

BAB V

PENUTUP

5.1 Profil Responden

Berdasarkan Kuisisioner yang telah dibagikan melalui *Google Form*, penelitian ini mendapatkan 131 responden. Melalui hasil pemetaan terhadap responden ternyata ditemukan bahwa terdapat 4 responden yang tidak valid karena tidak sesuai kriteria yang sudah ditetapkan sebelumnya. Dari total 131 responden tersebut, terdapat jumlah responden berjenis kelamin laki –laki sebanyak 86 responden (65.6%) dan jumlah responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 45 responden (34.4%) dan total responden yang telah memberikan jawaban berjumlah 131 responden (100%). Berdasarkan presentase pada karakteristik pekerjaan yang meliputi pegawai negeri, pegawai swasta, dan wiraswasta dapat diketahui jumlah pegawai negeri sebanyak 17 responden (12.9%) , pegawai swasta sebanyak 89 reponden (67.9%), dan Wiraswasta 25 reponden (19.2%), total dari responden yang telah memberikan jawaban berjumlah 131 responden (100%). Berdasarkan presentase pada karakteristik pendapatan per bulan yang meliputi $\leq Rp\ 2.000.000$ hingga $\geq Rp\ 8.000.000$ dapat diketahui jumlah responden yang memiliki pendapatan $\leq 2.000.000$ sebanyak 9 responden (8%), Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000 sebanyak 61 responden (46%), Rp 5.000.001 – Rp 8.000.000 sebanyak 45 responden (34%) dan $\geq Rp\ 8.000.000$ sebanyak 16 responden (12%), total dari responden yang telah memberikan jawaban berjumlah 131 responden (100%)

5.2 Kesimpulan

Dalam bagian ini akan dijelaskan kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan kesadaran merek sebagai moderasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang diperkuat oleh variabel moderasi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa kualitas layanan (X1) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (**H1 diterima**). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan perusahaan, maka loyalitas pelanggan juga akan semakin tinggi terhadap perusahaan.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan (X2) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (**H2 diterima**). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan pelanggan, maka loyalitas pelanggan juga akan semakin tinggi terhadap perusahaan.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa kesadaran merek (M) mampu memoderasi dengan memperkuat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan (**H3 diterima**). Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran merek menjadi faktor yang mampu memperkuat pengaruh kualitas layanan, terhadap loyalitas pelanggan.

5.3 Implikasi Manajerial

Penelitian yang dilakukan tentunya memiliki tujuan agar dapat memiliki manfaat bagi industri penyedia pembiayaan sepeda motor, khususnya PT FIF Group. Terdapat beberapa hal yang wajib diperhatikan oleh manajer guna meningkatkan loyalitas pelanggan melalui. Berikut merupakan implikasi manajerial pada penelitian ini, diantaranya:

1. Penelitian ini menjelaskan bahwa Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan yang paling besar terhadap loyalitas pelanggan. Dengan adanya hal tersebut, ketika seorang manajer ingin meningkatkan loyalitas pelanggan mereka terhadap produk yang ditawarkan maka perusahaan dituntut untuk mampu membangun serta menjaga kepuasan pelanggan dengan berbagai strategi yang sesuai dengan karakteristik konsumen masing masing perusahaan.
2. Penelitian ini mengungkapkan bahwa kesadaran merek mampu untuk memperkuat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Ketika konsumen memiliki kesadaran merek yang tinggi, mereka cenderung memiliki harapan yang lebih tinggi terhadap layanan yang diberikan oleh merek tersebut. Namun, jika kualitas layanan tidak sesuai dengan harapan mereka, konsumen dengan kesadaran merek yang tinggi juga lebih rentan terhadap kekecewaan dan dampak negatifnya terhadap citra merek. Dengan adanya kesadaran merek yang dimiliki oleh pelanggan maka perusahaan harus tetap menjaga citra mereka dengan mempertahankan kualitas dari layanan serta aspek lainnya yang mendukung perusahaan untuk mencapai loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

3. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa indikator pertanyaan X2.5 yaitu “ Pengetahuan dan kemampuan professional pegawai PT FIF Group Cabang Cirebon Membuat anda merasa puas” mendapatkan skor rata rata tertinggi, hal tersebut menandakan bahwa konsumen sbagai responden merasa puas dengan keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh pegawai perusahaan. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk selalu memberikan pelatihan yang rutin kepada karyawan agar dapat menjaga performa mereka selalu dalam kondisi yang maksimal.
4. Berdasarkan hasil pengolahan data indikator pada kuisisioner dapat diketahui bahwa indikator pertanyaan Y.2 yaitu “ Anda akan menggunakan PT FIF Group Cabang Cirebon terkait layanan bisnis lainnya” mendapatkan nilai skor rata rata terendah, hal tersebut menandakan bahwa konsumen masih ragu dan belum tentu untuk memilih menggunakan PT FIF Group pada layanan bisnis lainnya. Dalam hal ini dapat disebabkan oleh berbagai macam hal, perusahaan diwajibkan untuk mampu menganalisis lebih jauh lagi tentang alasan konsumen masih ragu untuk menggunakan PT FIF Group terkait layanan bisnis lainnya. Dalam hal ini juga bisa disebabkan karena PT FIF Group belum memiliki layanan tersebut sehingga perusahaan lain lebih diminati oleh konsumen.

5.4 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti menemukan beberapa keterbatasan dalam pelaksanaannya yang dapat mempengaruhi hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan melakukan pengolahan data dan interpretasi penjelasan hasil olah data tersebut. Berikut merupakan keterbatasan dalam penelitian yang telah dilakukan:

1. Pada Penelitian terdapat kesulitan dalam mencari konsumen yang sesuai dengan kriteria kuisisioner yang telah ditetapkan. Dalam proses pencarian responden ditemukan beberapa hasil responden yang tidak valid atau tidak sesuai dengan kriteria. Ketidaksesuaian itu terjadi dikarenakan terdapat perbedaan konsumen yang melakukan transaksi kendaraan dengan konsumen yang melakukan pembayaran cicilan tiap bulannya.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas, yang mana sebetulnya masih banyak variabel lain yang terkait dengan topik untuk dapat diteliti lebih lanjut lagi. Salah satu variabel lain yang dapat digunakan pada penelitian selanjutnya adalah *Perceived value*. Variabel tersebut dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana nilai yang diterima atau dirasakan oleh konsumen PT FIF Group ketika sudah melakukan transaksi dan juga merasakan manfaat dari produk yang telah dibelinya melalui perusahaan.

5.5 Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan peneliti mampu menetapkan kriteria kuisisioner yang lebih sederhana lagi dan mudah dimengerti oleh responden agar tidak terdapat kesalahan dalam pengisian kuisisioner yang menyebabkan hasil responden tidak valid
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel variabel lainnya kedalam penelitian seperti *perceived value* yang mampu mendukung penelitian lebih lengkap lagi sehingga manfaat yang dihasilkan dari penelitian semakin akurat dan berguna bagi perusahaan kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Albarq, A. N. (2023). The Impact of CKM and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Saudi Banking Sector: The Mediating Role of Customer Trust. *Administrative Sciences*, 13(3). <https://doi.org/10.3390/admsci13030090>
- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., & Sabir, B. Y. (2021). SSRN-id3851330.pdf. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, 5(3), 14–28.
- Chi Minh City Quarter, H., Trung Ward, L., Duc City, T., & Chi Minh City, H. (2021). The impact of customer experience on customer satisfaction and customer loyalty. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(14), 1027–1038.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Dyatmika, S. W., & Firdaus, L. M. (2021). the Effect of Price, Service Quality, and Company Image on Purchase Decisions on Jalanjalan.Id Gresik. *Business and Accounting Research (IJEBA) Peer Reviewed-International Journal*, 5(2), 304–317. www.cnbcindonesia.com
- Evelina, T. Y. (2022). The Effect of Perceived Benefits on Customer Satisfaction and Customer Retention on Indonesian E-Commerce Sites. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 13(2), 99–118. <https://doi.org/10.7903/ijecs.1908>
- Huang, P. L., Lee, B. C. Y., & Chen, C. C. (2019). The influence of service quality on customer satisfaction and loyalty in B2B technology service industry. *Total Quality Management and Business Excellence*, 30(13–14), 1449–1465. <https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1372184>
- Hwang, S. Y. (2022). Effects of Online Purchase e-CRM activities and e-Customer Satisfaction on e-Loyalty during COVID-19: The Mediating Effects of e-Customer Satisfaction. *Global Business and Finance Review*, 27(5), 100–114. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2022.27.5.100>
- Ilyas, G. B., Munir, A. R., Tamsah, H., Mustafa, H., & Yusriadi, Y. (2021). The Influence Of Digital Marketing And Customer Perceived Value Through Customer Satisfaction On Customer Loyalty. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(8), 1–14.
- Jana, A. (2014). Impacts of the attributes of service quality on customer satisfaction and the Interrelationship among service quality , customer satisfaction and customer loyalty : a study of casual dining restaurants of ranchI. *Journal of Hospital Application & Research*, 9(july, 2 2014), 17.
- Ledikwe, A., & Roberts-Lombard, M. (2022). Investigating the Linkage between

Relationship Quality Dimensions, Brand Awareness, and Brand Image: An Emerging African Market Perspective. *African Journal of Business and Economic Research*, 17(2), 247–273. <https://doi.org/10.31920/1750-4562/2022/v17n2a11>

Lengkong, A. P., Pio, R. J., & Mangindaan, J. V. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Pakaian H.A.R.V Official di Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 11(2), 61–68.

Nguyen, N. H., & Hoang, D. P. (2024). Linking Relationship Marketing to Customer Loyalty in The E-Banking Context: The Central Role of Customer Satisfaction. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 26(1), 109–140. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.73450>

Nurhikmat, A. (2023). Determinasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Dengan Harga dan Kualitas Produk : Literature Review. *KarismaPro*, 13(2), 75–86. <https://doi.org/10.53675/karismapro.v13i2.1050>

Özkan, P., Süer, S., Keser, İ. K., & Kocakoç, İ. D. (2020). The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty: The mediation of perceived value of services, corporate image, and corporate reputation. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 384–405. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2019-0096>

Shamsudin, M. F., Ishak, M. F., Yazid, M. F. M., & ... (2022). Role of Brand Awareness, Brand Image and Perceived Quality in Private Universities. *Global Business and ...*, 14(4), 142–155. <http://www.gbmrjournal.com/pdf/v14n4s/V14N4s-12.pdf>

Slack, N. J., & Singh, G. (2020). The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty and the mediating role of customer satisfaction : Supermarkets in Fiji. *TQM Journal*, 32(3), 543–558. <https://doi.org/10.1108/TQM-07-2019-0187>

Tecoalu, M., Tj, H. W., & Ferdian, F. (2021). Effect of Price Perception and Brand Awareness on Service Quality Mediated By Purchasing Decisions. *Journal of Humanities, Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)*, 1(4), 183–195. <https://doi.org/10.51715/husocpument.v1i4.127>

Tran, T. A., Pham, N. T., Van Pham, K., & Nguyen, L. C. T. (2020). The roles of health consciousness and service quality toward customer purchase decision. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 345–351. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.345>

Vieira, R. A., Aguiar, E. C., Costa, M. F. da, & Policarpo, M. C. (2022). Electronic technical assistance services quality: mediation role of brand image and satisfaction on repurchase intention. *Revista de Administração Da UFSM*, 15(1), 105–122. <https://doi.org/10.5902/1983465966419>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

Tjiptono, F. (2019). *Service Quality dan Satisfaction*.



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUISIONER PENELITIAN

Bagian 1A : Pertanyaan Filter

1. Apakah anda mengetahui PT FIF Group Sebagai penyedia layanan pembiayaan sepeda motor? Jika tidak, Anda dapat berhenti sampai pertanyaan ini.
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti di sini)
2. Apakah anda pernah melakukan transaksi melalui PT FIF Group Cabang Cirebon? Jika tidak, Anda dapat berhenti sampai pertanyaan ini.
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti di sini)

Bagian 1B : Karakteristik Demografis Responden

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Pekerjaan
 - a. Pegawai Negeri
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta
3. Upah/Pendapatan per bulan
 - a. \leq 2.000.000
 - b. Rp2.000.001 – Rp5.000.000
 - c. Rp5.000.001 – Rp8.000.000
 - d. \geq Rp8.000.001

Bagian 2 : Pertanyaan Variabel Kualitas Layanan (X1)

No	Pertanyaan	Skala				
	Kualitas Layanan	1	2	3	4	5
1	Jika Anda mengalami kesulitan, PT FIF Group Cabang Cirebon akan memberikan bantuan untuk Anda.					
2	PT FIF Group Cabang Cirebon menyediakan layanan yang dapat dipercaya oleh pelanggan.					
3	PT FIF Group Cabang Cirebon dapat menyediakan layanan yang Anda butuhkan tepat waktu					
4	PT FIF Group Cabang Cirebon akan menyimpan catatan layanan pelanggan					
5	Jika PT FIF Group Cabang Cirebon memiliki layanan baru, kami akan selalu menginformasikan kepada Anda					
6	PT FIF Group Cabang Cirebon menyediakan layanan yang akan membuat Anda merasa percaya					
7	PT FIF Group Cabang Cirebon menyediakan layanan yang akan membuat Anda merasa aman					
8	Staf layanan PT FIF Group Cabang Cirebon akan selalu memberikan pelayanan yang baik kepada Anda					
9	PT FIF Group Cabang Cirebon memiliki fasilitas layanan modern					

10	Staf layanan PT FIF Group Cabang Cirebon memiliki pakaian dan penampilan yang bersih					
11	Fasilitas dan layanan PT FIF Group Cabang Cirebon saling melengkapi satu sama lain.					

Bagian 3 : Pertanyaan Variabel Kepuasan Pelanggan (X2)

No	Pertanyaan	Skala				
		1	2	3	4	5
1	Layanan PT FIF Group Cabang Cirebon yang ditawarkan membuat Anda merasa puas.					
2	Efisiensi operasi internal PT FIF Group Cabang Cirebon membuat Anda merasa puas.					
3	Apakah sistem layanan PT FIF Group Cabang Cirebon membuat Anda merasa puas.					
4	Sikap pegawai PT FIF Group Cabang Cirebon membuat Anda merasa puas.					
5	Pengetahuan dan kemampuan profesional pegawai PT FIF Group Cabang Cirebon membuat Anda merasa puas.					
6	Secara keseluruhan, layanan PT FIF Group Cabang Cirebon membuat Anda puas					

Bagian 4 : Pertanyaan Variabel Loyalitas Pelanggan

No	Pertanyaan	Skala				
		Loyalitas Pelanggan				
		1	2	3	4	5
1	Anda ingin melakukan transaksi kembali pada PT FIF Group Cabang Cirebon.					
2	Anda akan menggunakan PT FIF Group Cabang Cirebon terkait layanan bisnis lainnya.					
3	Anda akan terus mengunjungi PT FIF Group Cabang Cirebon.					
4	Meskipun biaya Perusahaan kami lebih tinggi, Anda masih bersedia untuk terus memilih layanan PT FIF Group Cabang Cirebon.					
5	Anda merupakan pelanggan setia PT FIF Group Cabang Cirebon.					
6	Apakah Anda merekomendasikan layanan PT FIF Group Cabang Cirebon kepada rekan Anda.					
7	PT FIF Group Cabang Cirebon adalah pilihan terbaik Anda.					


Bagian 5 : Pertanyaan Variabel Kesadaran Merek (M)

No	Pertanyaan	Skala				
	Loyalitas Pelanggan	1	2	3	4	5
1	Di antara banyak perusahaan pembiayaan sepeda motor, jika dibandingkan, Anda akan memprioritaskan PT FIF Group Cabang Cirebon dibandingkan perusahaan lainnya.					
2	Kantor cabang perusahaan kami lebih banyak daripada perusahaan lainnya sehingga mudah untuk ditemukan.					
3	Pangsa pasar layanan PT FIF Group Cabang Cirebon lebih besar dari perusahaan lainnya.					
4	Nama PT FIF Group Cabang Cirebon mudah diingat.					
5	Ketika Anda berpikir tentang perusahaan pembiayaan sepeda motor, pertama kali yang akan Anda pikirkan adalah PT FIF Group Cabang Cirebon.					

LAMPIRAN 2

KUISIONER DARING

22.32 Kam 9 Mei docs.google.com 85%



FIFGROUP

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kesadaran Merek sebagai Variabel Moderasi Pada PT FIF Group Cabang Cirebon

Selamat pagi/siang/sore/malam,

Salam kenal, Saya Bonaventura Ningko Wijanarko Mahasiswa S1 program studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis Pengaruh Service Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty dengan Brand Awareness sebagai Variabel Moderasi**" untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kesadaran Merek sebagai Variabel Moderasi" Pada PT FIF Group Cabang Cirebon

Adapun kriteria yang saya perlukan dalam pada survey ini :

- (1) Mengetahui PT FIF Group Cabang Cirebon.
- (2) Pernah melakukan Transaksi melalui PT FIF Group Cabang Cirebon

Waktu yang dibutuhkan untuk mengisi kuesioner ini adalah 3-5 menit terdiri dari 6 bagian singkat. Seluruh data serta informasi hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dan dijamin kerahasiannya.

Terima Kasih atas ketersediaan dan partisipasi Anda dalam mengisi kuesioner penelitian ini.

bonaventuraningko123@gmail.com [Ganti akun](#)

Tidak dibagikan

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

A. Pertanyaan Filter

Saudara / saudari dimohon untuk mengisi pertanyaan berikut ini dengan memilih jawaban pada kolom yang telah tersedia.

Apakah anda mengetahui PT FIF Group Sebagai penyedia layanan pembiayaan sepeda motor? Jika tidak, Anda dapat berhenti sampai pertanyaan ini. *

- Ya
- Tidak (berhenti di sini)

Apakah anda pernah melakukan transaksi melalui PT FIF Group Cabang Cirebon? Jika tidak, Anda dapat berhenti sampai pertanyaan ini. *

- Ya
- Tidak (berhenti di sini)

B. Pertanyaan untuk karakteristik demografi responden

Saudara / saudari dimohon untuk mengisi pertanyaan berikut ini dengan memilih jawaban pada kolom yang telah tersedia.

Jenis kelamin *

- Laki-Laki
- Perempuan

Pekerjaan *

- Pegawai Negeri
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta

Upah / Pendapatan per bulan *

- ≤ 2.000.000
- Rp2.000.001 – Rp5.000.000
- Rp5.000.001 – Rp8.000.000
- ≥ Rp8.000.001

Berikutnya

Kosongkan formulir

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

Variabel Kualitas Layanan (X1)

Saudara / saudari dimohon untuk mengisi pertanyaan berikut ini dengan memilih jawaban pada kolom yang telah disediakan dengan ketentuan :

Sangat Tidak Setuju (STS) = Bobot 1

Tidak Setuju (TS) = Bobot 2

Netral (N) = Bobot 3

Setuju (S) = Bobot 4

Sangat Setuju (SS) = Bobot 5

Jika Anda mengalami kesulitan, **PT FIF Group Cabang Cirebon** akan memberikan * bantuan untuk Anda.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

PT FIF Group Cabang Cirebon menyediakan layanan yang dapat dipercaya oleh * pelanggan.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

PT FIF Group Cabang Cirebon dapat menyediakan layanan yang Anda butuhkan * tepat waktu

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

PT FIF Group Cabang Cirebon akan menyimpan catatan layanan pelanggan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Jika **PT FIF Group Cabang Cirebon** memiliki layanan baru, kami akan selalu menginformasikan kepada Anda *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

PT FIF Group Cabang Cirebon menyediakan layanan yang akan membuat Anda merasa percaya *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

PT FIF Group Cabang Cirebon menyediakan layanan yang akan membuat Anda merasa aman *

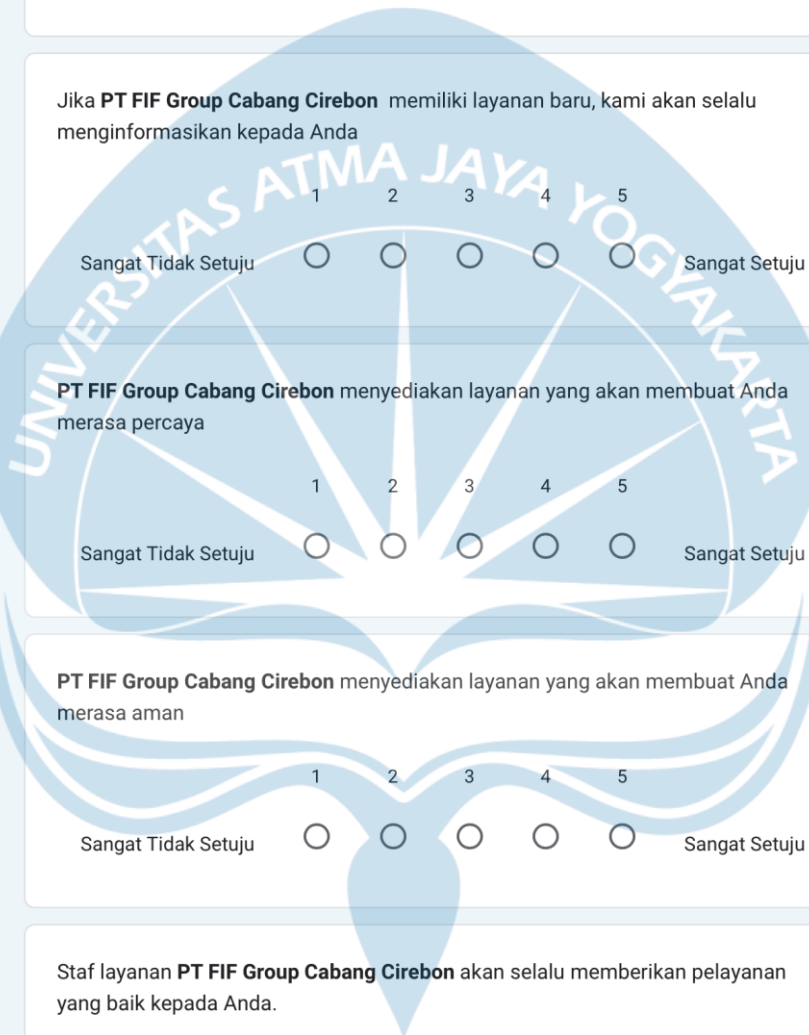
1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Staf layanan **PT FIF Group Cabang Cirebon** akan selalu memberikan pelayanan yang baik kepada Anda. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju



PT FIF Group Cabang Cirebon memiliki fasilitas layanan modern *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Staf layanan **PT FIF Group Cabang Cirebon** memiliki pakaian dan penampilan yang bersih *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Fasilitas dan layanan **PT FIF Group Cabang Cirebon** saling melengkapi satu sama lain. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan formulir](#)

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

Variabel Kepuasan Pelanggan (X2)

Saudara / saudari dimohon untuk mengisi pertanyaan berikut ini dengan memilih jawaban pada kolom yang telah disediakan dengan ketentuan :

Sangat Tidak Setuju (STS) = Bobot 1

Tidak Setuju (TS) = Bobot 2

Netral (N) = Bobot 3

Setuju (S) = Bobot 4

Sangat Setuju (SS) = Bobot 5

Layanan **PT FIF Group Cabang Cirebon** yang ditawarkan membuat Anda merasa *
puas.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Efisiensi operasi internal **PT FIF Group Cabang Cirebon** membuat Anda merasa *
puas.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Apakah sistem layanan **PT FIF Group Cabang Cirebon** membuat Anda merasa *
puas.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Sikap pegawai **PT FIF Group Cabang Cirebon** membuat Anda merasa puas. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Pengetahuan dan kemampuan profesional pegawai **PT FIF Group Cabang Cirebon** membuat Anda merasa puas. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Secara keseluruhan, layanan **PT FIF Group Cabang Cirebon** membuat Anda puas. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan formulir](#)

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Saudara / saudari dimohon untuk mengisi pertanyaan berikut ini dengan memilih jawaban pada kolom yang telah disediakan dengan ketentuan :

Sangat Tidak Setuju (STS) = Bobot 1

Tidak Setuju (TS) = Bobot 2

Netral (N) = Bobot 3

Setuju (S) = Bobot 4

Sangat Setuju (SS) = Bobot 5

Anda ingin melakukan transaksi kembali pada **PT FIF Group Cabang Cirebon.** *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Anda akan menggunakan **PT FIF Group Cabang Cirebon** terkait layanan bisnis lainnya. *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Anda akan terus mengunjungi **PT FIF Group Cabang Cirebon.** *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Meskipun biaya Perusahaan kami lebih tinggi, Anda masih bersedia untuk terus *
memilih layanan **PT FIF Group Cabang Cirebon**.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Anda merupakan pelanggan setia **PT FIF Group Cabang Cirebon**. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Apakah Anda merekomendasikan layanan **PT FIF Group Cabang Cirebon** kepada *
rekan Anda.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

PT FIF Group Cabang Cirebon adalah pilihan terbaik Anda. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

[Kembali](#)

[Berikutnya](#)

[Kosongkan formulir](#)

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir

Variabel Kesadaran Merek (M)

Saudara / saudari dimohon untuk mengisi pertanyaan berikut ini dengan memilih jawaban pada kolom yang telah disediakan dengan ketentuan :

Sangat Tidak Setuju (STS) = Bobot 1

Tidak Setuju (TS) = Bobot 2

Netral (N) = Bobot 3

Setuju (S) = Bobot 4

Sangat Setuju (SS) = Bobot 5

Di antara banyak perusahaan pembiayaan sepeda motor, jika dibandingkan, Anda * akan memprioritaskan **PT FIF Group Cabang Cirebon** dibandingkan perusahaan lainnya.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kantor cabang perusahaan kami lebih banyak daripada perusahaan lainnya * sehingga mudah untuk ditemukan.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Pangsa pasar layanan **PT FIF Group Cabang Cirebon** lebih besar dari perusahaan * lainnya.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kantor cabang perusahaan kami lebih banyak daripada perusahaan lainnya sehingga mudah untuk ditemukan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Pangsa pasar layanan **PT FIF Group Cabang Cirebon** lebih besar dari perusahaan lainnya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Nama **PT FIF Group Cabang Cirebon** mudah diingat. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Ketika Anda berpikir tentang perusahaan pembiayaan sepeda motor, pertama kali yang akan Anda pikirkan adalah **PT FIF Group Cabang Cirebon**. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

[Kembali](#)

[Kirim](#)

[Kosongkan formulir](#)

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. [Laporkan Penyalahgunaan](#) - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Google Formulir