHASS Cendana Motor. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkatkan.
2. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel AHASS Cendana Motor. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka loyalitas pelanggan akan semakin meningkat.
3. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Bengkel AHASS Cendana Motor. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin meningkat.
4. Kepuasan konsumen diketahui berperan sebagai mediasi komplementer pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel AHASS Cendana Motor. Kualitas layanan memiliki pengaruh langsung yang lebih kuat terhadap loyalitas

pelanggan dibandingkan dengan pengaruh secara tidak langsung dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen.

5. Kualitas layanan, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan di Bengkel AHASS Cendana Motor dilihat dari jenis kelamin dan pendapatan tidak memiliki perbedaan persepsi. Hal ini berdasarkan hasil analisis uji beda yang menunjukkan hasil yang tidak signifikan.

## **5.2. Implikasi Manajerial dan Saran**

Hasil penelitian diketahui bahwa kualitas layanan dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan konsumen berperan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel AHASS Cendana Motor. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan penting bagi manajemen Bengkel AHASS Cendana Motor untuk meningkatkan kualitas layanan berupa daya tanggap atau *responsiveness* dari pegawai Bengkel AHASS Cendana Motor. Hal ini bisa dilakukan dengan cara memberikan *training* yang sesuai berdasarkan standar yang telah ditetapkan oleh *main dealer*.

## **5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya**

1. Hasil dari penelitian ini tidak berlaku secara umum di setiap Bengkel AHASS karena penelitian ini hanya dilakukan di Bengkel AHASS Cendana Motor.
2. Penelitian ini hanya membahas kualitas layanan secara umum, tidak membahas secara detail dimensi kualitas layanan.

3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian terhadap Bengkel AHASS lainnya. Penelitian selanjutnya juga diharapkan mampu mengembangkan model penelitian dengan melakukan pengujian korelasi terhadap masing-masing dimensi kualitas layanan dan menambahkan variabel lain yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sehingga menghasilkan cakupan penelitian yang lebih luas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M.M & Parves, (2009), “Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction Loyalty”, *ABAC Journal*, Vol. 29(1), pp. 24-38.
- Anderson, E.W., Fornell, C., & Lehmann, D.R., (1994), “Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden”, *Journal of Marketing*, Vol.58, p.53-66.
- Arief, (2007), *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Bayumedia Publishing, Malang.
- Arikunto, S., (2013), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Astra, H., (2019), “Dealers : Jumlah Bengkel Sepeda Motor Honda di Indonesia”, diakses dari <https://www.astra-honda.com/product-list/all> pada tanggal 16 Oktober 2019.
- 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(6), pp. 1173-1182.
- Bedi, M., (2010), “An Integrated Framework for Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Responses in Indian Banking Industry-a 98 Comparison of Public and Private”, *Journal of Services Research*, Vol. 10 (1) , pp. 157-172.
- BPS., (2019), “Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis, 1949-2017”, diakses dari <http://www.bps.go.id> pada tanggal 5 september 2019.
- Cheng, Bang-liat, & Rashid, M.Z.A, (2013), Service Quality and the Mediating Effect of Corporate Image on the Relationship between Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Malaysian Hotel Industry, *Gadja Mada International Journal of Business*, Vol.15(2), pp. 99-112.
- Cronin, J.J., Michael, K., and Hult, T.M., (2000), “Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments”, *Journal of Retailing*, Vol. 76 (20), pp. 193-218.
- Fornell, C., Johnson, MD., Anderson, EW., & Bryant, BE., (1996), “The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings”, *Journal of Marketing*, Vol. 60.
- Gaffar, V., (2007), *Costumer Relationship Management and Marketing Public Relation*, Alfabeta, Bandung.
- Griffin, J., (2005), *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Erlangga, Jakarta.
- Hamdani, A., & Rambat, L., (2006), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Hurriyati, R., (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabetha, Bandung.

- Irawan, H. (2012), *Indonesian Customer Satisfaction: Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA*, PT Alex Media Komputindo, Jakarta.
- Izogo, E.E., & Ogba, I.E., (2015), "Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Automobile Repair Services Sector", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 32 (3), pp. 250-269.
- Joudeh, J.M.M., & Dandis, A.O., (2018), "Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in an Internet Service Providers", *International Journal of Business and Management*, Vol. 13 (8), p. 108-120.
- Kartajaya, H., (2006), *Hermawan Kartajaya On Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing*, Gramedia, Jakarta.
- Kaura, V., Durga, C.S., & Sarma, S., (2014), "Service Quality, Service Convenience, Price and Fairness, Customer Loyalty, and the Mediating Role of Customer Satisfaction", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33 (4), pp. 404-422.
- Kholilurrahman, (2007), "Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar Simpati, Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang", *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang.
- Kotler, P., & Armstrong, G., (2014), *Principle Of Marketing*, 15th edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P., & Keller, Kevin L., 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-13 Jilid 1& 2. Erlangga, Jakarta.
- Krisdayanti, H., (2017), "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang", *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Raden Fatah Palembang.
- Kuntari, B.D., Kumadji, S., & Hidayat, K., (2016), "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk – Daihatsu Malang)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 36(1), p. 196-202.
- Kurniasih, I.D., (2012), "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel AHASS 002-Astra Motor Siliwangi, Semarang)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.1 (1), p.37-45.
- Lind, D.A., Marchal, W.G., & Wathen, S.A., (2013), *Statistical Techniques in Business & Economics. Fifteenth Edition*, McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Martono, N., (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif*, Rajawali Pers, Jakarta.

- Ndolu,R., (2017), “Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. (tidak dipublikasikan).
- Olorunniwo, F., Hsu, M.K., Udo, G.F., (2006), “Service Quality, Customer Satisfaction, and Behaviour Intentions in the Service Factory”, *Journal of Service Marketing*, vol 20 No.1.
- Palit, H.C., Kristanti, M., Aysia, D.A.Y., & Priskila, A., (2016), “The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Small Scale Indonesian Food Enterprises in Surabaya”, *4th International Conference on Disciplines in Humanities and Social Sciences*, p.32-37.
- Parasuraman, A., Valarie, A., Zeithaml, & Berry, . Leonard L., (1988), “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol 64 (1), pp 12-37.
- Polyorat, K., & Sophonsiri, S., (2010), “Pengaruh Hubungan Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas”, *Journal of Global Business and Technology*, Vol 6(64): 2.
- Rofiq, A., Suryandi, N., Faidah, N., (2007), “Peranan Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan pada Industri Telepon Seluler”, *The 3rd National Conference on Management Research*, 2086-0390.
- Santoso, S., (2012), *Panduan Lengkap SPSS Versi 2.0*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Shammari Al, M., & Kanina, A.M., (2014), “Service Quality and its Relationship with Customer Satisfaction and Loyalty in a Saudi Arabian Automobile Company”, *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, Vol.14 (8).
- Siddiqi, K.O., (2011), “Interrelations between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction And Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh”, *International Journal of Business and Management* ,Vol 6, No 3, pp 12-36.
- Sugiyono, (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Thungasal, C.E., & Siagian, H., (2019), “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Hotel Kasuari”, *AGORA*, Vol.7 (1).
- Tjiptono, F., (2001), *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, Bakti Profesindo (BPFE), Yogyakarta.
- Tjiptono, F., (2004), *Manajemen Jasa*, Edisi pertama, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., (2011)., *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi ke-2, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., (2012), *Strategi Pemasaran*. Edisi ke-3, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, F., (2014), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi, Yogyakarta.

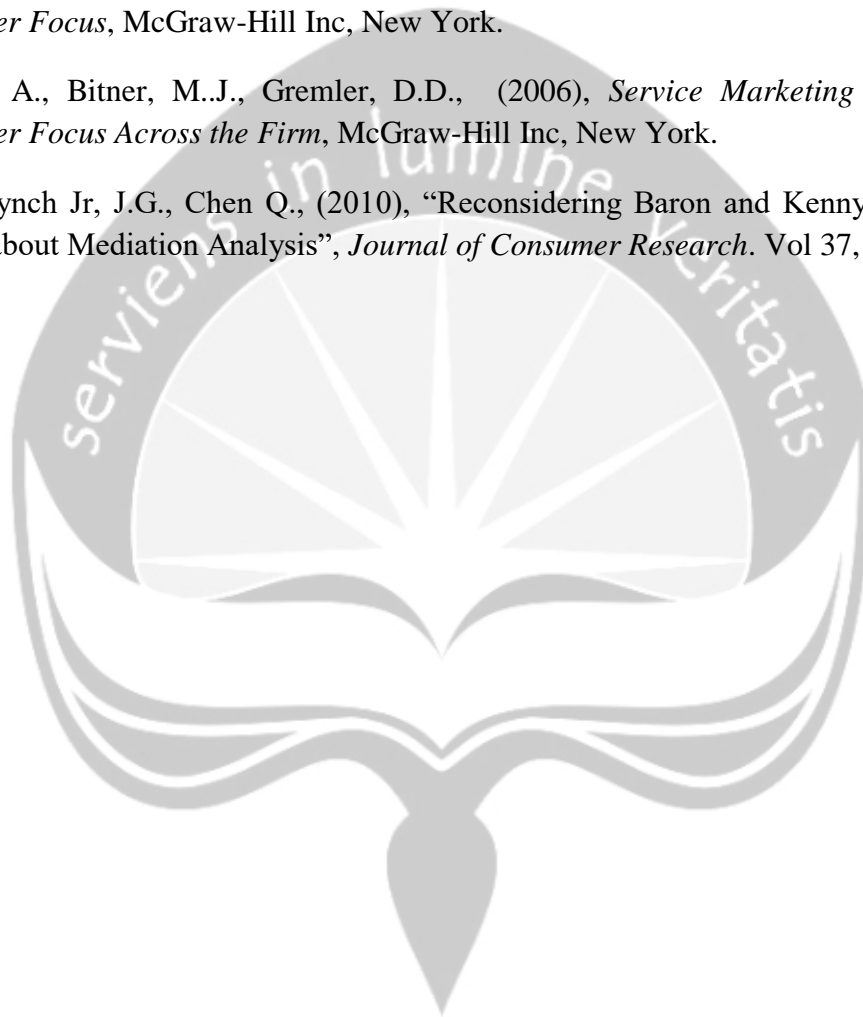
Walker, (2001), Managing Customer Dissatisfaction Through Effective Complaint Management System, *Journal of Management Strategy*, pp. 331-335.

Yadav, M.K., & Rai, K., (2019), “An Assessment of the Mediating Effect of Customer Satisfaction on the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty”, *The IUP Journal of Marketing Management*, Vol. XVIII, No. 3, p. 8-23.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M.J., (2000), *Service Marketing 2nd edition : Integrating Customer Focus*, McGraw-Hill Inc, New York.

Zeithaml, V. A., Bitner, M.J., Gremler, D.D., (2006), *Service Marketing : Integrating Customer Focus Across the Firm*, McGraw-Hill Inc, New York.

Zhao, X., Lynch Jr, J.G., Chen Q., (2010), “Reconsidering Baron and Kenny : Myths and Truths about Mediation Analysis”, *Journal of Consumer Research*. Vol 37, pp. 197-206.







## KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu yang terhormat,

Saya, Wilhelmus Pranoto Ndjurumana (130320813), mahasiswa program studi manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi. Adapun salah satu cara untuk mendapatkan data adalah menyebarkan kuesioner kepada responden. Oleh karena itu, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini. Seluruh informasi yang diperoleh dalam kuesioner ini hanya akan saya gunakan untuk keperluan penelitian saja dan saya akan menjaga kerahasiaannya sesuai dengan etika penelitian. Atas kesediaan Bapak/Ibu yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

### Bagian I

Pertanyaan Filter:

1. Apakah anda memiliki motor dengan merek Honda?
  - a. Ya (lanjut ke pertanyaan berikut)
  - b. Tidak (berhenti disini)
  
2. Apakah anda pernah menggunakan jasa perbaikan motor di Bengkel AHASS Cendana Motor minimal dua kali dalam satu tahun?
  - a. Ya (lanjut ke pertanyaan berikut)
  - b. Tidak (berhenti disini)

**Bagian II**

Data Responden:

Jenis Kelamin : a. Laki-laki  
b. Perempuan

Usia :

Pendapatan : a.  $\leq$  Rp.1.500.000  
b. Rp.1.500.001 – Rp.3.000.000  
c. Rp.3.000.001 – Rp.4.500.000  
d.  $\geq$  Rp.4.500.001

**Bagian III**

Petunjuk Pengisian:

Pertanyaan-pertanyaan berikut berkaitan dengan tingkat kepuasan dan kualitas layanan di Bengkel AHASS Cendana Motor Anda dimohon untuk mengungkapkan sejauh mana tingkat kepuasan anda dan kualitas layanan yang didapatkan berdasarkan masing-masing pernyataan tersebut dengan cara memberi tanda ( $\surd$ ) pada salah satu jawaban yang tersedia, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Sangat setuju            diberi bobot 5
2. Setuju                    diberi bobot 4
3. Netral                    diberi bobot 3
4. Tidak setuju            diberi bobot 2
5. Sangat tidak setuju    diberi bobot 1

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Bengkel AHASS Cendana Motor memperbaiki motor dengan benar saat memberikan pelayanan untuk pertama kalinya					
2.	Bengkel AHASS Cendana Motor memperbaiki motor seperti yang dijanjikan					
3.	Bengkel AHASS Cendana Motor memperbaiki kerusakan pada motor pada waktu yang dijanjikan					
4.	Bengkel AHASS Cendana Motor dapat diandalkan dalam hal menangani kerusakan pada motor					
5.	Bengkel AHASS Cendana Motor melayani pelanggan dengan segera					
6.	Bengkel AHASS Cendana Motor selalu menginformasikan kepada pelanggan hal-hal yang perlu diketahui					
7.	Pegawai Bengkel AHASS Cendana Motor berusaha memahami kebutuhan pelanggan					
8.	Pegawai Bengkel AHASS Cendana Motor memberikan perhatian individu kepada pelanggan					
9.	Pegawai Bengkel AHASS Cendana Motor menunjukkan sikap yang peduli ketika berurusan dengan pelanggan					
10.	Pegawai Bengkel AHASS Cendana Motor meminta maaf ketika terjadi kesalahan					
11.	Pegawai Bengkel AHASS Cendana Motor selalu sopan					
12.	Pegawai Bengkel AHASS Cendana Motor selalu merespon pertanyaan pelanggan					
13.	Bengkel AHASS Cendana Motor memiliki ruang parkir yang cukup untuk pelanggan					

14.	Bengkel AHASS Cendana Motor menyediakan lingkungan yang bebas dari bahaya					
15.	Bengkel AHASS Cendana Motor menggunakan peralatan modern dalam memperbaiki motor					
16.	Pegawai Bengkel AHASS Cendana Motor terlihat profesional ditempat kerja mereka					
17.	Menggunakan jasa di Bengkel AHASS Cendana Motor adalah pilihan yang tepat					
18.	Secara keseluruhan pengalaman saya menggunakan layanan jasa di Bengkel AHASS Cendana Motor sangat menyenangkan					
19.	Bengkel AHASS Cendana Motor berupaya memahami kebutuhan saya					
20.	Bengkel AHASS Cendana Motor kompeten dalam memperbaiki kerusakan motor pelanggan					
21.	Saya merekomendasikan Bengkel AHASS Cendana Motor pada orang-orang yang meminta saran saya					
22.	Saya mendorong teman dan kerabat saya untuk berlangganan di Bengkel AHASS Cendana Motor					
23.	Saya bermaksud untuk terus berlangganan di Bengkel AHASS Cendana Motor					
24.	Saya mempertimbangkan untuk selalu memperbaiki motor di Bengkel AHASS Cendana Motor					
25.	Saya bermaksud untuk terus berlangganan di Bengkel AHASS Cendana Motor meskipun biayanya meningkat					



# **LAMPIRAN II**

## **Data Jawaban Responden**







# **LAMPIRAN III**

## **Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**



## UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

### RELIABILITY

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.973	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
REL_1	13.47	5.913	.959	.956
REL_2	13.47	6.395	.935	.965
REL_3	13.60	6.041	.919	.967
REL_4	13.57	5.840	.921	.968

## RESPONSIVENESS

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.894	2

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
R1	4.53	.671	.810	.
R2	4.37	.792	.810	.

**EMPATHY****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.954	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E1	21.87	14.533	.844	.947
E2	22.10	14.093	.770	.957
E3	21.77	14.599	.942	.938
E4	21.93	14.202	.820	.950
E5	21.73	14.823	.894	.943
E6	21.77	13.495	.921	.938

**TANGIBLE****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.943	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T1	13.03	4.585	.765	.956
T2	13.07	4.547	.861	.926
T3	13.13	4.257	.932	.903
T4	13.07	4.271	.900	.913

## KEPUASAN KONSUMEN

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.976	4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KK1	13.17	4.971	.945	.967
KK2	13.07	4.892	.950	.966
KK3	13.17	4.971	.945	.967
KK4	13.10	4.990	.918	.974

## LOYALITAS PELANGGAN

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.903	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LP1	16.87	10.326	.811	.872
LP2	16.83	10.213	.883	.860
LP3	16.77	10.254	.920	.855
LP4	17.10	10.300	.493	.958
LP5	17.10	9.334	.850	.860



## ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables	Variables	Method
	Entered	Removed	
1	Kualitas Layanan <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. All requested variables entered.

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.835 <sup>a</sup>	.697	.694	1.256	2.248

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	427.448	1	427.448	270.809	.000 <sup>b</sup>
	Residual	186.252	118	1.578		
	Total	613.700	119			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.058	.948		2.170	.032
	Kualitas Layanan	.221	.013	.835	16.456	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen



**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables	Variables	Method
	Entered	Removed	
1	Kepuasan Konsumen <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.849 <sup>a</sup>	.720	.718	1.624	2.024

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	800.376	1	800.376	303.469	.000 <sup>b</sup>
	Residual	311.216	118	2.637		
	Total	1111.592	119			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.399	1.160		1.206	.230
	Kepuasan Konsumen	1.142	.066	.849	17.420	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables	Variables	Method
	Entered	Removed	
1	Kualitas Layanan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.810 <sup>a</sup>	.657	.654	1.799	1.916

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	729.880	1	729.880	225.631	.000 <sup>b</sup>
	Residual	381.712	118	3.235		
	Total	1111.592	119			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.198	1.358		.882	.379
	Kualitas Layanan	.289	.019	.810	15.021	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan



## UJI BEDA (*One Way ANOVA*)

### JENIS KELAMIN

#### Descriptives

Kualitas Layanan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
laki-laki	86	70.02	7.731	.834	68.37	71.68	48	80
perempuan	34	70.26	10.544	1.808	66.59	73.94	25	80
Total	120	70.09	8.575	.783	68.54	71.64	25	80

#### ANOVA

Kualitas Layanan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.421	1	1.421	.019	.890
Within Groups	8748.571	118	74.140		
Total	8749.992	119			

### Descriptives

Kepuasan Konsumen

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
laki-laki	86	17.45	2.135	.230	17.00	17.91	12	20
perempuan	34	17.79	2.603	.446	16.89	18.70	8	20
Total	120	17.55	2.271	.207	17.14	17.96	8	20

### ANOVA

Kepuasan Konsumen

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.827	1	2.827	.546	.461
Within Groups	610.873	118	5.177		
Total	613.700	119			

### Descriptives

Loyalitas Pelanggan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
laki-laki	86	21.28	2.909	.314	20.66	21.90	14	25
perempuan	34	21.85	3.412	.585	20.66	23.04	10	25
Total	120	21.44	3.056	.279	20.89	21.99	10	25

### ANOVA

Loyalitas Pelanggan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8.025	1	8.025	.858	.356
Within Groups	1103.567	118	9.352		
Total	1111.592	119			

## PENDAPATAN

### Descriptives

Kualitas Layanan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
<1500000	42	68.98	10.690	1.649	65.65	72.31	25	80
1500001-3000000	35	70.11	7.190	1.215	67.64	72.58	52	80
3000001-4500000	21	73.05	6.193	1.351	70.23	75.87	64	80
>4500001	22	69.36	7.847	1.673	65.88	72.84	48	80
Total	120	70.09	8.575	.783	68.54	71.64	25	80

### ANOVA

Kualitas Layanan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	247.429	3	82.476	1.125	.342
Within Groups	8502.562	116	73.298		
Total	8749.992	119			

### Descriptives

Kepuasan Konsumen

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
<1500000	42	17.21	2.465	.380	16.45	17.98	8	20
1500001-3000000	35	17.74	2.077	.351	17.03	18.46	12	20
3000001-4500000	21	18.29	2.101	.458	17.33	19.24	12	20
>4500001	22	17.18	2.281	.486	16.17	18.19	12	20
Total	120	17.55	2.271	.207	17.14	17.96	8	20

### ANOVA

Kepuasan Konsumen

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	20.384	3	6.795	1.328	.269
Within Groups	593.316	116	5.115		
Total	613.700	119			



### Descriptives

Loyalitas Pelanggan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
<1500000	42	20.79	3.732	.576	19.62	21.95	10	25
1500001-3000000	35	21.40	2.746	.464	20.46	22.34	15	25
3000001-4500000	21	22.38	2.747	.600	21.13	23.63	14	25
>4500001	22	21.86	2.100	.448	20.93	22.79	19	25
Total	120	21.44	3.056	.279	20.89	21.99	10	25

### ANOVA

Loyalitas Pelanggan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	40.577	3	13.526	1.465	.228
Within Groups	1071.015	116	9.233		
Total	1111.592	119			



# **LAMPIRAN VI**

**Jurnal Acuan**