

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai nilai pelanggan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, *switching costs* dan pembuatan desain *e-service* pada PT. Karka Abisatya Mataram, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Kesimpulan Hasil Korelasi pada Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan *Switching Costs*

Kesimpulan yang diperoleh adalah terdapat hubungan yang kuat antara nilai pelanggan dengan kepuasan pelanggan, serta antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan (*recommended*). Dan terdapat pula hubungan antara *switching costs* dengan loyalitas pelanggan (*patronage*), walaupun hubungan tergolong lemah. Sedangkan hubungan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan (*patronage*) sangat lemah dan tidak signifikan.

2. Kesimpulan Hasil Regresi pada Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan *Switching Costs*

Kesimpulan yang diperoleh adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (*recommended*), dan *switching costs* terhadap loyalitas pelanggan (*patronage*). Sedangkan antara

kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (*patronage*) tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Jadi pelanggan yang puas belum tentu loyal secara *patronage*, dimana pelanggan yang puas belum tentu mengacu pada PT. Karka Abisatya Mataram sebagai pilihan pertama apabila menggunakan jasa periklanan dan pelanggan juga belum tentu melakukan bisnis dengan PT. Karka Abisatya Mataram untuk beberapa tahun kedepan. Hal ini dapat disebabkan adanya banyak biro lain yang memberikan tawaran-tawaran lebih menarik sehingga pelanggan belum tentu mengacu pada PT. Karka Abisatya Mataram.

3. Kesimpulan dari Pembuatan Layanan *e-Service*

Berdasarkan hasil penelitian, pelanggan PT. Karka Abisatya Mataram mendukung adanya layanan baru *e-service* yang menggunakan jasa internet dengan fasilitas yang memberikan informasi sebagai berikut:

- a. *Progress* pekerjaan: berisi mengenai pekerjaan yang dipesan oleh pelanggan sudah diproses sampai sejauh mana.
- b. Data lokasi baru: berisi mengenai lokasi-lokasi *billboard* baru yang ditawarkan oleh PT. Karka Abisatya Mataram.
- c. Produk yang ditawarkan: berisi mengenai produk-produk atau reklame apa yang ditawarkan.
- d. Profil Perusahaan: berisi informasi mengenai PT. Karka Abisatya Mataram, seperti sejarah, visi, maupun lokasi kantor dari PT. Karka Abisatya Mataram.

- e. Dokumentasi Visual: berisi gambar atau foto dari reklame yang dipesan oleh pelanggan.
- f. Pemesanan *Online*: berisikan fitur tentang pemesanan reklame secara *online* dan tata cara pemesanan.

V.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka ada beberapa implikasi manajerial yang dapat diberikan. Perusahaan dapat mengetahui bahwa pelanggan yang puas pada nilai-nilai yang diberikan perusahaan akan merekomendasikan dan berkata positif terhadap rekannya. Maka dari itu, perusahaan harus mempertahankan pelayanannya agar dapat tercipta suatu *word of mouth*, dimana hal tersebut merupakan salah satu alat promosi yang efektif bagi perusahaan. Tetapi pada penelitian ini juga diketahui bahwa pelanggan yang puas belum tentu loyal secara *patronage*, yang artinya pelanggan yang puas belum tentu menggunakan jasa PT. Karka Abisatya Mataram dalam beberapa tahun kedepan ataupun mengacu pada PT. Karka Abisatya Mataram sebagai pilihan pertama apabila menggunakan jasa reklame.

Selain itu, perusahaan dalam membuat strategi harus memperhatikan adanya perilaku pelanggan, misalnya perilaku pelanggan masyarakat Indonesia yang sangat rentan terhadap persaingan harga dan fasilitas-fasilitas lain yang diberikan oleh pesaing, dimana pemain pada industri ini sangat banyak. Jadi PT. Karka Abisatya Mataram harus dapat bersaing dalam masalah harga dengan perusahaan lainnya, serta memberikan layanan

yang baik terhadap pelanggannya, baik dari sisi produksi maupun *service*. Untuk tetap dapat eksis dalam industri ini, PT. Karka Abisatya Mataram harus pula memberikan nilai tambah kepada pelanggannya agar pelanggan merasa puas dan loyal kepada perusahaan.

Dalam memberikan nilai tambah kepada pelanggannya dapat dilakukan dengan banyak cara, dan seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pemasar dapat memanfaatkan adanya perkembangan tersebut, salah satunya dengan memberikan layanan *e-service* kepada pelanggannya. Berdasarkan kesimpulan, pelanggan setuju terhadap adanya layanan baru tersebut, dimana layanan tersebut berupa *website* yang harus menggunakan jasa Internet. Sehingga dengan adanya *website* tersebut, dimana didalamnya terdapat layanan *e-service* dengan fitur-fitur yang berdasarkan pada penelitian ini adalah fitur-fitur yang dianggap perlu oleh pelanggan, maka layanan tersebut dapat membantu pelanggan untuk mengetahui informasi tentang reklame dan memonitor *progress* pekerjaan reklame yang dibuat pada PT. Karka Abisatya Mataram. Selain itu, terdapat pula layanan bagi manajer untuk memonitor pekerjaan atau proses produksi dari suatu proyek, sehingga kesalahan atau keterlambatan pemasangan reklame dari yang telah dijadwalkan yang selama ini juga merupakan salah satu kendala dalam proses produksi dapat diminimalisasi. Manajer juga dapat mengetahui reklame-reklame mana yang harus diperpanjang atau yang sudah habis batas waktunya.

Dari adanya layanan tersebut, diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi dan memonitor *progress* pekerjaan sehingga dapat memacu tumbuhnya loyalitas dalam diri pelanggan, antara lain seperti merasa enggan berpindah dari PT. Karka Abisatya Mataram dan mengacu pada PT. Karka Abisatya Mataram sebagai pilihan pertama apabila menggunakan jasa iklan.

V.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain seperti menggunakan kuesioner sebagai alat pengukur pada penelitian ini. Sehingga terjadi kemungkinan terdapatnya perbedaan persepsi responden dalam menjawab butir pertanyaan yang tercantum pada kuesioner dengan pengukuran. Keterbatasan lainnya adalah penelitian ini dilakukan kepada pelanggan PT. Karka Abisatya Mataram baik yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta maupun kota-kota lainnya, sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama untuk penyebaran dan pengembalian kuesionernya. Disamping itu, terdapat pula beberapa keterbatasan dari adanya hasil penelitian yang menggunakan layanan *e-service* ini, antara lain karena layanan tersebut menggunakan *website* berarti dari pihak pelanggan harus memiliki jaringan untuk berkoneksi ke Internet. Dan PT. Karka Abisatya Mataram harus pula menyiapkan sumber daya manusia yang mengerti perkembangan teknologi informasi, serta siap untuk bersinergi dengan divisi lain dan memperbaharui informasi yang terdapat pada *website*.

V.4. Arah Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk meneliti faktor-faktor apa yang menyebabkan pelanggan tidak loyal, padahal pelanggan tersebut merasa puas. Selain itu, penelitian ini juga dapat dikembangkan dengan cara memberikan layanan *e-service* tidak hanya dengan berbasis *web* saja, melainkan dapat pula dijalankan pada ponsel yang didukung oleh teknologi *wireless*, seperti *WAP (Wireless Application Protocol)* ataupun layanan 3G (*third generation*). Sehingga layanan tersebut dapat diakses secara kecepatan data tinggi, menampilkan multimedia yang baik, fungsionalitas, dan dapat diakses dimanapun kita berada.

DAFTAR PUSTAKA

- Argyrous, George, 1997, *Statistic for Social Research*, London: Maxmillan Press Ltd.
- Batchelder, Mandy, 2001, *An Overview of Advertising, Direct Marketing And Integrated Marketing Communication on the WWW*, http://www.ciadvertising.org/student_account/summer_01/mandy/weboverview.html
- Bhote, Keki R, 1995, "It's Customer Loyalty Stupid: Nuturing and Measuring What Really Matters", *National Producttivity Review*, (Summer).
- Butler, Keith., Robert Jacob., 1997, *Human-Computer Interaction Interaction: Introduction and Overview*, <http://www.acm.org/sigci/chi97/proceedings/tutorial/rjkj.htm>
- Christensen, Vance., 2006, "Customer Experience: Customer Satisfaction vs. Customer Loyalty", TMCnet Special Guest, <http://www.tmcnet.com/channels/customer-experience-management/articles.htm>
- Coalition, The Science, 2003, *Glosary of Scientific Terms*, http://www.sciencecoalition.org/glossary/glossary_main.htm
- Cooper, Donald R., Schindler, Pamela S., 2001, *Business Research Methods*, 7th Edition, Irwin/McGraw-Hill
- Diana, Anastasia, 2001, *Mengenal e-Business*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Dwiridotjahjono, Jojok, 2006, *Bagaimana Membangun Kualitas Layanan Online?*, Usahawan No. 07 Th XXXV Juli
- Engel, F James, 1973, *Consumer Behavior*. Second Edition. Illinois : Dryden press Hass Dal
- Flanders, Vincent, 2005, *Everithing You Need To Know About Web Design My father Thought Me in 1964*, <http://www.webpagesthatsuck.com/everything.html>
- Geyskens, Inge, Jan-Benedict E. M. Steenkamp, and Nirmalya Kumar, 1999, "A Meta-Analysis of Satisfaction in Marketing Channel Relationships," *Journal of Marketing Research* 36
- Griffin, Jill, 2003, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Penerbit Erlangga, hal 31
- Hadi, Sutrisno, 1991, *Analisa Butir Untuk Instrumen Angket, Tes dan Skala Nilai*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Hadi, Sutrisno, 2004, *Analisis Regresi*, Edisi II, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta
- Heskett, James L., Thomas O. Jones, Gary W. Loveman, Earl W. Sasser, and Leonard A. Schlesinger, 1994, "Putting the Service-Provit Chain to Work", *Havard Business Review* 72
- <http://belajardekavetiga.blogspot.com/2005/10/media-luar-ruang.html>.
- http://id.wikipedia.org/wiki/Sejarah_Internet_Indonesia
- http://investorwords.com/4846/switching_costs.html
- <http://library.usu.ac.id/modules.php>

- <http://www.rab.com/station/mediafact/mfoutdoor.html>
<http://misi.netfirms.com/sarana%20pemasaran.htm>
<http://www.amperaweb.com>
http://www.republika.co.id/koran_detail.asp
http://www.telkomsel.com/web/3g_world
<http://www.xl.co.id/3G/>
- Indrajit., Richardus Eko., 2002, *Konsep & aplikasi e-Business*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Jefkins, Frank F., 1997, *Periklanan*, Edisi ketiga.
- Junaedi, M.F. Shellyana., 2003, “*Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dan Kualitas Jasa: Studi Perilaku Konsumen Terhadap Loyalitas Merek*”, *Modus* Vol. 15 (2): 105 – 118.
- Kasali, Rhenald., 1993, *Manajemen Periklanan*, Pustaka Utama Graffiti, Cetakan Ketiga, Jakarta.
- Kotler, Philip., & Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 & 2, Edisi Kedelapan, Alih Bahasa: Damon Sihombing., Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesepuluh, Alih Bahasa: Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, Benjamin Molan, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip., & Gary Armstrong, 2004, *Principles of Marketing, Tenth Edition*, Prentice Hall, Inc., New Jersey
- Learmonth, Gerard P., Blake Ives., 1987, *Information System Technology Can Improve Customer Service.*, <http://portal.acm.org>
- Lam, Shun Yin., Venkatesh Shankar., M. Krishna Erramilli Bvsan Murthy., 2004, “*Customer Value, Satisfaction, Loyalty, and Switching Costs: An Illustration From a Business-to-Business service Context*”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Volume 32.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Mowen, John C., & Michael Minor, 2002, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1 & 2, Edisi Kelima, Alih Bahasa : Lina Salim, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Mueller, Danniell J, 1998, *Mengukur Sikap-Sikap Sosial*, Alih Bahasa: H. Tjahjo Sutisnawidjaja, dkk., Cetakan II, Penerbit LEMLIT Press, Universitas Pasundan, Bandung.
- Neff, Jack, Sanders, Lisa, “*It’s Broken*”, *Advertising Age (midwest Region Edition)*, 16 Februari 2004, Vol 75, Iss.7, page1.
- Nielsen, Jakob, 2004, *The need for Web design Standards*, <http://www.useit.com/alertbox/20040913.html>, 13 September 2004
- Nielsen, Jakob, 2005, *Top Ten Web Design Mistakes of 2005*, <http://www.useit.com/alertbox/designmistakes.html>, 3 October 2005
- Noviandra, Mahestu, 2003, “*Kontribusi WOM dalam Industri Jasa*”, *Jurnal Bisnis*, Vol 1, No. 1, hal 67–74.
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma., C. Jarot Priyogutomo, 2003, *Jagron e-Business*, Edisi Pertama, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.

- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma., 2003, “*Membangun Web Yang Interaktif*”, Harian Bernas, 9 Februari.
- Ogilvy, David, 1983, *Ogilvy on Advertising*, Pan Books Ltd., London.
- Peter, J. Paul, & Jerry C. Olson., 2000, *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran)*, Edisi 4, Jilid 1 & 2, Alih Bahasa: Damos Sihombing & Peter Remy Yosso Pasla, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Priyogutomo, C. Djarot., 2003, “*Kepercayaan Mutlak Untuk E-Tailing*”, Jargon e-Business, Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin., 2001, *Metode Penelitian Komunikasi*, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sahai, Akhil., Vijay Machiraju, *Enabling of the Ubiquitous e-Service Vision on the Internet*, e-Service Journal 1.1 (2001) 5 – 19, http://muse.jhu.edu/demo/eservice_journal/v001/1.1sahai.html
- Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono, 2002, *Riset Pemasaran (Konsep dan Aplikasi dengan SPSS)*, Cetakan Kedua, Penerbit PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Schiffman, G, Leon., & Leslie Lazar Kanuk, 2004, *Consumer Behavior*, Eight Edition, Prentice Hall, Inc., New Jersey.
- Song, Hongjun, 2003, *E-Service at FedEx*, Communication of the ACM, Vol 46, Number 6, <http://portal.acm.org>.
- Strauss, Judy, Frost, Raymond, 2001, *E-Marketing*, Prentice Hall, Inc.
- Sugiyono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kelima, CV.Alfabeta, Bandung.
- Sulaiman, Wahid, 2004, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS, Contoh Kasus dan Pemecahannya*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Swastha, Basu., 2000, *Azas-Azas Marketing*, Edisi Ketiga, Cetakan Keempat, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta

LAMPIRAN I
KUESIONER

serviens in lumine veritatis



KUESIONER

Nama Perusahaan :

Nama :

Jabatan :

Pernah Menggunakan Jasa Periklanan dari PT. Karka Abisatya Mataram sebanyak:

- a. 1 kali
- b. 2 kali
- c. 3 kali
- d. 4 kali
- e. ≥ 5 kali

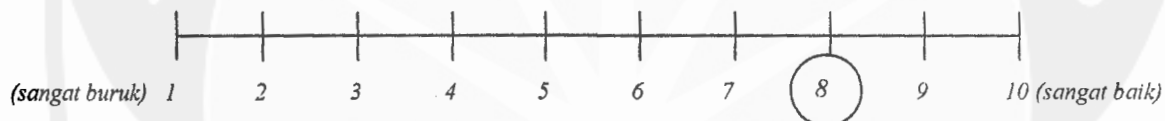
Jasa Iklan Yang Pernah Digunakan di PT. Karka Abisatya Mataram yaitu:

- a. *Billboard* (papan reklame)
- b. Baliho
- c. *ShopSign* (Papan Nama Toko)
- d. *Neon Box*
- e. Spanduk / Umbul-umbul
- f.

II. Lingkarilah pada jawaban yang dianggap benar:

Contoh:

PT. Karka Abisatya Mataram mengerti bisnis kami dan kebutuhan iklan perusahaan kami



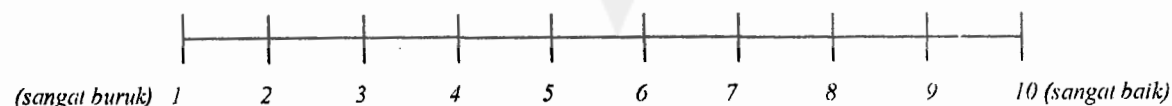
Pertanyaan:

A. Atribut Kualitas Jasa

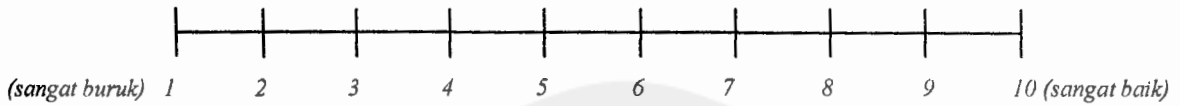
1. PT. Karka Abisatya Mataram mengerti bisnis kami dan kebutuhan iklan perusahaan kami



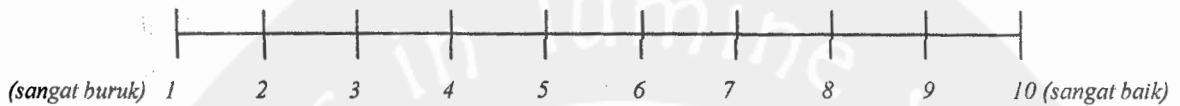
2. Ketepatan waktu penyelesaian pembuatan dan pemasangan iklan adalah sebagai janji dari PT. Karka Abisatya Mataram



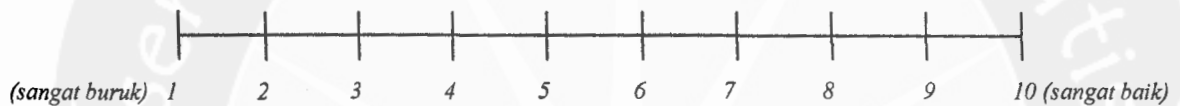
3. Ketepatan spesifikasi bahan yang digunakan oleh PT. Karka Abistya Mataram sesuai dengan yang telah disepakati



4. Mudah untuk menggunakan jasa iklan pada PT. Karka Abisatya Mataram (prosedur tidak rumit, dll)

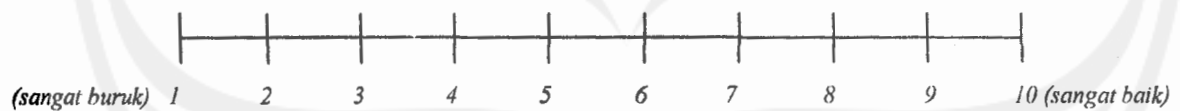


5. Solusi yang diberikan PT. Karka Abisatya Mataram kepada pelanggan apabila timbul suatu masalah

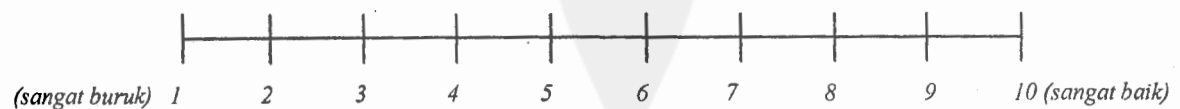


B. Atribut Harga

1. Harga yang ditawarkan oleh PT. Karka Abisatya Mataram untuk pembuatan dan pemasangan iklan



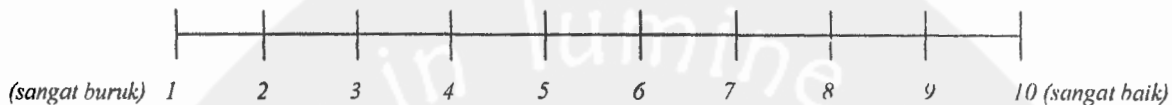
2. Harga yang ditawarkan oleh PT. Karka Abisatya Mataram untuk biaya perijinan, pajak, dan kompensasi periklanan



3. PT. Karka Abisatya Mataram dapat memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan (misal: tidak perlu banyak biaya yang dikeluarkan untuk telepon, fax, dll untuk koordinasi berulang-ulang dalam suatu pekerjaan)



4. Penagihan oleh PT. Karka Abisatya Mataram selalu sesuai dengan kesepakatan awal



III. Berilah tanda (√) pada pertanyaan dibawah ini yang dianggap benar :

SS: Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

| No | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
|-----------|--|----|---|---|----|-----|
| C. | Kepuasan Pelanggan | | | | | |
| 1. | Perusahaan kami sangat puas dengan pelayanan PT. Karka Abisatya Mataram | | | | | |
| 2. | Perusahaan kami menjalin hubungan kerja sama yang baik dengan PT. Karka Abisatya Mataram | | | | | |
| 3. | PT. Karka Abisatya Mataram sangat baik sebagai mitra bisnis kami | | | | | |
| 4. | PT. Karka Abisatya Mataram memperlakukan perusahaan kami dengan sangat baik | | | | | |
| 5. | Pelayanan dari PT. Karka Abisatya Mataram sesuai dengan harapan kami | | | | | |

| No | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
|-----------|---|----|---|---|----|-----|
| D. | <i>Switching Cost</i> | | | | | |
| 1. | Memerlukan biaya tinggi untuk berpindah dari PT. Karka Abisatya Mataram kepada agen periklanan lainnya | | | | | |
| 2. | Memerlukan usaha yang cukup banyak untuk berpindah dari PT. Karka Abisatya Mataram kepada perusahaan atau agen periklanan lainnya | | | | | |
| 3. | Akan mengeluarkan banyak waktu untuk berpindah dari PT. Karka Abisatya Mataram ke perusahaan atau agen periklanan lainnya | | | | | |
| 4. | Apabila perusahaan kami mengubah dari PT. Karka Abisatya Mataram ke agen periklanan lainnya, maka beberapa masalah teknologi baru akan muncul | | | | | |
| 5. | Perusahaan kami merasa tidak yakin jika memilih agen periklanan selain PT. Karka Abisatya Mataram. | | | | | |
| E. | <i>Loyalitas pelanggan (recommended)</i> | | | | | |
| 1. | Saya berkata positif tentang PT. Karka Abisatya Mataram kepada rekan atau perusahaan lainnya | | | | | |
| 2. | Saya merekomendasikan PT. Karka Abisatya Mataram kepada perusahaan lain yang meminta saran kepada saya (perusahaan kami) | | | | | |
| 3. | Saya menganjurkan kepada perusahaan lain untuk berbisnis atau menggunakan PT. Karka Abisatya Mataram | | | | | |
| F. | <i>Loyalitas pelanggan (patronage)</i> | | | | | |
| 1. | Perusahaan kami mengacu pada PT. Karka Abisatya Mataram sebagai pilihan pertama untuk jasa periklanan | | | | | |
| 2. | Perusahaan kami akan melakukan bisnis dengan PT. Karka Abisatya Mataram untuk beberapa tahun ke depan | | | | | |

IV. E-Service

E-Service adalah hal-hal yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cara memanfaatkan media elektronik / digital (dalam hal ini yaitu *website*).

Dengan layanan *e-service* maka anda:

- dapat mengetahui *progress pekerjaan* (sejauh mana pekerjaan tersebut berjalan) secara *online*,
- dapat mengetahui informasi lokasi reklame baru dan ketersediaan lokasi reklame,
- serta dapat mengetahui hasil reklame atau visualisasi dokumentasi hasil pekerjaan.

1. Selama ini, apabila ingin mengetahui *progress pekerjaan*, melalui:

- a. Telepon
- b. Datang ke PT. Karka Abisatya Mataram
- c. Lainnya,

2. Apakah anda sering / pernah menggunakan Internet?

- a. Tidak pernah
- b. Pernah

3. Apabila PT. Karka Abisatya Mataram ingin mengembangkan layanan baru menggunakan sarana Internet atau *website* yang disebut *e-service*, maka, apakah anda mendukung / tidak mendukung adanya layanan baru berupa *e-service* tersebut?

- a. Setuju / Mendukung
- b. Tidak Setuju / Tidak Mendukung

4. Informasi yang Anda harapkan ada dalam media:

(Berilah tanda (√) yang menurut Anda penting, atau tambahkan yang dianggap perlu)

- | | |
|---------------------------|-------|
| Gambaran Perusahaan | |
| Produk yang ditawarkan | |
| Data lokasi reklame baru | |
| Prosedur Transaksi | |
| <i>Progress Pekerjaan</i> | |
| Dokumentasi (visualisasi) | |
| | |
| | |

LAMPIRAN II
KARAKTERISTIK RESPONDEN



Data Responden

| No Quest | Frek | Jasa yg digunakan | mengetahui progres | Tgkt penggunaan internet | e-service |
|----------|------|--|-----------------------|--------------------------|-----------|
| 1 | ≥5 | Baliho; spanduk; mock up | telepon; email | pernah | setuju |
| 2 | ≥5 | billboard | telepon | pernah | setuju |
| 3 | ≥5 | billboard; signshop | e-mail; telepon | pernah | setuju |
| 4 | ≥5 | billboard;shopsign; baliho;neonbox;spanduk | datang; telpon; email | pernah | setuju |
| 5 | 3 | baliho; shopsign | telepon | pernah | setuju |
| 6 | 4 | Baliho; billboard | datang; telpon;email | pernah | setuju |
| 7 | 3 | signshop; neonbox | datang | pernah | setuju |
| 8 | 2 | billboard | telepon | pernah | setuju |
| 9 | 1 | billboard | datang; telpon | pernah | setuju |
| 10 | ≥5 | billboard; spanduk | telepon | pernah | setuju |
| 11 | ≥5 | billboard; neonbox | telepon | pernah | setuju |
| 12 | ≥5 | billboard; neonbox | telepon | pernah | setuju |
| 13 | 1 | neonbox | datang | pernah | setuju |
| 14 | 2 | spanduk | telepon | pernah | setuju |
| 15 | 3 | signshop; neonbox | telepon | pernah | setuju |
| 16 | 1 | spanduk | datang | pernah | setuju |
| 17 | 2 | signshop; neonbox | telepon | pernah | setuju |
| 18 | 1 | spanduk | telepon | pernah | setuju |
| 19 | 2 | Baliho; spanduk | telepon | pernah | setuju |
| 20 | 2 | Baliho | telepon | pernah | setuju |
| 21 | ≥5 | billboard | telepon | pernah | setuju |
| 22 | 1 | spanduk | datang | pernah | setuju |
| 23 | 1 | Billboard | datang | pernah | setuju |
| 24 | 2 | baliho | datang | pernah | setuju |
| 25 | ≥5 | billboard;body painting bus sticker | telepon | pernah | setuju |
| 26 | ≥5 | spanduk | telepon | pernah | setuju |
| 27 | ≥5 | billboard; spanduk | datang; telpon;fax | pernah | setuju |
| 28 | 2 | billboard | telepon | pernah | setuju |
| 29 | 1 | neonbox | datang; telpon | tidak pernah | setuju |
| 30 | ≥5 | neonbox; billboard | datang; telpon;fax | pernah | setuju |
| 31 | 2 | rak | e-mail;telepon;fax | pernah | setuju |
| 32 | 2 | neonbox | telepon | pernah | setuju |
| 33 | ≥5 | billboard, baliho | telepon | pernah | setuju |
| 34 | ≥5 | billboard, neonbox | telepon | pernah | setuju |
| 35 | 3 | spanduk | telepon | pernah | setuju |
| 36 | ≥5 | billboard | telepon | pernah | setuju |
| 37 | ≥5 | billboard | telepon | pernah | setuju |
| 38 | 3 | neonbox | fax; telpon; email | pernah | setuju |
| 39 | 4 | billboard | telepon | pernah | setuju |
| 40 | 4 | billboard; baliho | datang; telpon | pernah | setuju |
| 41 | 2 | billboard | fax; telepon; email | pernah | setuju |

LAMPIRAN III
UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS



Case Summaries

| | ATR 6.1 | ATR 6.2 |
|-------|------------|------------|
| 1 | 4 | 4 |
| 2 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 |
| 6 | 4 | 4 |
| 7 | 4 | 5 |
| 8 | 4 | 4 |
| 9 | 4 | 4 |
| 10 | 4 | 4 |
| 11 | 5 | 5 |
| 12 | 4 | 4 |
| 13 | 4 | 4 |
| 14 | 4 | 4 |
| 15 | 4 | 4 |
| 16 | 4 | 4 |
| 17 | 4 | 5 |
| 18 | 4 | 4 |
| 19 | 4 | 5 |
| 20 | 3 | 4 |
| Total | N 20 | 20 |

serviens in lumine veritatis

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

ATR3 Kepuasan Pelanggan

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|--------|-------------------------------------|---|--|-----------------------------|
| ATR3.1 | 17.4000 | 2.3579 | .3555 | .8274 |
| ATR3.2 | 17.1000 | 1.7789 | .6262 | .7574 |
| ATR3.3 | 17.4000 | 2.0421 | .6836 | .7491 |
| ATR3.4 | 17.1000 | 1.7789 | .6262 | .7574 |
| ATR3.5 | 17.2000 | 1.7474 | .6997 | .7309 |

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0

N of Items = 5

Alpha = .8053

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

ATR4 Switching Cost

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|--------|-------------------------------------|---|--|-----------------------------|
| ATR4.1 | 13.9000 | 4.7263 | .8141 | .9280 |
| ATR4.2 | 13.7000 | 4.4316 | .8557 | .9200 |
| ATR4.3 | 13.5500 | 4.6816 | .7482 | .9399 |
| ATR4.4 | 13.8000 | 4.3789 | .9167 | .9087 |
| ATR4.5 | 13.6500 | 4.4500 | .8427 | .9225 |

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0

N of Items = 5

Alpha = .9383

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

ATR5 Loyalitas Pelanggan (Recommended)

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|--------|-------------------------------------|---|--|-----------------------------|
| ATR5.1 | 8.3000 | .5368 | .5281 | 1.0000 |
| ATR5.2 | 8.4500 | .6816 | .8092 | .6486 |
| ATR5.3 | 8.4500 | .6816 | .8092 | .6486 |

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0

N of Items = 3

Alpha = .8165

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

ATR6 Loyalitas Pelanggan (Patronage)

Item-total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item- Total Correlation | Alpha if Item Deleted |
|--------|-------------------------------------|---|--|-----------------------------|
| ATR6.1 | 4.1500 | .3447 | .5861 | . |
| ATR6.2 | 4.0000 | .2105 | .5861 | . |

Reliability Coefficients

N of Cases = 20.0

N of Items = 2

Alpha = .7251

LAMPIRAN IV
UJI KORELASI DAN UJI REGRESI



| | kuajas1 | kuajas2 | kuajas3 | kuajas4 | kuajas5 | harga1 | harga2 | harga3 | harga4 |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|
| 1 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 7 | 7 | 9 | 9 |
| 2 | 8 | 7 | 8 | 8 | 7 | 7 | 8 | 8 | 8 |
| 3 | 5 | 10 | 9 | 8 | 7 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 4 | 9 | 10 | 10 | 10 | 9 | 8 | 8 | 8 | 10 |
| 5 | 8 | 8 | 10 | 9 | 8 | 8 | 8 | 9 | 10 |
| 6 | 9 | 9 | 9 | 8 | 8 | 8 | 8 | 9 | 10 |
| 7 | 9 | 9 | 10 | 10 | 7 | 8 | 8 | 8 | 10 |
| 8 | 7 | 7 | 9 | 10 | 7 | 7 | 7 | 8 | 9 |
| 9 | 9 | 9 | 10 | 9 | 10 | 9 | 9 | 9 | 10 |
| 10 | 7 | 7 | 7 | 8 | 7 | 7 | 7 | 7 | 8 |
| 11 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| 12 | 9 | 9 | 9 | 9 | 8 | 8 | 8 | 8 | 10 |
| 13 | 10 | 8 | 10 | 8 | 9 | 7 | 7 | 9 | 9 |
| 14 | 10 | 9 | 10 | 8 | 10 | 9 | 9 | 10 | 10 |
| 15 | 7 | 7 | 8 | 8 | 7 | 7 | 7 | 7 | 8 |
| 16 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 7 | 8 |
| 17 | 8 | 9 | 8 | 9 | 8 | 7 | 7 | 8 | 10 |
| 18 | 8 | 9 | 9 | 10 | 8 | 7 | 7 | 7 | 9 |
| 19 | 10 | 8 | 8 | 8 | 9 | 9 | 9 | 7 | 10 |
| 20 | 8 | 7 | 9 | 8 | 7 | 7 | 7 | 8 | 8 |
| 21 | 7 | 8 | 8 | 8 | 7 | 7 | 7 | 7 | 8 |
| 22 | 7 | 6 | 8 | 8 | 8 | 6 | 6 | 6 | 8 |
| 23 | 9 | 8 | 8 | 9 | 10 | 9 | 9 | 8 | 9 |
| 24 | 9 | 10 | 10 | 10 | 8 | 8 | 5 | 9 | 9 |
| 25 | 6 | 8 | 8 | 8 | 8 | 5 | 6 | 7 | 7 |
| 26 | 7 | 7 | 8 | 9 | 8 | 6 | 6 | 8 | 8 |
| 27 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| 28 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 5 | 8 | 8 |
| 29 | 4 | 5 | 7 | 7 | 6 | 6 | 6 | 4 | 7 |
| 30 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 5 | 5 | 7 | 7 |
| 31 | 7 | 6 | 5 | 7 | 8 | 6 | 6 | 5 | 9 |
| 32 | 7 | 6 | 6 | 7 | 7 | 6 | 6 | 7 | 7 |
| 33 | 9 | 6 | 9 | 8 | 7 | 6 | 6 | 7 | 7 |
| 34 | 10 | 8 | 9 | 9 | 9 | 7 | 7 | 9 | 9 |
| 35 | 8 | 7 | 8 | 8 | 7 | 7 | 6 | 7 | 7 |
| 36 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| 37 | 10 | 10 | 8 | 10 | 10 | 8 | 7 | 7 | 10 |
| 38 | 6 | 5 | 6 | 6 | 7 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| 39 | 7 | 6 | 9 | 8 | 7 | 6 | 6 | 7 | 8 |
| 40 | 9 | 8 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 6 |
| 41 | 7 | 5 | 8 | 6 | 7 | 6 | 6 | 6 | 6 |

| | kepuas_a | kepuas_b | kepuas_c | kepuas_d | kepuas_e | switch1 | switch2 | switch3 | switch4 |
|----|----------|----------|----------|----------|----------|---------|---------|---------|---------|
| 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 6 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 8 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 9 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 10 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 11 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 12 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 18 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 19 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 22 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 24 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| 25 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 1 |
| 26 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 |
| 27 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 29 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 |
| 31 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 33 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 34 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 35 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 37 | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| 38 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 |
| 39 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 |
| 40 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 41 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |

| | switch5 | loyalrec | loyalr_a | loyalr_b | loyalpat | loyalp_a | kualitas | harga | kepuasan |
|----|---------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-------|----------|
| 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 8.00 | 8.00 | 4.00 |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 7.60 | 7.75 | 4.00 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 7.80 | 6.50 | 4.00 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 9.60 | 8.50 | 4.20 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 8.60 | 8.75 | 4.40 |
| 6 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 8.60 | 8.75 | 4.60 |
| 7 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 9.00 | 8.50 | 4.20 |
| 8 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 8.00 | 7.75 | 4.40 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 9.40 | 9.25 | 5.00 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 7.20 | 7.25 | 4.40 |
| 11 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 10.00 | 10.00 | 5.00 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 8.80 | 8.50 | 4.60 |
| 13 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 9.00 | 8.00 | 4.00 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 9.40 | 9.50 | 4.00 |
| 15 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 1 | 7.40 | 7.25 | 4.00 |
| 16 | 1 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 8.00 | 7.75 | 4.00 |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 8.40 | 8.00 | 4.40 |
| 18 | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 8.80 | 7.50 | 4.80 |
| 19 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 8.60 | 8.75 | 4.20 |
| 20 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 7.80 | 7.50 | 4.00 |
| 21 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 7.60 | 7.25 | 4.00 |
| 22 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 7.40 | 6.50 | 3.40 |
| 23 | 1 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 8.80 | 8.75 | 4.20 |
| 24 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 4 | 9.40 | 7.75 | 3.60 |
| 25 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 7.60 | 6.25 | 4.20 |
| 26 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 7.80 | 7.00 | 4.60 |
| 27 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 8.00 | 8.00 | 4.60 |
| 28 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 8.00 | 7.25 | 4.00 |
| 29 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 5.80 | 5.75 | 2.40 |
| 30 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 7.00 | 6.00 | 4.00 |
| 31 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 6.60 | 6.50 | 3.60 |
| 32 | 5 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 6.60 | 6.50 | 4.20 |
| 33 | 2 | 5 | 4 | 4 | 2 | 1 | 7.80 | 6.50 | 4.00 |
| 34 | 1 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 9.00 | 8.00 | 4.60 |
| 35 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 7.60 | 6.75 | 4.00 |
| 36 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 8.00 | 7.00 | 5.00 |
| 37 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 9.60 | 8.00 | 4.00 |
| 38 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 6.00 | 6.00 | 3.20 |
| 39 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 7.40 | 6.75 | 3.60 |
| 40 | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 7.60 | 6.75 | 3.80 |
| 41 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 6.60 | 6.00 | 3.80 |

| | switchin | loyal_re | loyal_pa |
|----|----------|----------|----------|
| 1 | 3.00 | 4.00 | 4.00 |
| 2 | 3.00 | 4.00 | 3.00 |
| 3 | 2.00 | 3.67 | 3.50 |
| 4 | 4.00 | 4.00 | 4.00 |
| 5 | 4.00 | 4.33 | 2.00 |
| 6 | 4.00 | 4.00 | 2.00 |
| 7 | 4.00 | 4.33 | 2.50 |
| 8 | 3.20 | 5.00 | 2.50 |
| 9 | 3.60 | 4.00 | 2.00 |
| 10 | 3.20 | 4.00 | 1.50 |
| 11 | 1.00 | 5.00 | 1.00 |
| 12 | 3.80 | 4.00 | 1.50 |
| 13 | 2.40 | 4.00 | 2.50 |
| 14 | 3.00 | 4.00 | 2.50 |
| 15 | 2.40 | 4.00 | 1.50 |
| 16 | 3.00 | 4.00 | 2.00 |
| 17 | 1.60 | 4.33 | 2.50 |
| 18 | 2.00 | 5.00 | 2.50 |
| 19 | 2.00 | 4.33 | 2.50 |
| 20 | 2.20 | 4.00 | 2.00 |
| 21 | 3.00 | 4.00 | 3.50 |
| 22 | 2.60 | 3.33 | 3.50 |
| 23 | 4.20 | 4.67 | 4.00 |
| 24 | 1.00 | 4.33 | 3.00 |
| 25 | 3.60 | 4.00 | 4.00 |
| 26 | 4.00 | 5.00 | 4.00 |
| 27 | 4.40 | 5.00 | 4.50 |
| 28 | 3.20 | 3.00 | 2.50 |
| 29 | 1.00 | 2.33 | 1.00 |
| 30 | 3.00 | 4.00 | 3.00 |
| 31 | 2.80 | 3.33 | 1.50 |
| 32 | 1.40 | 3.33 | 1.50 |
| 33 | 2.80 | 4.33 | 1.50 |
| 34 | 2.40 | 4.33 | 2.50 |
| 35 | 2.00 | 2.67 | 2.00 |
| 36 | 3.80 | 5.00 | 4.00 |
| 37 | 1.00 | 1.00 | 1.00 |
| 38 | 2.00 | 2.67 | 2.00 |
| 39 | 2.40 | 3.00 | 2.00 |
| 40 | 2.80 | 3.33 | 1.50 |
| 41 | 1.40 | 3.33 | 2.50 |

Correlations

Descriptive Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|----------|--------|----------------|----|
| NILAIPEL | 7.7973 | .97895 | 41 |
| KEPUASAN | 4.1220 | .49574 | 41 |
| SWITCHIN | 2.7366 | .97615 | 41 |
| LOYAL_RE | 3.9024 | .81392 | 41 |
| LOYAL_PA | 2.5000 | .96177 | 41 |

Correlations

| | | NILAIPEL | KEPUASAN | SWITCHIN | LOYAL_RE | LOYAL_PA |
|----------|-----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| NILAIPEL | Pearson Correlation | 1 | .610** | .217 | .390* | .044 |
| | Sig. (2-tailed) | . | .000 | .173 | .012 | .786 |
| | Sum of Squares and Cross-products | 38.333 | 11.847 | 8.289 | 12.433 | 1.650 |
| | Covariance | .958 | .296 | .207 | .311 | .041 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| KEPUASAN | Pearson Correlation | .610** | 1 | .415** | .646** | .189 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | . | .007 | .000 | .237 |
| | Sum of Squares and Cross-products | 11.847 | 9.830 | 8.037 | 10.421 | 3.600 |
| | Covariance | .296 | .246 | .201 | .261 | .090 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| SWITCHIN | Pearson Correlation | .217 | .415** | 1 | .456** | .493** |
| | Sig. (2-tailed) | .173 | .007 | . | .003 | .001 |
| | Sum of Squares and Cross-products | 8.289 | 8.037 | 38.115 | 14.480 | 18.500 |
| | Covariance | .207 | .201 | .953 | .362 | .463 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| LOYAL_RE | Pearson Correlation | .390* | .646** | .456** | 1 | .447** |
| | Sig. (2-tailed) | .012 | .000 | .003 | . | .003 |
| | Sum of Squares and Cross-products | 12.433 | 10.421 | 14.480 | 26.499 | 14.000 |
| | Covariance | .311 | .261 | .362 | .662 | .350 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| LOYAL_PA | Pearson Correlation | .044 | .189 | .493** | .447** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .786 | .237 | .001 | .003 | . |
| | Sum of Squares and Cross-products | 1.650 | 3.600 | 18.500 | 14.000 | 37.000 |
| | Covariance | .041 | .090 | .463 | .350 | .925 |
| | N | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |

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

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

Regression

Descriptive Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|----------|--------|----------------|----|
| KEPUASAN | 4.1220 | .49574 | 41 |
| NILAIPEL | 7.7973 | .97895 | 41 |

Correlations

| | | KEPUASAN | NILAIPEL |
|---------------------|----------|----------|----------|
| Pearson Correlation | KEPUASAN | 1.000 | .610 |
| | NILAIPEL | .610 | 1.000 |
| Sig. (1-tailed) | KEPUASAN | . | .000 |
| | NILAIPEL | .000 | . |
| N | KEPUASAN | 41 | 41 |
| | NILAIPEL | 41 | 41 |

Variables Entered/Removed^b

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|-----------------------|-------------------|--------|
| 1 | NILAIPEL ^a | . | Enter |

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .610 ^a | .372 | .356 | .39771 |

a. Predictors: (Constant), NILAIPEL

b. Dependent Variable: KEPUASAN

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 3.662 | 1 | 3.662 | 23.150 | .000 ^a |
| | Residual | 6.169 | 39 | .158 | | |
| | Total | 9.830 | 40 | | | |

a. Predictors: (Constant), NILAIPEL

b. Dependent Variable: KEPUASAN

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.712 | .505 | | 3.392 | .002 |
| | NILAIPEL | .309 | .064 | .610 | 4.811 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Residuals Statistics^a

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|----------------------|---------|---------|--------|----------------|----|
| Predicted Value | 3.4985 | 4.8027 | 4.1220 | .30256 | 41 |
| Residual | -1.0985 | .9699 | .0000 | .39270 | 41 |
| Std. Predicted Value | -2.061 | 2.250 | .000 | 1.000 | 41 |
| Std. Residual | -2.762 | 2.439 | .000 | .987 | 41 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Regression

Descriptive Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|----------|--------|----------------|----|
| LOYAL_RE | 3.9024 | .81392 | 41 |
| KEPUASAN | 4.1220 | .49574 | 41 |

Correlations

| | | LOYAL_RE | KEPUASAN |
|---------------------|----------|----------|----------|
| Pearson Correlation | LOYAL_RE | 1.000 | .646 |
| | KEPUASAN | .646 | 1.000 |
| Sig. (1-tailed) | LOYAL_RE | . | .000 |
| | KEPUASAN | .000 | . |
| N | LOYAL_RE | 41 | 41 |
| | KEPUASAN | 41 | 41 |

Variables Entered/Removed^a

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|-------------------|-------------------|--------|
| 1 | KEPUASAN | | Enter |
| | N | | |

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: LOYAL_RE

Model Summary^a

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .646 ^a | .417 | .402 | .62943 |

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN

b. Dependent Variable: LOYAL_RE

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 11.048 | 1 | 11.048 | 27.885 | .000 ^a |
| | Residual | 15.451 | 39 | .396 | | |
| | Total | 26.499 | 40 | | | |

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN

b. Dependent Variable: LOYAL_RE

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -.467 | .833 | | -.561 | .578 |
| | KEPUASAN | 1.060 | .201 | .646 | 5.281 | .000 |

a. Dependent Variable: LOYAL_RE

Casewise Diagnostics^a

| Case Number | Std. Residual | LOYAL_RE |
|-------------|---------------|----------|
| 37 | -4.406 | 1.00 |

a. Dependent Variable: LOYAL_RE

Residuals Statistics^a

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|----------------------|---------|---------|--------|----------------|----|
| Predicted Value | 2.0770 | 4.8333 | 3.9024 | .52554 | 41 |
| Residual | -2.7732 | .9842 | .0000 | .62151 | 41 |
| Std. Predicted Value | -3.474 | 1.771 | .000 | 1.000 | 41 |
| Std. Residual | -4.406 | 1.564 | .000 | .987 | 41 |

a. Dependent Variable: LOYAL_RE

Regression

Descriptive Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|----------|--------|----------------|----|
| LOYAL_PA | 2.5000 | .96177 | 41 |
| KEPUASAN | 4.1220 | .49574 | 41 |
| SWITCHIN | 2.7366 | .97615 | 41 |

Correlations

| | | LOYAL_PA | KEPUASAN | SWITCHIN |
|---------------------|----------|----------|----------|----------|
| Pearson Correlation | LOYAL_PA | 1.000 | .189 | .493 |
| | KEPUASAN | .189 | 1.000 | .415 |
| | SWITCHIN | .493 | .415 | 1.000 |
| Sig. (1-tailed) | LOYAL_PA | . | .119 | .001 |
| | KEPUASAN | .119 | . | .003 |
| | SWITCHIN | .001 | .003 | . |
| N | LOYAL_PA | 41 | 41 | 41 |
| | KEPUASAN | 41 | 41 | 41 |
| | SWITCHIN | 41 | 41 | 41 |

Variables Entered/Removed^b

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|-----------------------|-------------------|--------|
| 1 | SWITCHIN, KEPUASAN | | Enter |

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: LOYAL_PA

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .493 ^a | .243 | .203 | .85854 |

- a. Predictors: (Constant), SWITCHIN, KEPUASAN
b. Dependent Variable: LOYAL_PA

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 | Regression | 8.991 | 2 | 4.495 | 6.099 | .005 ^a |
| | Residual | 28.009 | 38 | .737 | | |
| | Total | 37.000 | 40 | | | |

a. Predictors: (Constant), SWITCHIN, KEPUASAN

b. Dependent Variable: LOYAL_PA

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.303 | 1.141 | | 1.142 | .261 |
| | KEPUASAN | -3.70E-02 | .301 | -.019 | -.123 | .903 |
| | SWITCHIN | .493 | .153 | .501 | 3.226 | .003 |

a. Dependent Variable: LOYAL_PA

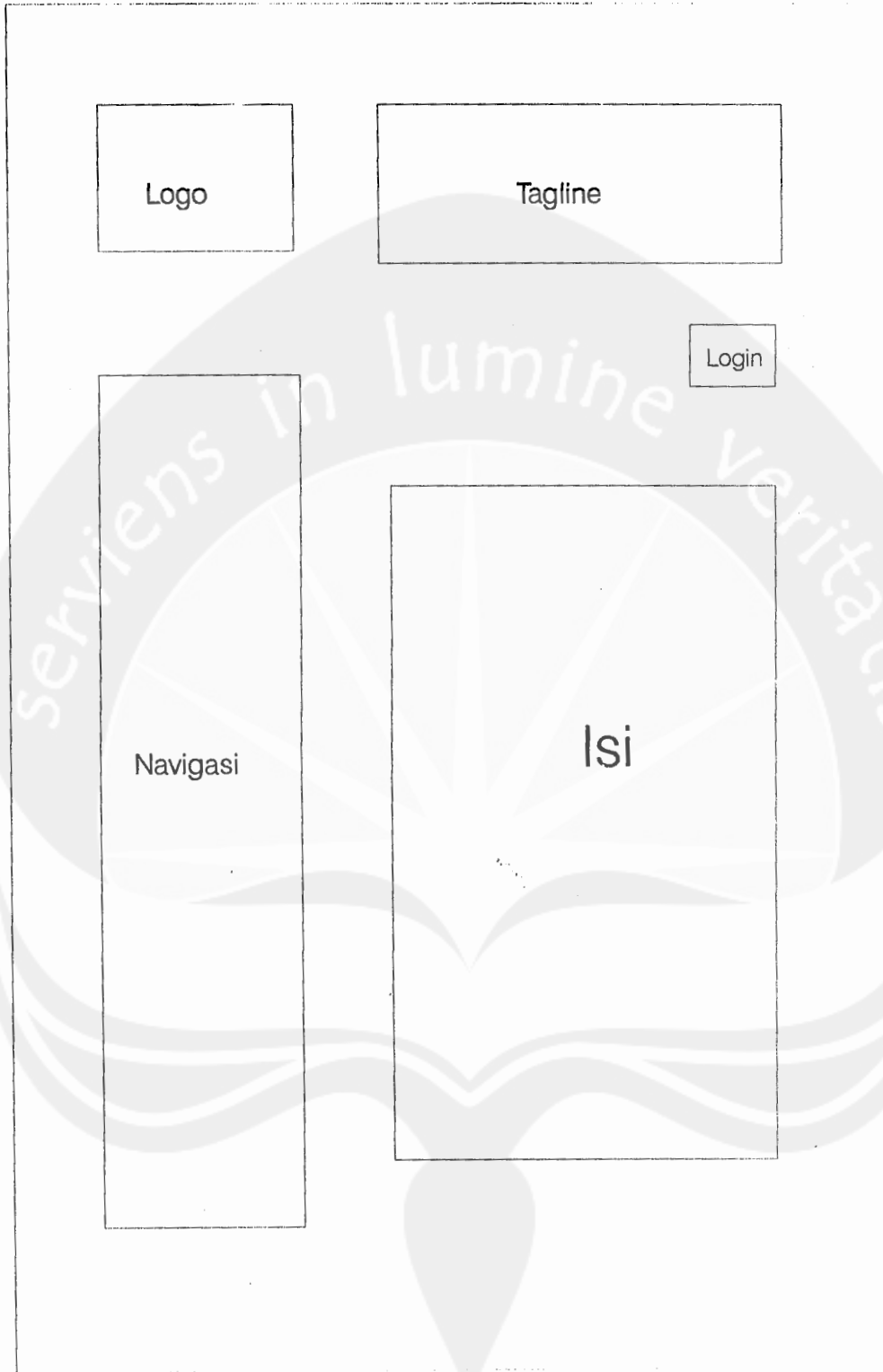
Residuals Statistics^a

| | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation | N |
|----------------------|---------|---------|--------|----------------|----|
| Predicted Value | 1.6111 | 3.3027 | 2.5000 | .47409 | 41 |
| Residual | -1.5068 | 1.3656 | .0000 | .83680 | 41 |
| Std. Predicted Value | -1.875 | 1.693 | .000 | 1.000 | 41 |
| Std. Residual | -1.755 | 1.591 | .000 | .975 | 41 |

a. Dependent Variable: LOYAL_PA

LAMPIRAN V
KERANGKA ANTAR MUKA





Tampilan Halaman Utama

Logo

Tagline

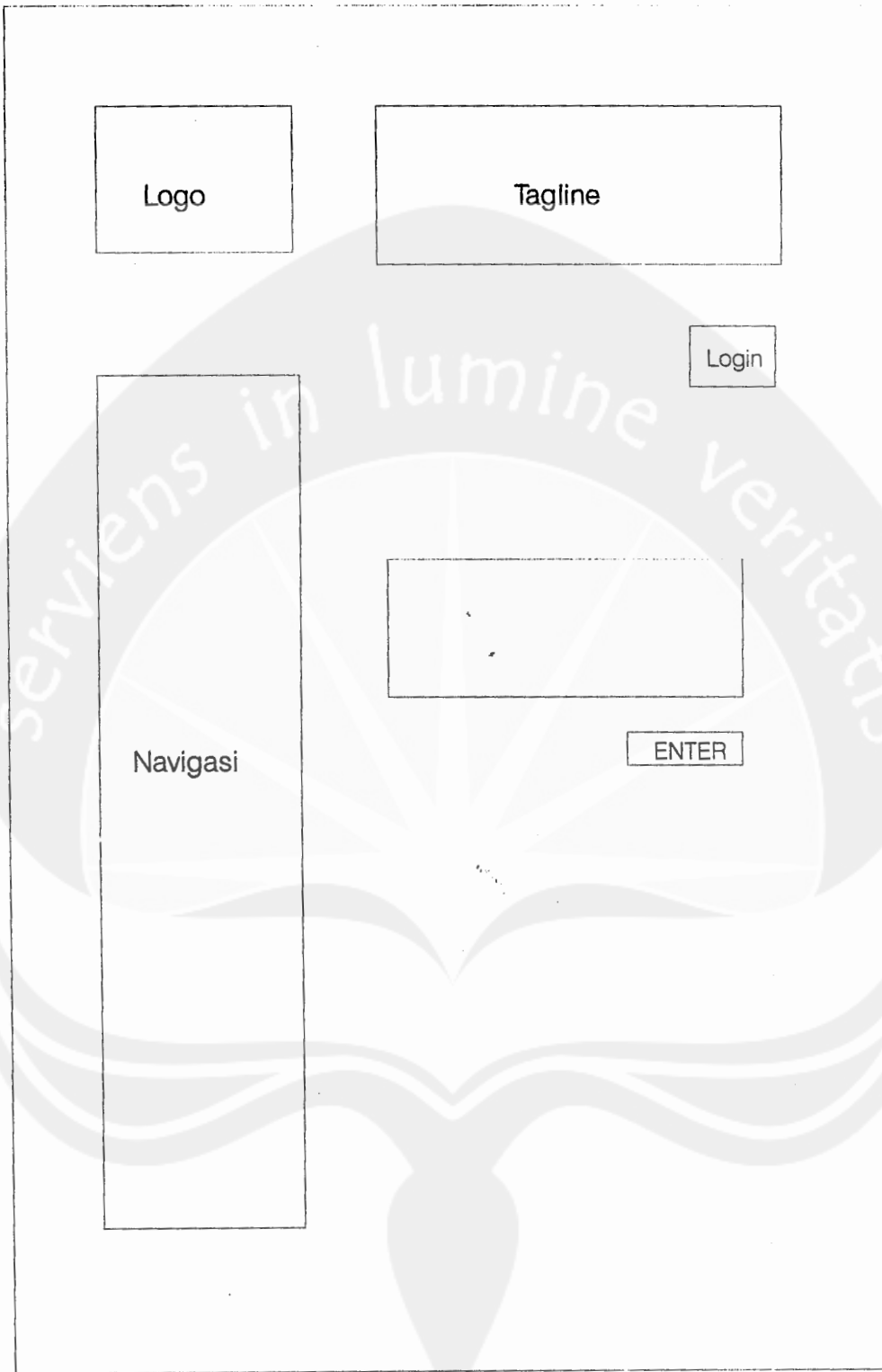
Login

Navigasi

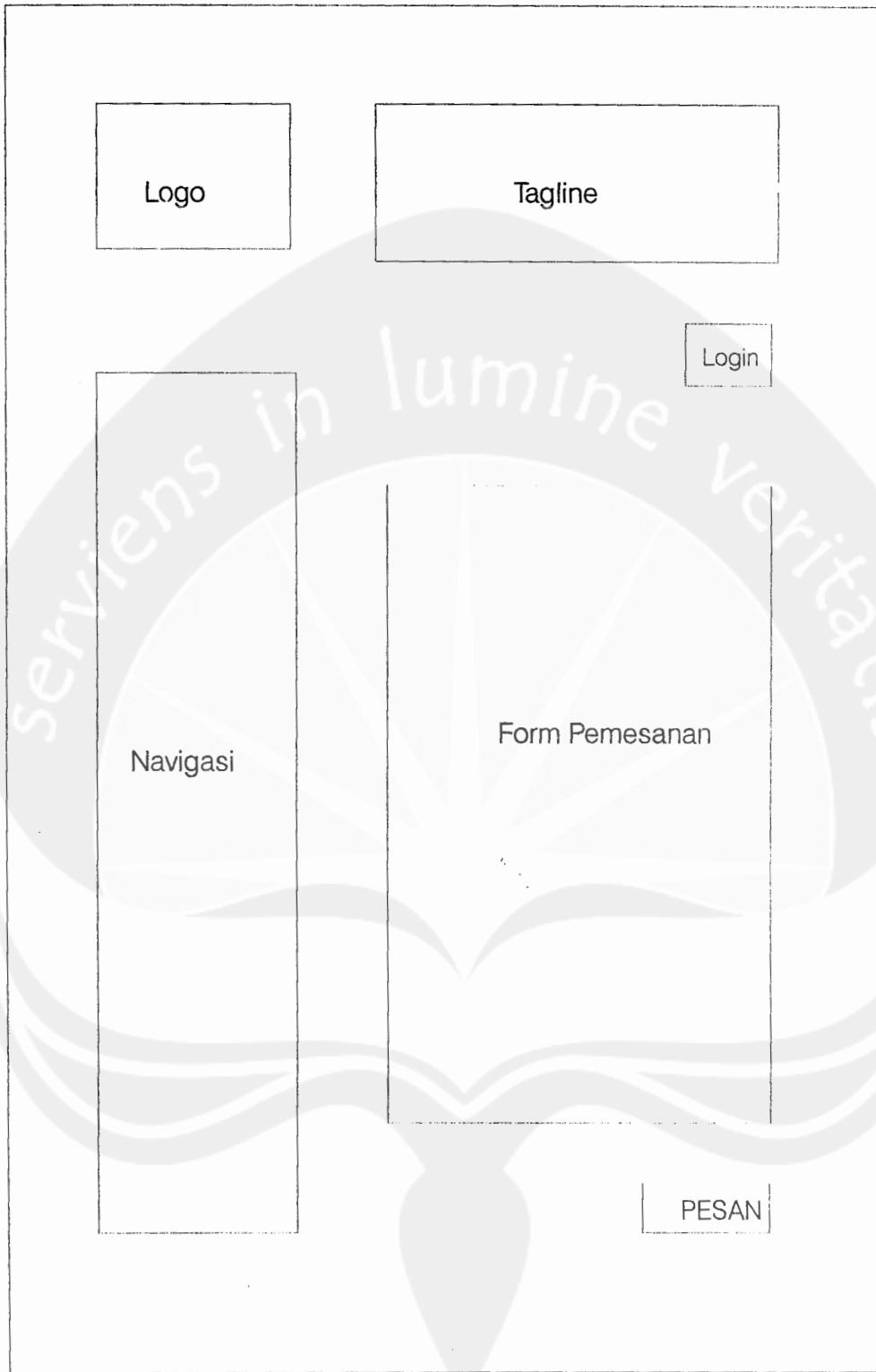
User ID

Password

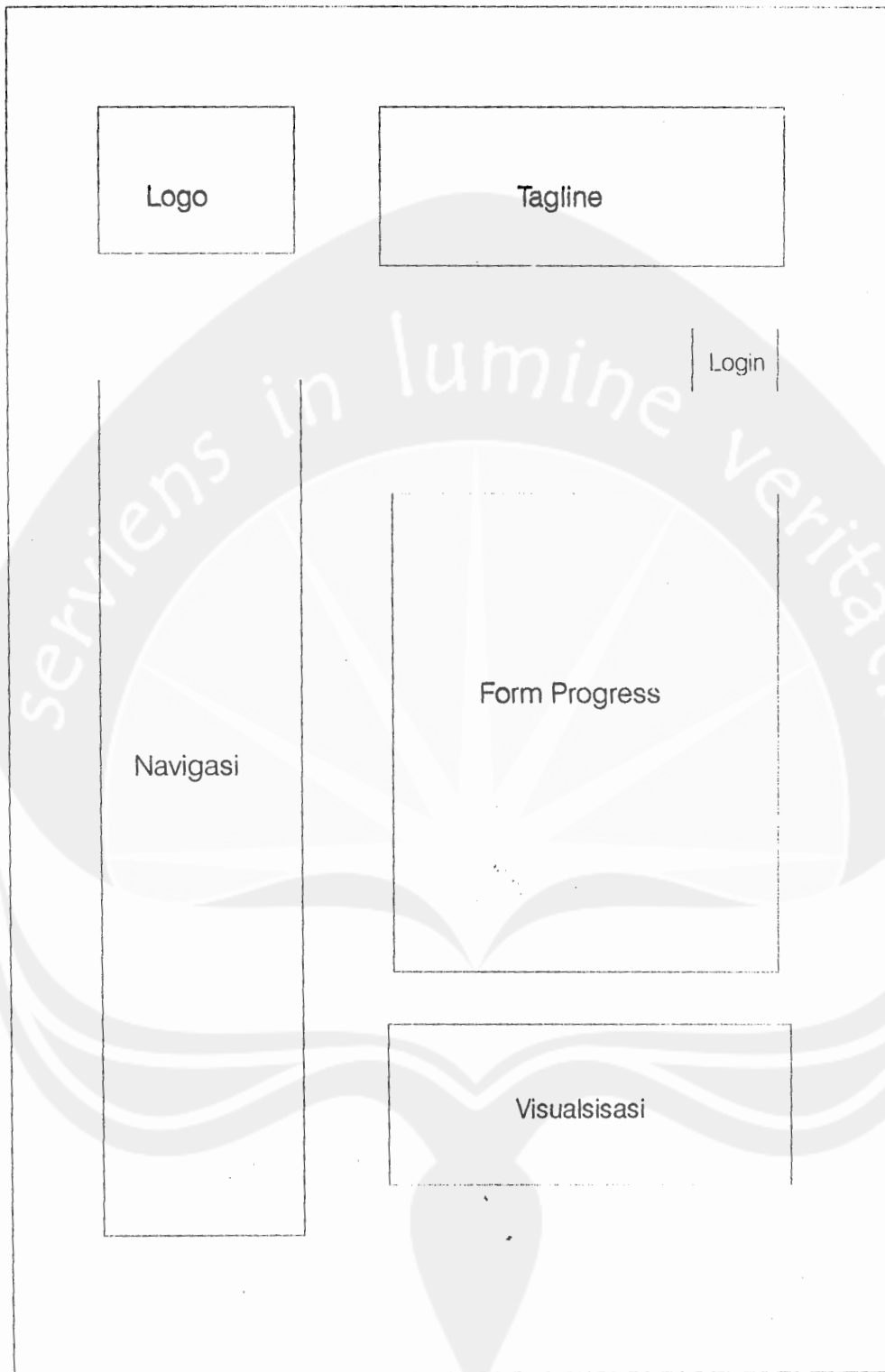
Tampilan halaman Login Manajer & Operator



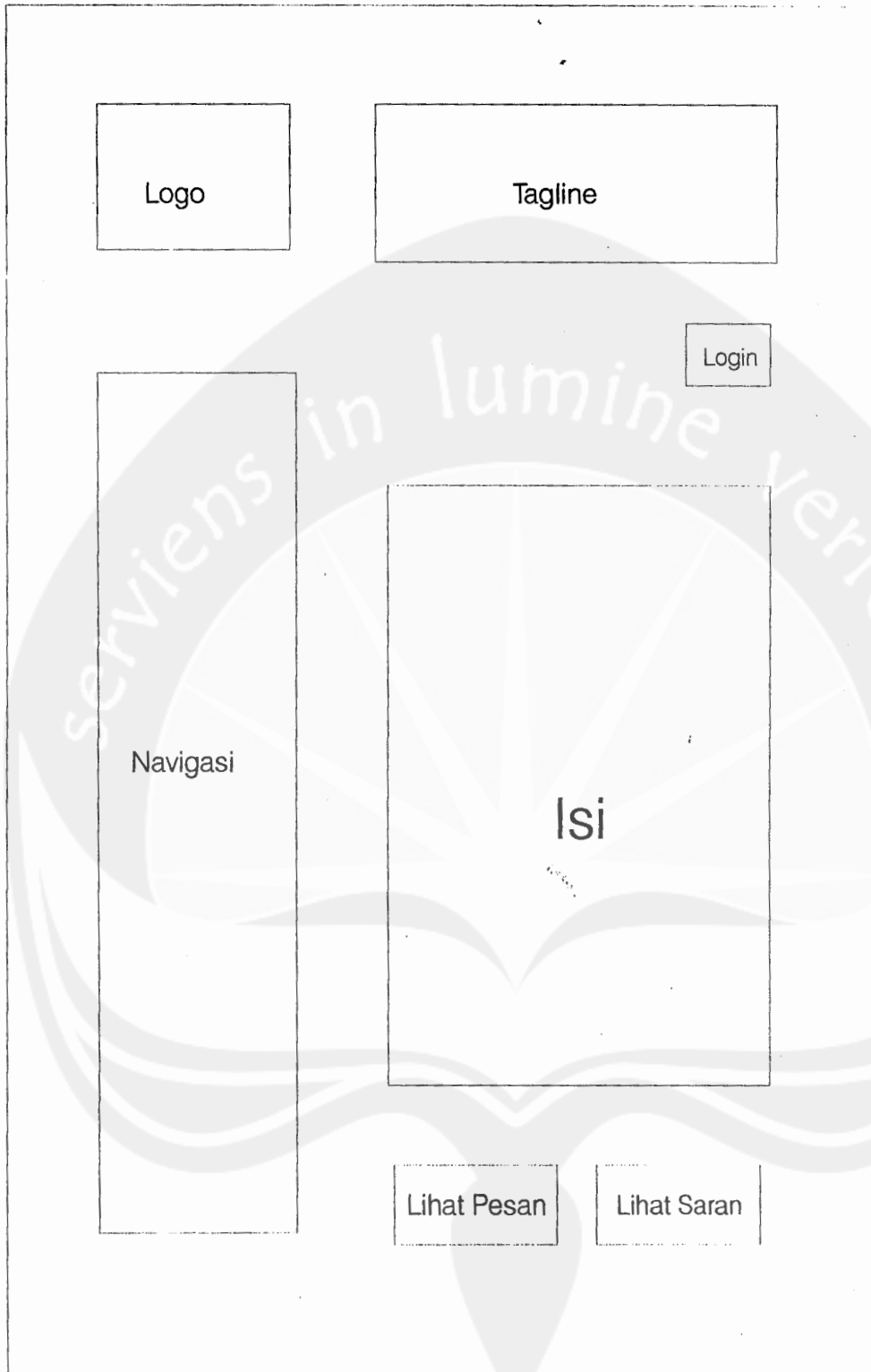
Tampilan Halaman Progress (Nomor Resi)



Tampilan Halaman Pemesanan Online



Tampilan Halaman Form Lihat Progress Pekerjaan



Tampilan Halaman Manajer



SURAT KETERANGAN

No : 06/KAM/DIR/XII/06

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **BISMA PRAYOGA, SE, MM**
Jabatan : **Direktur Divisi Media**
PT. Karka Abisatya Mataram
Alamat : **Jl. Gambir No.11 Yogyakarta**

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : **SANNY HARSONO**
No. Mhs : **04.1000/PS/MM ; 04.014/PS/MTF**
Program : **Pasca Sarjana UAJY**
Program Studi : **Magister Manajemen ; Magister Teknik**

Informatika

Telah melaksanakan penelitian dengan judul "**Nilai, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan, *Switching Costs*, serta Desain E-Service**" di kantor kami, PT. Karka Abisatya Mataram, Jl. Gambir no. 11, Baciro Yogyakarta.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 12 Desember 2006

KARKA

BISMA PRAYOGA, SE, MM

PT. KARKA ABISATYA MATARAM
MEDIA PROMOSI

Jl. Gambir 11, Baciro, Yogyakarta Telp (0274) 514363, 544900 Fax. 514363
Jl. KS Tubun 29, Manahan, Surakarta Tel/Fax. (0271) 727835
Grand Wijaya Blok G/9, Jakarta Tel.(021) 7206843 Fax.(021) 7245328