

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada bab empat maka penulis mengambil kesimpulan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Hasil analisis persentase
 - a. Mayoritas responden Warung Iga adalah pria yaitu sebesar 55%.
 - b. Mayoritas responden berusia antara 20 sampai 34 tahun yaitu sebesar 44%.
 - c. Mayoritas responden mempunyai penghasilan kurang dari Rp. 600.000 yaitu sebesar 46%
2. Hasil analisis regresi
 - a. kualitas layanan secara imultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Besar pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan ditunjukkan sebesar 38,8%.
 - b. Kualitas layanan dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Besar pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen secara simultan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 42%.
 - c. Interaksi kualitas layanan dengan kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Besar pengaruh interaksi antara kualitas layanan dengan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan sebesar 45%. Hasil analisis ini memberikan bukti nyata dimana

kepuasan konsumen merupakan variabel mederator dari pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan akan menjadi semakin meningkat/besar dengan terciptanya atau meningkatnya kepuasan konsumen atas layanan yang diberikan Warung Iga.

3. Hasil analisis *One Sample T-test*

- a. Konsumen memiliki penilaian yang baik terhadap kualitas layanan Warung Iga.
- b. Konsumen memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kualitas layanan Warung Iga.
- c. Konsumen memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap Warung Iga.

4. Hasil analisis *Independent Sample T-test*

- a. Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas layanan Warung Iga ditinjau dari perbedaan jenis kelamin.
- b. Tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen atas kualitas layanan Warung Iga ditinjau dari perbedaan jenis kelamin.
- c. Tidak terdapat perbedaan tingkat loyalitas pelanggan terhadap Warung Iga ditinjau dari perbedaan jenis kelamin.

5. Hasil analisis *One Way Anova* berdasarkan perbedaan usia

- a. Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas layanan Warung Iga ditinjau dari perbedaan usia.
- b. Tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen atas kualitas layanan Warung Iga ditinjau dari perbedaan usia.

kepuasan konsumen merupakan variabel mederator dari pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan akan menjadi semakin meningkat/besar dengan terciptanya atau meningkatnya kepuasan konsumen atas layanan yang diberikan Warung Iga.

3. Hasil analisis *One Sample T-test*

- a. Konsumen memiliki penilaian yang baik terhadap kualitas layanan Warung Iga.
- b. Konsumen memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kualitas layanan Warung Iga.
- c. Konsumen memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap Warung Iga.

4. Hasil analisis *Independent Sample T-test*

- a. Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas layanan Warung Iga ditinjau dari perbedaan jenis kelamin.
- b. Tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen atas kualitas layanan Warung Iga ditinjau dari perbedaan jenis kelamin.
- c. Tidak terdapat perbedaan tingkat loyalitas pelanggan terhadap Warung Iga ditinjau dari perbedaan jenis kelamin.

5. Hasil analisis *One Way Anova* berdasarkan perbedaan usia

- a. Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas layanan Warung Iga ditinjau dari perbedaan usia.
- b. Tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen atas kualitas layanan Warung Iga ditinjau dari perbedaan usia.

- c. Tidak terdapat perbedaan tingkat loyalitas pelanggan terhadap kualitas layanan Warung Iga ditinjau dari perbedaan usia.
6. Hasil analisis *One Way Anova* berdasarkan perbedaan usia
 - a. Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap kualitas layanan Warung Iga ditinjau dari perbedaan tingkat penghasilan.
 - b. Tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen atas kualitas layanan Warung Iga ditinjau dari perbedaan tingkat penghasilan.
 - c. Tidak terdapat perbedaan tingkat loyalitas pelanggan terhadap kualitas layanan Warung Iga ditinjau dari perbedaan tingkat penghasilan.

5.2. Implikasi Manajerial

Pemasaran dewasa ini lebih diarahkan pada fokus pelayanan kualitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen hingga tercapainya kepuasan konsumen. Parasuraman et al., (1988:23), mendefinisikan kualitas layanan sebagai persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Dalam memberikan layanan kepada konsumen, pihak perusahaan dalam hal ini warung makan atau restoran sangat memperhatikan kualitas serta rasa dari makanan yang dijualnya. Pengukuran kualitas layanan dapat dilakukan dengan menggunakan skala *servqual* yang terdiri dari 5 dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Tindak lanjut dari kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen adalah menciptakan kepuasan konsumen. Semua kegiatan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan pada dasarnya bertujuan untuk

meningkatkan kepuasan konsumen atas jasa layanan yang diberikannya. Kotler (1997:10) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai sejauh mana anggapan kinerja produk atau jasa memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka pelanggan tidak puas, bila prestasi sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan merasa puas.

Dampak positif dari kualitas layanan yang baik serta kepuasan yang diperoleh konsumen atas jasa layanan adalah loyalitas. Loyalitas konsumen didefinisikan sebagai konsep yang menekankan pada runtutan pembelian yang dilakukan oleh seorang individu terhadap suatu produk/merek atau organisasi/perusahaan tertentu (Dharmmesta, 1999:15). Loyalitas konsumen pada suatu organisasi merupakan salah satu bukti nyata atas kemampuan suatu organisasi dalam memberikan pelayanan dan penciptaan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini memberikan bukti yang nyata dimana kualitas layanan dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini juga memberikan bukti empiris bahwa interaksi antara kualitas layanan dan kepuasan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Keadaan ini mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen merupakan variabel moderator (meningkatkan pengaruh) kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil lain dari penelitian ini adalah, konsumen memiliki penilaian yang baik pada kualitas layanan Warung Iga, konsumen memiliki kepuasan dan loyalitas yang tinggi terhadap Warung Iga. Berdasarkan perbedaan penilaian konsumen berdasarkan perbedaan jenis kelamin, usia dan penghasilan, dapat

diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen pada kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Warung Iga berdasarkan perbedaan jenis kelamin, usia dan penghasilan.

Berdasarkan hasil analisis ini maka penting bagi pihak manajemen Warung Iga untuk dapat menciptakan atau meningkatkan kepuasan konsumen dalam rangka meningkatkan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan di atas maka penulis memberikan saran kepada pihak manajemen Warung Iga antara lain adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan konsumen mampu meningkatkan (memoderasi) pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak manajemen Warung Iga untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan maupun produk yang dijual Warung Iga. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan meningkatkan pelayanan yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik (cepat, handal, menjaga higienitas produk) serta menjaga atau meningkatkan cita rasa dari produk andalan Warung Iga yaitu iga bakar.
2. Hasil analisis *One Sample T-test* dapat diketahui bahwa loyalitas konsumen pada Warung Iga relatif masih rendah atau belum optimal

(mean 3,7000). Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak manajemen Warung Iga harus dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada Warung Iga. Cara yang dapat selain dengan memberikan layanan dan menciptakan kepuasan pelanggan adalah dengan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, yaitu dengan memberikan pelayanan yang sama kepada setiap pelanggan. Hal ini berkaitan dengan hasil uji beda yang membuktikan tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen pada loyalitas pelanggan ditinjau dari perbedaan jenis kelamin, usia, dan penghasilan.

5.4. Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari terdapat beberapa keterbatasan yang dimiliki penulis dalam melakukan penelitian. Keterbatasan tersebut menyebabkan adanya kelemahan hasil penelitian ini. Keterbatasan tersebut antara lain adalah jumlah sampel yang digunakan hanya sebanyak 100 orang. Hal ini tidak representatif dari jumlah populasi yang sesungguhnya. Berdasarkan hal tersebut maka hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan secara umum terhadap konsumen Warung Iga. Selain itu variabel yang digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan hanya berkaitan dengan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Penulis menyarankan pada penelitian mendatang untuk menambahkan kualitas produk sebagai variabel independen yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Berkaitan dengan uji statistik yang digunakan, akan lebih baik jika menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan Amos atau LISREL.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A, (1997), *Manajemen Ekuitas Merek, Manfaat Nilai Suatu Merek* (Aris Ananda), Cetakan I, Penerbit Mitra Utama, Jakarta.
- Atmaja, Lukas Setia, (1997), *Statistik Bisnis*, Buku 2, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Cooper, Donald R dan William C. Emory., (1997), *Metode Penelitian Bisnis*, Jilid 1, Edisi Kelima, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Dajan, Anto, (1991), *Pengantar Metode Statistik*, Jilid 2, Penerbit LP3ES, Jakarta.
- Dharmayanti Diah., (2006), Analisis Dampak *Service Performance* Dan Kepuasan Sebagai *Moderating Variable* Terhadap Loyalitas Nasabah: Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 1. No. 1. Penerbit Universitas Petra Surabaya.
- Dharmesta, Basu Swastha., (1999), Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14. No. 3. Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Dutka, A., (1994), American Marketing Association, *AMA Handbook for Customer Satisfaction*, NTC Business Books.
- Grafin R, dan Lovelock, C., (1994), *Services Marketing*, 2nd ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall International, Inc.
- Hair Jr., J.F. R.E. Anderson, R.L, Tatham, and W.C. Black., (1998), *Multivariate Data Analysis: With Readings*, 5th ed, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Jogiyanto Hartono., (2004), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Penerbit BPFE Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Kotler, Philip., (1997), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Ketujuh, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad., (2003), *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A, dan Berry, LL., (1988), SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Volume 64 No 1.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A, dan Berry, LL., (1991), "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Retailing*, Volume 67 No 4.
- Santoso Singgih, (2001), *Statistik Parametrik*, Penerbit Elexmedia Komputindo, Jakarta.
- Schiffman, Leon G, Leslie Lazar Kanuk., (1987), *Consumer Behaviour*, United States of America : Prentice Hall, Inc.
- Sugiyono., (2000), *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kelima, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, U., (2004), *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Tjiptono, Fandy, (2002), *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua, Cetakan keenam, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Umar Husein., (2003), *Perilaku Organisasi*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.



LAMPIRAN I

KUESIONER

I. DATA DEMOGRAFI RESPONDEN

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (X) untuk setiap pertanyaan berikut ini sesuai dengan kondisi demografi Bapak/Ibu/Sdr/I:

1. Jenis kelamin Bapak/Ibu/Sdr/I:

- a. Pria
- b. Wanita

2. Usia Bapak/Ibu/Sdr/I saat ini:

- a. Kurang dari 20 tahun
- b. 20 – 34 tahun
- c. 35 – 49 tahun
- d. Lebih dari 49 tahun

3. Penghasilan Bapak/Ibu/Sdr/I dalam satu bulan:

- a. Kurang dari Rp. 600.000.
- b. Rp. 600.000 – Rp. 1.200.000
- c. > Rp. 1.200.000 – Rp. 1.800.000
- d. > Rp. 1.800.000 – Rp. 2.400.000
- e. Lebih dari Rp. 2.400.000

II. KUALITAS LAYANAN

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (X) untuk setiap pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Sdr/l mengenai kualitas layanan Warung Iga.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju; S = Setuju; CS = Cukup Setuju;
TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju.

A	Dimensi Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)	SS	S	CS	TS	STS
1	Tata ruang Warung Iga menarik secara visual.					
2	Meja dan kursi yang digunakan Warung Iga nyaman untuk digunakan.					
3	Karyawan Warung Iga selalu berpenampilan menarik.					
4	Warung Iga menggunakan peralatan yang modern.					

B	Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>)	SS	S	CS	TS	STS
1	Warung Iga selalu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan pada konsumen.					
2	Warung Iga selalu memberikan perhatian serius pada konsumen yang mengalami masalah.					
3	Karyawan Warung Iga selalu jujur dalam menjelaskan kepada konsumen mengenai makanan yang dijualnya.					
4	Pelayanan yang diberikan pihak Warung Iga pada konsumen dilakukan dengan baik sejak pertama kali.					
5	Warung Iga selalu buka dan tutup dengan tepat waktu.					

C	Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	SS	S	CS	TS	STS
1	Karyawan Warung Iga memberikan penjelasan dengan terperinci pada saat memberikan pelayanan pada konsumen.					
2	Karyawan Warung Iga memberi pelayanan dengan segera.					
3	Karyawan Warung Iga selalu siap membantu sesuai dengan kebutuhan konsumen.					
4	Karyawan Warung Iga selalu menanggapi permintaan konsumen.					



D	Dimensi Jaminan (Assurance)	SS	S	CS	TS	STS
1	Karyawan Warung Iga dapat menanamkan rasa percaya kepada konsumen.					
2	Karyawan Warung Iga sabar dalam memberikan layanan kepada para konsumen.					
3	Karyawan Warung Iga selalu berlaku sopan terhadap konsumen.					
4	Warung Iga selalu memberikan jaminan atas pelayanan yang diberikan pada konsumen.					

E	Dimensi Empati (Empathy)	SS	S	CS	TS	STS
1	Pihak manajemen Warung Iga memberikan perhatian yang baik kepada konsumen.					
2	Pihak manajemen Warung Iga memberikan perhatian secara individu kepada konsumen.					
3	Pihak manajemen Warung Iga memahami keperluan /kebutuhan spesifik konsumen.					
4	Pihak manajemen Warung Iga selalu memperhatikan kepentingan konsumen.					
5	Warung Iga memiliki jam operasi sesuai dengan kebutuhan konsumen.					

III. KEPUASAN KONSUMEN

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (X) untuk setiap pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Sdr/l mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan Warung Iga.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju; S = Setuju; CS = Cukup Setuju;
TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju.

	Kepuasan Konsumen	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya puas atas fasilitas fisik Warung Iga.					
2	Saya puas atas kehandalam pelayanan Warung Iga.					
3	Saya puas atas kecepatan pelayanan Warung Iga					
4	Saya puas atas kualitas menu makanan dan minuman Warung Iga					
5	Saya puas atas perhatian yang diberikan oleh karyawan maupun manajemen Warung Iga					

IV. LOYALITAS KONSUMEN

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (X) untuk setiap pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Sdr/I mengenai loyalitas konsumen terhadap Warung Iga.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju; S = Setuju; CS = Cukup Setuju;
TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju.

	Loyalitas Konsumen	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya yakin saya melakukan hal yang benar dengan membeli makanan di Warung Iga.					
2	Saya senang dengan keputusan saya membeli makanan di Warung Iga.					
3	Saya akan membeli makanan di Warung Iga di kemudian hari					
4	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli makanan di Warung Iga					



LAMPIRAN II

Tangibles

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.694	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tangibles_1	11.72	3.820	.303	.746
Tangibles_2	11.55	3.341	.508	.610
Tangibles_3	11.18	3.402	.590	.562
Tangibles_4	10.97	3.565	.551	.589

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.14	5.697	2.387	4

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Reliability_1	16.01	7.586	.598	.868
Reliability_2	15.76	7.881	.757	.831
Reliability_3	15.92	7.327	.672	.849
Reliability_4	15.69	7.368	.743	.830
Reliability_5	15.74	7.528	.734	.833

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19.78	11.406	3.377	5

Responsiveness

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Responsiveness_1	12.51	3.525	.685	.766
Responsiveness_2	12.33	3.698	.615	.798
Responsiveness_3	12.40	3.717	.601	.804
Responsiveness_4	12.23	3.654	.713	.755

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.49	6.131	2.476	4

Assurance

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Assurance_1	11.88	4.066	.794	.731
Assurance_2	12.25	3.987	.594	.817
Assurance_3	11.85	3.826	.693	.767
Assurance_4	11.39	4.422	.574	.819

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.79	6.854	2.618	4

Empathy

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Empathy_1	15.99	6.333	.693	.848
Empathy_2	15.77	6.825	.700	.842
Empathy_3	16.29	6.996	.705	.841
Empathy_4	16.10	7.182	.748	.834
Empathy_5	16.17	7.213	.662	.851

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20.08	10.458	3.234	5

Kepuasan Konsumen

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kepuasan_1	15.09	11.133	.623	.870
Kepuasan_2	15.21	9.400	.654	.862
Kepuasan_3	15.25	8.715	.782	.828
Kepuasan_4	15.28	9.416	.741	.839
Kepuasan_5	15.13	9.104	.752	.836

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18.99	14.475	3.805	5

Loyalitas Pelanggan

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Loyalitas_1	11.11	5.654	.710	.893
Loyalitas_2	11.08	4.660	.829	.850
Loyalitas_3	11.11	4.907	.796	.862
Loyalitas_4	11.10	5.404	.781	.869

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.80	8.869	2.978	4



LAMPIRAN III

Frequency Table

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	55	55.0	55.0	55.0
	Wanita	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	36	36.0	36.0	36.0
	20 - 34 tahun	44	44.0	44.0	80.0
	35 - 49 tahun	14	14.0	14.0	94.0
	> 49 tahun	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 600.000	46	46.0	46.0	46.0
	Rp. 600.000 Rp. 1.200.000	29	29.0	29.0	75.0
	> Rp. 1.200.000 Rp. 1.800.000	10	10.0	10.0	85.0
	> Rp. 1.800.000 Rp. 2.400.000	12	12.0	12.0	97.0
	> Rp. 2.400.000	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas _a layanan		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.628 ^a	.394	.388	.58229

a. Predictors: (Constant), Kualitas layanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.647	1	21.647	63.842	.000 ^a
	Residual	33.228	98	.339		
	Total	54.875	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.449	.411			1.092	.277
	Kualitas layanan	.819	.103	.628		7.990	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan konsumen, Kualitas _a layanan		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.431	.420	.56717

a. Predictors: (Constant), Kepuasan konsumen, Kualitas layanan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23.672	2	11.836	36.793	.000 ^b
	Residual	31.203	97	.322		
	Total	54.875	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan konsumen, Kualitas layanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.545	.402			1.356	.178
	Kualitas layanan	.508	.159	.390		3.192	.002
	Kepuasan konsumen	.300	.119	.306		2.509	.014

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas layanan*Kepuasan konsumen, Kualitas layanan, Kepuasan konsumen		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 ^a	.467	.450	.55209

a. Predictors: (Constant), Kualitas layanan*Kepuasan konsumen, Kualitas layanan, Kepuasan konsumen

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.614	3	8.538	28.011	.000 ^a
	Residual	29.261	96	.305		
	Total	54.875	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas layanan*Kepuasan konsumen, Kualitas layanan, Kepuasan konsumen

b. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	3.978	1.415		2.811	.006
	Kualitas layanan	-.436	.405	-.334	-1.077	.284
	Kepuasan konsumen	-.668	.401	-.683	-1.668	.099
	Kualitas layanan*Kepuasan konsumen	.259	.103	1.629	2.524	.013

a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan



serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN V

T-Test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kualitas layanan	100	3.9673	.57063	.05706
Kepuasan konsumen	100	3.7980	.76091	.07609
Loyalitas pelanggan	100	3.7000	.74451	.07445

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Kualitas layanan	16.951	99	.000	.96727
Kepuasan konsumen	10.487	99	.000	.79800
Loyalitas pelanggan	9.402	99	.000	.70000



T-Test

Group Statistics

	Jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation
Kualitas layanan	Pria	55	3.9198	.55903
	Wanita	45	4.0253	.58553
Kepuasan konsumen	Pria	55	3.7600	.75464
	Wanita	45	3.8444	.77447
Loyalitas pelanggan	Pria	55	3.6318	.70359
	Wanita	45	3.7833	.79165

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Kualitas layanan	Equal variances assumed	-.918	98	.361
	Equal variances not assumed	-.914	92.281	.363
Kepuasan konsumen	Equal variances assumed	-.550	98	.583
	Equal variances not assumed	-.549	93.123	.585
Loyalitas pelanggan	Equal variances assumed	-1.013	98	.314
	Equal variances not assumed	-1.001	88.971	.320



Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation
Kualitas layanan	< 20 tahun	36	4.0732	.47862
	20 - 34 tahun	44	3.9277	.66069
	35 - 49 tahun	14	3.8149	.47888
	> 49 tahun	6	3.9773	.57765
	Total	100	3.9673	.57063
Kepuasan konsumen	< 20 tahun	36	3.9500	.69508
	20 - 34 tahun	44	3.7636	.79915
	35 - 49 tahun	14	3.6143	.79407
	> 49 tahun	6	3.5667	.78401
	Total	100	3.7980	.76091
Loyalitas pelanggan	< 20 tahun	36	3.7500	.70711
	20 - 34 tahun	44	3.6477	.80932
	35 - 49 tahun	14	3.7143	.79576
	> 49 tahun	6	3.7500	.38730
	Total	100	3.7000	.74451

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kualitas layanan	Between Groups	.799	3	.266	.813	.490
	Within Groups	31.437	96	.327		
	Total	32.236	99			
Kepuasan konsumen	Between Groups	1.677	3	.559	.965	.413
	Within Groups	55.642	96	.580		
	Total	57.320	99			
Loyalitas pelanggan	Between Groups	.228	3	.076	.134	.940
	Within Groups	54.647	96	.569		
	Total	54.875	99			

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation
Kualitas layanan	< Rp. 600.000	46	4.0069	.55496
	Rp. 600.000 Rp. 1.200.000	29	3.9953	.67762
	> Rp. 1.200.000 Rp. 1.800.000	10	3.7909	.26866
	> Rp. 1.800.000 Rp. 2.400.000	12	3.9394	.62032
	> Rp. 2.400.000	3	3.7879	.25034
Total	100	3.9673	.57063	
Kepuasan konsumen	< Rp. 600.000	46	3.8783	.79496
	Rp. 600.000 Rp. 1.200.000	29	3.8621	.71933
	> Rp. 1.200.000 Rp. 1.800.000	10	3.5600	.61680
	> Rp. 1.800.000 Rp. 2.400.000	12	3.6500	.88677
	> Rp. 2.400.000	3	3.3333	.46188
Total	100	3.7980	.76091	
Loyalitas pelanggan	< Rp. 600.000	46	3.7228	.77141
	Rp. 600.000 Rp. 1.200.000	29	3.7241	.77731
	> Rp. 1.200.000 Rp. 1.800.000	10	3.3250	.64603
	> Rp. 1.800.000 Rp. 2.400.000	12	3.9792	.60733
	> Rp. 2.400.000	3	3.2500	.43301
Total	100	3.7000	.74451	

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kualitas layanan	Between Groups	.512	4	.128	.383	.820
	Within Groups	31.724	95	.334		
	Total	32.236	99			
Kepuasan konsumen	Between Groups	1.892	4	.473	.811	.521
	Within Groups	55.427	95	.583		
	Total	57.320	99			
Loyalitas pelanggan	Between Groups	2.990	4	.747	1.369	.251
	Within Groups	51.885	95	.546		
	Total	54.875	99			



LAMPIRAN VII

Case Summaries

	Jenis kelamin	Usia	Penghasilan	Tangibles_1	Tangibles_2	Tangibles_3	Tangibles_4	Reliability_1
1	1	2	2	3	2	3	3	2
2	1	1	1	4	4	4	4	3
3	2	2	1	3	3	4	4	3
4	1	4	5	3	3	4	3	3
5	2	2	2	4	5	5	5	5
6	1	1	1	4	5	5	4	4
7	1	2	1	3	4	4	4	3
8	2	3	4	4	5	5	5	5
9	1	2	2	4	5	5	5	5
10	2	1	1	5	4	5	4	4
11	1	2	2	4	5	4	3	4
12	2	1	1	5	5	5	5	5
13	2	2	2	3	2	5	3	3
14	1	3	3	3	3	4	3	4
15	1	2	2	4	5	4	4	4
16	1	1	1	3	3	4	4	4
17	1	1	1	4	5	5	5	4
18	2	2	2	4	4	5	5	5
19	1	2	3	3	3	4	4	4
20	1	4	2	4	5	4	4	4
21	1	2	1	4	5	4	4	4
22	2	3	3	3	4	4	4	3
23	2	1	1	3	3	4	4	4
24	1	1	1	4	4	4	4	4
25	2	2	2	5	5	5	5	5
26	1	2	3	3	4	4	4	4
27	2	1	1	3	2	4	3	3
28	2	1	2	4	3	4	4	4
29	1	2	2	3	3	2	3	2
30	2	3	2	5	3	4	4	4
31	2	1	1	3	4	4	4	3
32	1	1	1	4	4	4	4	4
33	2	1	1	4	3	4	4	4
34	1	4	4	3	2	3	3	3
35	1	3	4	3	4	4	4	3
36	1	1	1	3	4	4	4	4
37	2	1	1	5	4	5	5	5
38	1	2	2	4	4	4	4	4
39	2	2	2	4	4	5	5	5
40	1	2	2	3	2	3	3	3
41	2	2	2	1	3	4	3	3
42	2	1	1	3	4	4	4	4
43	2	2	2	3	4	5	5	5
44	1	2	2	2	3	4	5	3
45	1	2	1	3	4	4	4	4
46	1	2	1	3	4	3	5	4
47	2	3	5	5	2	2	4	3
48	1	3	4	1	4	4	4	2
49	2	3	4	2	2	4	4	3
50	2	1	2	2	3	3	4	4
51	1	1	1	1	4	4	5	3
52	2	2	2	3	5	5	5	5
53	1	2	3	3	4	3	4	4
54	1	4	4	3	5	5	5	5
55	1	2	4	4	4	4	5	3
56	1	2	1	4	4	4	5	5

Case Summaries

	Jenis kelamin	Usia	Penghasilan	Tangibles_1	Tangibles_2	Tangibles_3	Tangibles_4	Reliability_1
57	1	2	1	4	4	4	5	5
58	2	1	1	5	3	4	4	4
59	2	2	2	3	3	2	3	3
60	1	3	4	4	3	2	4	4
61	1	3	4	4	3	5	5	5
62	2	2	3	4	4	4	4	2
63	2	2	2	4	3	3	5	3
64	1	2	1	2	2	3	3	3
65	2	2	1	4	4	3	4	2
66	1	2	3	3	4	4	4	4
67	1	1	1	4	4	4	5	4
68	1	1	1	4	3	3	4	3
69	1	1	1	4	4	5	5	4
70	2	2	2	4	2	4	5	5
71	2	3	3	1	3	3	4	3
72	1	2	1	4	3	4	5	4
73	2	1	1	3	4	4	4	4
74	2	1	1	3	3	2	2	2
75	1	2	1	3	4	4	4	4
76	2	3	5	3	3	4	5	3
77	1	3	4	4	3	3	4	4
78	1	2	2	4	3	4	4	5
79	2	1	1	5	2	4	5	5
80	2	1	1	3	4	4	4	4
81	1	2	2	3	3	4	4	4
82	2	1	1	4	4	5	5	5
83	2	1	1	4	4	4	5	5
84	2	1	1	4	4	4	5	4
85	1	2	2	4	4	4	4	4
86	1	1	1	4	4	5	4	3
87	2	1	1	3	4	3	4	4
88	1	1	1	3	3	4	3	3
89	2	2	2	2	5	5	5	5
90	2	4	4	2	3	4	4	5
91	1	2	1	2	2	2	2	1
92	1	1	1	3	3	4	5	3
93	1	4	4	3	4	4	5	3
94	1	2	3	4	4	4	4	3
95	1	1	1	5	4	4	3	3
96	2	3	2	3	3	4	5	3
97	2	1	1	4	3	5	5	5
98	2	1	1	3	4	5	5	5
99	1	2	3	3	3	3	3	4
100	1	2	2	3	3	4	5	3

Case Summaries

	Reliability_2	Reliability_3	Reliability_4	Reliability_5	Responsiveness_1	Responsiveness_2	Responsiveness_3
1	3	3	3	2	3	3	2
2	4	3	5	5	5	5	4
3	4	4	4	4	4	5	4
4	4	3	3	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	5	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	3
8	5	5	5	5	5	5	4
9	4	5	4	4	4	4	4
10	4	4	4	5	5	5	4
11	4	4	4	5	4	5	3
12	5	5	5	5	5	5	5
13	3	3	2	3	3	3	4
14	4	3	3	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	3
16	4	4	4	4	4	4	4
17	5	5	5	4	5	5	4
18	5	4	5	4	4	5	5
19	4	4	4	4	4	4	5
20	4	4	3	4	5	4	4
21	4	4	3	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4
24	4	3	3	3	3	3	3
25	5	5	5	5	5	5	5
26	4	3	3	3	4	3	4
27	3	4	4	4	4	4	5
28	4	4	4	4	4	4	4
29	2	3	2	2	2	3	2
30	4	4	4	4	4	3	3
31	4	4	4	4	3	4	4
32	4	4	4	3	3	4	4
33	3	3	3	3	3	3	3
34	3	3	2	2	3	3	2
35	4	4	4	4	4	4	4
36	5	4	4	5	4	4	5
37	4	4	4	4	4	4	5
38	4	4	4	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5
40	3	3	3	3	3	4	4
41	4	4	4	4	4	4	5
42	4	1	4	4	4	4	5
43	5	5	5	4	4	5	4
44	4	4	5	5	4	5	5
45	4	3	5	4	4	5	4
46	3	4	5	3	3	3	5
47	3	4	4	4	4	5	4
48	5	2	4	4	4	2	5
49	3	3	2	3	3	3	4
50	4	4	4	4	3	4	4
51	4	4	4	4	5	4	5
52	5	4	5	5	5	4	5
53	4	4	4	4	4	4	4
54	5	5	5	5	5	5	5
55	4	4	5	5	4	5	4
56	5	4	4	4	4	4	4

Case Summaries

	Reliability_2	Reliability_3	Reliability_4	Reliability_5	Responsiveness_1	Responsiveness_2	Responsiveness_3
57	5	5	5	4	5	5	5
58	4	3	3	4	3	4	4
59	2	3	3	3	3	2	3
60	4	2	4	4	3	4	4
61	4	5	5	5	5	5	2
62	4	4	4	4	4	4	4
63	3	3	3	4	4	4	4
64	2	2	3	2	2	3	3
65	3	3	4	4	3	4	4
66	4	4	3	3	3	3	5
67	4	4	4	4	4	4	4
68	3	3	3	3	4	3	3
69	5	5	5	5	5	5	5
70	4	2	4	4	4	4	4
71	4	3	4	4	3	4	4
72	4	4	5	4	4	5	5
73	4	4	4	4	4	4	4
74	3	2	3	2	2	3	3
75	4	4	5	4	4	4	4
76	4	4	5	5	4	5	5
77	4	3	4	5	5	5	4
78	5	5	5	5	5	4	4
79	5	5	5	5	5	4	4
80	5	2	4	4	4	4	5
81	4	5	5	4	4	5	5
82	5	4	4	4	4	4	4
83	5	5	5	4	4	5	4
84	4	5	4	4	4	5	4
85	4	3	3	4	4	4	4
86	5	5	5	5	5	5	5
87	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5	5	5
90	4	5	5	5	4	5	5
91	3	2	3	2	2	3	2
92	4	4	5	4	5	5	4
93	4	5	5	4	4	5	4
94	4	4	4	5	5	5	4
95	4	4	4	5	5	4	4
96	4	4	5	4	3	5	3
97	4	5	5	5	4	5	5
98	5	5	5	5	4	5	4
99	3	4	4	3	3	3	4
100	4	5	5	5	5	5	5

Case Summaries

	Responsiveness_4	Assurance_1	Assurance_2	Assurance_3	Assurance_4	Empathy_1	Empathy_2
1	2	2	3	2	3	2	2
2	5	4	5	3	5	5	5
3	4	3	3	3	4	3	4
4	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	5	4	4	4
7	4	4	4	4	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5
9	4	5	4	5	5	5	5
10	5	5	4	4	5	5	4
11	4	4	3	4	5	5	4
12	5	5	5	5	5	5	5
13	3	3	4	3	3	4	3
14	4	4	4	4	5	4	5
15	4	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	4	4	5	3
17	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	4	4	5	4	4
19	5	3	3	3	4	4	4
20	5	4	3	5	5	4	5
21	5	4	3	5	5	4	5
22	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	3	3	5	4	4
24	4	3	3	3	4	4	4
25	5	5	5	5	5	5	5
26	4	3	3	4	4	4	4
27	5	3	2	2	4	2	3
28	4	4	4	4	4	4	4
29	3	3	3	3	2	4	3
30	4	4	3	3	5	4	4
31	4	4	3	4	5	4	5
32	4	3	3	3	4	4	4
33	4	3	3	3	3	3	3
34	3	3	2	5	4	3	2
35	4	4	4	4	5	4	5
36	4	4	5	4	5	5	5
37	5	4	4	4	4	4	5
38	5	4	4	4	5	5	5
39	5	5	4	4	5	5	5
40	3	3	3	3	3	2	3
41	5	4	4	5	5	5	5
42	5	3	2	4	5	5	5
43	4	4	4	5	5	5	5
44	5	4	2	3	4	3	5
45	4	4	3	5	5	5	5
46	4	4	4	4	5	4	5
47	5	4	2	3	5	2	3
48	5	4	3	4	5	2	5
49	3	3	2	3	3	2	4
50	4	4	3	4	4	4	4
51	4	4	4	4	5	4	5
52	4	4	3	5	5	4	5
53	3	4	4	4	5	4	5
54	4	4	4	5	5	5	5
55	5	4	2	4	5	5	5
56	5	4	4	5	4	4	4

Case Summaries

	Responsiveness_4	Assurance_1	Assurance_2	Assurance_3	Assurance_4	Empathy_1	Empathy_2
57	4	4	3	4	4	4	5
58	5	4	4	4	5	4	4
59	3	3	3	2	3	3	3
60	4	2	2	3	4	3	4
61	4	5	5	5	5	5	4
62	4	3	3	3	4	4	4
63	4	4	3	3	4	3	3
64	3	2	3	2	2	2	3
65	4	4	3	4	3	3	3
66	5	3	2	5	5	5	5
67	4	4	4	4	4	4	4
68	3	4	4	4	4	4	4
69	5	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4
71	4	3	1	3	4	4	3
72	5	4	4	4	5	4	5
73	4	4	3	3	4	3	3
74	3	3	2	3	3	3	3
75	5	4	4	4	5	5	5
76	4	4	3	3	4	4	4
77	5	4	3	4	3	3	5
78	4	5	4	5	4	5	4
79	4	5	5	5	4	5	5
80	5	4	4	5	5	5	5
81	5	4	4	5	5	5	5
82	5	4	4	5	5	5	5
83	4	4	3	5	5	5	5
84	5	4	4	5	5	3	5
85	4	4	4	4	5	5	5
86	5	5	5	5	5	5	5
87	4	4	4	4	5	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	5	5	5	5
90	4	4	5	4	5	4	5
91	2	3	3	3	3	2	3
92	4	4	4	3	4	3	4
93	4	4	3	4	5	5	5
94	5	5	4	4	5	5	4
95	5	5	4	4	5	5	4
96	4	4	3	3	5	5	5
97	5	4	3	4	5	5	5
98	5	5	4	5	5	5	5
99	4	3	3	3	5	5	5
100	5	4	3	3	4	3	5

Case Summaries

	Empathy_3	Empathy_4	Empathy_5	Kepuasan_1	Kepuasan_2	Kepuasan_3	Kepuasan_4	Kepuasan_5
1	2	2	2	4	2	2	2	3
2	3	4	4	4	3	4	4	5
3	4	5	4	3	2	4	2	2
4	3	4	4	4	3	4	3	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5
6	4	4	5	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	3	3	3	3
8	4	4	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	4
10	4	4	5	4	5	4	5	5
11	3	4	4	4	4	3	4	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5
13	3	4	4	4	5	4	4	5
14	4	4	4	4	3	4	4	5
15	3	3	4	4	4	3	3	3
16	4	4	4	4	3	4	4	4
17	4	5	5	5	4	4	5	5
18	3	4	5	5	5	4	4	4
19	3	3	4	4	4	5	3	4
20	3	4	4	4	4	4	4	4
21	3	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	5	4	4	5	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4
24	3	3	4	4	3	3	2	3
25	5	5	5	3	5	5	5	5
26	4	4	4	4	3	4	3	4
27	4	4	3	3	4	3	3	2
28	4	4	4	3	3	2	3	3
29	3	3	2	3	2	2	2	3
30	4	4	4	4	3	3	4	4
31	4	4	4	3	4	3	3	2
32	3	3	4	3	3	2	3	3
33	3	3	4	3	2	3	3	3
34	3	3	3	4	2	2	1	2
35	4	4	4	4	4	3	4	3
36	5	4	4	5	4	5	4	5
37	4	4	5	4	4	5	4	4
38	5	5	4	4	5	5	4	5
39	5	5	5	3	5	5	5	5
40	2	3	3	3	2	3	2	2
41	5	5	4	4	3	3	4	3
42	5	5	4	4	4	4	3	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	5	3	2	3
45	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	3	4	4	4	4	5
47	3	4	2	3	5	2	2	2
48	4	4	4	5	2	5	4	5
49	3	3	4	3	2	3	3	2
50	3	4	3	4	3	3	3	4
51	4	4	4	4	3	3	4	4
52	4	4	5	4	4	5	5	4
53	4	4	3	4	4	4	4	4
54	3	3	3	3	3	3	4	3
55	4	5	4	4	4	4	3	3
56	4	4	4	5	5	5	5	4

Case Summaries

	Empathy_3	Empathy_4	Empathy_5	Kepuasan_1	Kepuasan_2	Kepuasan_3	Kepuasan_4	Kepuasan_5
57	5	5	4	4	5	5	5	5
58	4	3	4	4	3	4	4	3
59	3	3	3	4	5	5	5	4
60	3	3	2	3	2	2	3	3
61	3	5	5	5	5	5	4	5
62	4	4	4	4	3	3	3	2
63	3	4	3	4	4	4	4	3
64	3	2	3	3	2	1	2	2
65	3	3	2	3	2	3	3	2
66	5	3	4	4	4	3	3	2
67	4	4	4	4	4	4	4	4
68	3	4	3	5	4	4	5	4
69	5	5	4	4	5	4	4	5
70	4	4	4	4	4	4	4	4
71	3	3	3	3	3	2	3	3
72	4	4	4	4	5	3	3	5
73	4	4	4	4	4	4	4	4
74	3	3	3	2	1	2	3	3
75	4	4	4	4	4	4	4	5
76	3	4	4	4	4	3	3	4
77	3	4	4	4	4	3	4	3
78	5	5	4	5	4	5	5	5
79	5	5	4	5	5	5	5	5
80	4	4	4	4	4	5	4	5
81	5	5	4	3	5	5	3	4
82	4	4	5	5	5	5	4	5
83	4	4	4	4	4	5	5	4
84	4	4	4	4	5	4	3	4
85	4	4	4	4	4	3	4	5
86	5	5	5	5	5	4	5	5
87	4	4	3	4	4	3	3	5
88	4	4	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	4	4	4	4	4
90	3	4	4	4	4	5	4	5
91	2	3	2	1	2	1	3	3
92	3	3	4	4	5	4	4	4
93	4	5	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	5	3	4	4
95	4	4	4	4	4	4	5	5
96	3	4	4	4	3	3	2	3
97	3	4	5	4	3	5	4	5
98	5	5	5	4	4	5	5	5
99	4	4	3	3	2	2	3	3
100	4	4	4	3	5	5	3	4

Case Summaries

	Loyalitas_1	Loyalitas_2	Loyalitas_3	Loyalitas_4
1	2	2	3	3
2	3	2	3	3
3	3	3	2	3
4	3	4	4	3
5	4	5	5	5
6	4	4	4	4
7	4	4	4	4
8	5	5	5	5
9	5	5	4	4
10	4	5	5	4
11	3	4	4	4
12	5	5	5	5
13	2	2	3	2
14	4	3	4	4
15	3	4	3	3
16	4	4	4	3
17	3	2	2	2
18	4	4	4	4
19	3	4	4	3
20	4	4	4	4
21	4	4	3	4
22	4	4	4	4
23	4	4	3	4
24	3	2	3	3
25	5	4	5	5
26	4	4	3	3
27	3	2	3	3
28	4	4	3	4
29	2	2	2	3
30	4	3	4	3
31	4	3	3	4
32	3	3	3	3
33	3	2	3	3
34	5	4	4	4
35	4	4	3	3
36	4	4	4	4
37	4	4	4	4
38	5	5	5	5
39	5	5	5	5
40	4	4	4	5
41	3	3	4	4
42	4	4	3	3
43	4	4	4	4
44	4	4	3	3
45	4	4	4	4
46	4	4	3	3
47	3	2	3	3
48	4	4	3	3
49	4	5	5	4
50	3	3	3	4
51	4	3	3	3
52	3	4	4	4
53	4	4	4	4
54	3	4	3	3
55	3	3	3	4
56	4	5	5	4

Case Summaries

	Loyalitas_1	Loyalitas_2	Loyalitas_3	Loyalitas_4
57	4	5	5	5
58	4	4	4	4
59	3	3	2	3
60	4	5	5	4
61	4	5	5	5
62	3	2	3	3
63	3	4	3	4
64	2	2	2	3
65	4	5	4	5
66	3	3	2	3
67	4	4	4	4
68	3	4	4	4
69	5	3	3	3
70	4	5	4	4
71	3	2	2	2
72	4	4	4	3
73	4	3	4	4
74	3	2	2	2
75	4	4	3	4
76	3	3	4	4
77	3	4	5	3
78	5	5	4	4
79	5	5	5	5
80	4	4	5	4
81	4	4	4	4
82	4	4	5	5
83	4	4	4	4
84	4	4	4	4
85	3	2	3	3
86	5	5	5	4
87	4	4	4	4
88	4	4	4	4
89	4	4	4	4
90	3	4	5	4
91	1	2	2	2
92	3	4	4	4
93	4	4	3	3
94	4	4	4	4
95	4	4	4	4
96	3	3	3	2
97	3	4	4	5
98	5	5	5	5
99	3	3	2	3
100	4	4	4	4



LAMPIRAN IX

TABEL DISTRIBUSI R

Df	5%	DF	5%	DF	5%	DF	5%
1	0,997	51	0,271	101	0,194	151	0,159
2	0,950	52	0,268	102	0,193	152	0,158
3	0,878	53	0,266	103	0,192	153	0,158
4	0,811	54	0,263	104	0,191	154	0,157
5	0,754	55	0,261	105	0,190	155	0,157
6	0,707	56	0,259	106	0,189	156	0,156
7	0,666	57	0,256	107	0,188	157	0,156
8	0,632	58	0,254	108	0,187	158	0,155
9	0,602	59	0,252	109	0,187	159	0,155
10	0,576	60	0,250	110	0,186	160	0,154
11	0,553	61	0,248	111	0,185	161	0,154
12	0,532	62	0,246	112	0,184	162	0,153
13	0,514	63	0,244	113	0,183	163	0,153
14	0,497	64	0,242	114	0,182	164	0,152
15	0,482	65	0,240	115	0,182	165	0,152
16	0,468	66	0,239	116	0,181	166	0,151
17	0,456	67	0,237	117	0,180	167	0,151
18	0,444	68	0,235	118	0,179	168	0,151
19	0,433	69	0,234	119	0,179	169	0,150
20	0,423	70	0,232	120	0,178	170	0,150
21	0,413	71	0,230	121	0,177	171	0,149
22	0,404	72	0,229	122	0,176	172	0,149
23	0,396	73	0,227	123	0,176	173	0,148
24	0,388	74	0,226	124	0,175	174	0,148
25	0,381	75	0,224	125	0,174	175	0,148
26	0,374	76	0,223	126	0,174	176	0,147
27	0,367	77	0,221	127	0,173	177	0,147
28	0,361	78	0,220	128	0,172	178	0,146
29	0,355	79	0,219	129	0,172	179	0,146
30	0,349	80	0,217	130	0,171	180	0,146
31	0,344	81	0,216	131	0,170	181	0,145
32	0,339	82	0,215	132	0,170	182	0,145
33	0,334	83	0,213	133	0,169	183	0,144
34	0,329	84	0,212	134	0,168	184	0,144
35	0,325	85	0,211	135	0,168	185	0,144
36	0,320	86	0,210	136	0,167	186	0,143
37	0,316	87	0,208	137	0,167	187	0,143
38	0,312	88	0,207	138	0,166	188	0,142
39	0,308	89	0,206	139	0,165	189	0,142
40	0,304	90	0,205	140	0,165	190	0,142
41	0,301	91	0,204	141	0,164	191	0,141
42	0,297	92	0,203	142	0,164	192	0,141
43	0,294	93	0,202	143	0,163	193	0,141
44	0,291	94	0,201	144	0,163	194	0,140
45	0,288	95	0,200	145	0,162	195	0,140
46	0,285	96	0,199	146	0,161	196	0,139
47	0,282	97	0,198	147	0,161	197	0,139
48	0,279	98	0,197	148	0,160	198	0,139
49	0,276	99	0,196	149	0,160	199	0,138
50	0,273	100	0,195	150	0,159	200	0,138

TABEL DISTRIBUSI T

DF	10%	5%	DF	10%	5%	DF	10%	5%	DF	10%	5%
1	6,314	12,706	51	1,675	2,008	101	1,660	1,984	151	1,655	1,976
2	2,920	4,303	52	1,675	2,007	102	1,660	1,983	152	1,655	1,976
3	2,353	3,182	53	1,674	2,006	103	1,660	1,983	153	1,655	1,976
4	2,132	2,776	54	1,674	2,005	104	1,660	1,983	154	1,655	1,975
5	2,015	2,571	55	1,673	2,004	105	1,659	1,983	155	1,655	1,975
6	1,943	2,447	56	1,673	2,003	106	1,659	1,983	156	1,655	1,975
7	1,895	2,365	57	1,672	2,002	107	1,659	1,982	157	1,655	1,975
8	1,860	2,306	58	1,672	2,002	108	1,659	1,982	158	1,655	1,975
9	1,833	2,262	59	1,671	2,001	109	1,659	1,982	159	1,654	1,975
10	1,812	2,228	60	1,671	2,000	110	1,659	1,982	160	1,654	1,975
11	1,796	2,201	61	1,670	2,000	111	1,659	1,982	161	1,654	1,975
12	1,782	2,179	62	1,670	1,999	112	1,659	1,981	162	1,654	1,975
13	1,771	2,160	63	1,669	1,998	113	1,658	1,981	163	1,654	1,975
14	1,761	2,145	64	1,669	1,998	114	1,658	1,981	164	1,654	1,975
15	1,753	2,131	65	1,669	1,997	115	1,658	1,981	165	1,654	1,974
16	1,746	2,120	66	1,668	1,997	116	1,658	1,981	166	1,654	1,974
17	1,740	2,110	67	1,668	1,996	117	1,658	1,980	167	1,654	1,974
18	1,734	2,101	68	1,668	1,995	118	1,658	1,980	168	1,654	1,974
19	1,729	2,093	69	1,667	1,995	119	1,658	1,980	169	1,654	1,974
20	1,725	2,086	70	1,667	1,994	120	1,658	1,980	170	1,654	1,974
21	1,721	2,080	71	1,667	1,994	121	1,658	1,980	171	1,654	1,974
22	1,717	2,074	72	1,666	1,993	122	1,657	1,980	172	1,654	1,974
23	1,714	2,069	73	1,666	1,993	123	1,657	1,979	173	1,654	1,974
24	1,711	2,064	74	1,666	1,993	124	1,657	1,979	174	1,654	1,974
25	1,708	2,060	75	1,665	1,992	125	1,657	1,979	175	1,654	1,974
26	1,706	2,056	76	1,665	1,992	126	1,657	1,979	176	1,654	1,974
27	1,703	2,052	77	1,665	1,991	127	1,657	1,979	177	1,654	1,973
28	1,701	2,048	78	1,665	1,991	128	1,657	1,979	178	1,653	1,973
29	1,699	2,045	79	1,664	1,990	129	1,657	1,979	179	1,653	1,973
30	1,697	2,042	80	1,664	1,990	130	1,657	1,978	180	1,653	1,973
31	1,696	2,040	81	1,664	1,990	131	1,657	1,978	181	1,653	1,973
32	1,694	2,037	82	1,664	1,989	132	1,656	1,978	182	1,653	1,973
33	1,692	2,035	83	1,663	1,989	133	1,656	1,978	183	1,653	1,973
34	1,691	2,032	84	1,663	1,989	134	1,656	1,978	184	1,653	1,973
35	1,690	2,030	85	1,663	1,988	135	1,656	1,978	185	1,653	1,973
36	1,688	2,028	86	1,663	1,988	136	1,656	1,978	186	1,653	1,973
37	1,687	2,026	87	1,663	1,988	137	1,656	1,977	187	1,653	1,973
38	1,686	2,024	88	1,662	1,987	138	1,656	1,977	188	1,653	1,973
39	1,685	2,023	89	1,662	1,987	139	1,656	1,977	189	1,653	1,973
40	1,684	2,021	90	1,662	1,987	140	1,656	1,977	190	1,653	1,973
41	1,683	2,020	91	1,662	1,986	141	1,656	1,977	191	1,653	1,972
42	1,682	2,018	92	1,662	1,986	142	1,656	1,977	192	1,653	1,972
43	1,681	2,017	93	1,661	1,986	143	1,656	1,977	193	1,653	1,972
44	1,680	2,015	94	1,661	1,986	144	1,656	1,977	194	1,653	1,972
45	1,679	2,014	95	1,661	1,985	145	1,655	1,976	195	1,653	1,972
46	1,679	2,013	96	1,661	1,985	146	1,655	1,976	196	1,653	1,972
47	1,678	2,012	97	1,661	1,985	147	1,655	1,976	197	1,653	1,972
48	1,677	2,011	98	1,661	1,984	148	1,655	1,976	198	1,653	1,972
49	1,677	2,010	99	1,660	1,984	149	1,655	1,976	199	1,653	1,972
50	1,676	2,009	100	1,660	1,984	150	1,655	1,976	200	1,653	1,972

TABEL DISTRIBUSI F 5%

DF	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
51	4,03	3,18	2,79	2,55	2,40	2,28	2,20	2,13	2,07	2,02
52	4,03	3,18	2,78	2,55	2,39	2,28	2,19	2,12	2,07	2,02
53	4,02	3,17	2,78	2,55	2,39	2,28	2,19	2,12	2,06	2,01
54	4,02	3,17	2,78	2,54	2,39	2,27	2,18	2,12	2,06	2,01
55	4,02	3,16	2,77	2,54	2,38	2,27	2,18	2,11	2,06	2,01
56	4,01	3,16	2,77	2,54	2,38	2,27	2,18	2,11	2,05	2,00
57	4,01	3,16	2,77	2,53	2,38	2,26	2,18	2,11	2,05	2,00
58	4,01	3,16	2,76	2,53	2,37	2,26	2,17	2,10	2,05	2,00
59	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,26	2,17	2,10	2,04	2,00
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99
61	4,00	3,15	2,76	2,52	2,37	2,25	2,16	2,09	2,04	1,99
62	4,00	3,15	2,75	2,52	2,36	2,25	2,16	2,09	2,03	1,99
63	3,99	3,14	2,75	2,52	2,36	2,25	2,16	2,09	2,03	1,98
64	3,99	3,14	2,75	2,52	2,36	2,24	2,16	2,09	2,03	1,98
65	3,99	3,14	2,75	2,51	2,36	2,24	2,15	2,08	2,03	1,98
66	3,99	3,14	2,74	2,51	2,35	2,24	2,15	2,08	2,03	1,98
67	3,98	3,13	2,74	2,51	2,35	2,24	2,15	2,08	2,02	1,98
68	3,98	3,13	2,74	2,51	2,35	2,24	2,15	2,08	2,02	1,97
69	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,23	2,15	2,08	2,02	1,97
70	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,23	2,14	2,07	2,02	1,97
71	3,98	3,13	2,73	2,50	2,34	2,23	2,14	2,07	2,01	1,97
72	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34	2,23	2,14	2,07	2,01	1,96
73	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34	2,23	2,14	2,07	2,01	1,96
74	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34	2,22	2,14	2,07	2,01	1,96
75	3,97	3,12	2,73	2,49	2,34	2,22	2,13	2,06	2,01	1,96
76	3,97	3,12	2,72	2,49	2,33	2,22	2,13	2,06	2,01	1,96
77	3,97	3,12	2,72	2,49	2,33	2,22	2,13	2,06	2,00	1,96
78	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33	2,22	2,13	2,06	2,00	1,95
79	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33	2,22	2,13	2,06	2,00	1,95
80	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33	2,21	2,13	2,06	2,00	1,95
81	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21	2,12	2,05	2,00	1,95
82	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21	2,12	2,05	2,00	1,95
83	3,96	3,11	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99	1,95
84	3,95	3,11	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99	1,95
85	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99	1,94
86	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99	1,94
87	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,20	2,12	2,05	1,99	1,94
88	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,20	2,12	2,05	1,99	1,94
89	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32	2,20	2,11	2,04	1,99	1,94
90	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32	2,20	2,11	2,04	1,99	1,94
91	3,95	3,10	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98	1,94
92	3,94	3,10	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98	1,94
93	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98	1,93
94	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98	1,93
95	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98	1,93
96	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,19	2,11	2,04	1,98	1,93
97	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,19	2,11	2,04	1,98	1,93
98	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,10	2,03	1,98	1,93
99	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,10	2,03	1,98	1,93
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,10	2,03	1,97	1,93