

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan pada Bab IV sebelumnya, maka pada Bab V ini peneliti dapat memberikan kesimpulan serta mengajukan saran sebagai berikut:

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Kualitas jasa (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles) berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan besar pengaruhnya sebesar 65%. Dengan demikian H1 yang berbunyi “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas jasa dengan loyalitas konsumen pada bengkel sepeda motor yang ada di Temanggung” terbukti.
2. Kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Adapun pengaruhnya yakni sebesar 43,2%. Dengan demikian H2 yang berbunyi “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen pada bengkel sepeda motor yang ada di Temanggung” terbukti.
3. Kualitas jasa (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun pengaruhnya yakni sebesar 44,5%. Dengan demikian H3 yang berbunyi “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas jasa (tangible,

reliability, responsiveness, Assurance, dan Empathy) dengan kepuasan konsumen pada bengkel sepeda motor yang ada di Temanggung” terbukti.

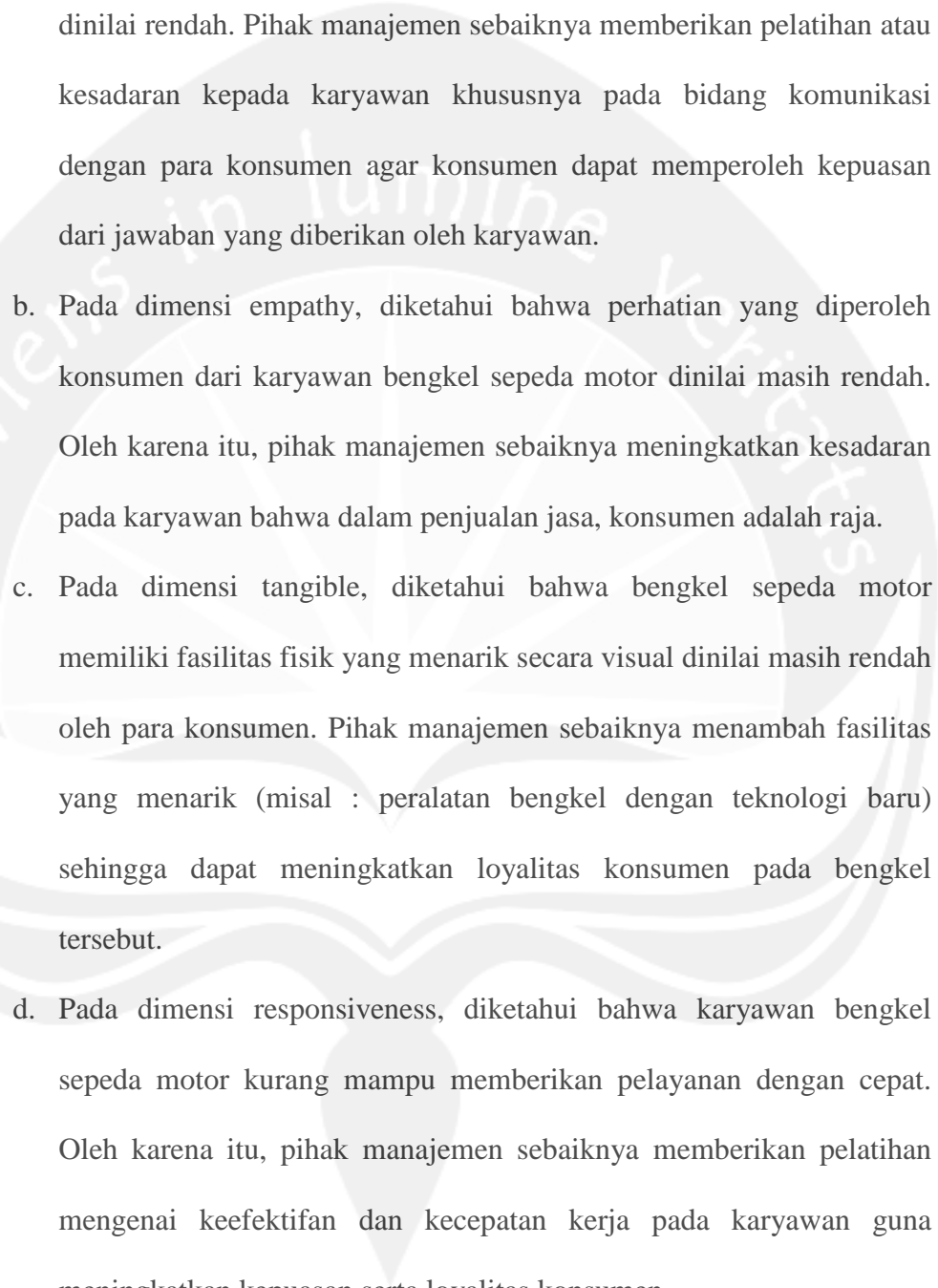
4. Kualitas jasa (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles) dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Adapun pengaruh secara bersama-sama yakni sebesar 0.678 atau 67,8%. Dengan demikian H4 yang berbunyi “Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas jasa dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen pada bengkel sepeda motor yang ada di Temanggung” terbukti.
5. Ada perbedaan penilaian konsumen pada kepuasan konsumen. Penilaian konsumen tertinggi yakni pada bengkel Hosana 647.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

### **1. Bagi Bengkel Sepeda Motor di Temanggung**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas jasa dan kepuasan konsumen secara umum dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, pihak manajemen jika ingin meningkatkan loyalitas pelanggan diharapkan lebih meningkatkan pelayanan serta kepuasan konsumennya, terutama pada dimensi assurance, empathy, tangibles dan responsiveness.

- 
- a. Pada dimensi assurance, diketahui bahwa kecakapan dan pengetahuan yang dimiliki karyawan dalam menjawab pertanyaan konsumen masih dinilai rendah. Pihak manajemen sebaiknya memberikan pelatihan atau kesadaran kepada karyawan khususnya pada bidang komunikasi dengan para konsumen agar konsumen dapat memperoleh kepuasan dari jawaban yang diberikan oleh karyawan.
  - b. Pada dimensi empathy, diketahui bahwa perhatian yang diperoleh konsumen dari karyawan bengkel sepeda motor dinilai masih rendah. Oleh karena itu, pihak manajemen sebaiknya meningkatkan kesadaran pada karyawan bahwa dalam penjualan jasa, konsumen adalah raja.
  - c. Pada dimensi tangible, diketahui bahwa bengkel sepeda motor memiliki fasilitas fisik yang menarik secara visual dinilai masih rendah oleh para konsumen. Pihak manajemen sebaiknya menambah fasilitas yang menarik (misal : peralatan bengkel dengan teknologi baru) sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen pada bengkel tersebut.
  - d. Pada dimensi responsiveness, diketahui bahwa karyawan bengkel sepeda motor kurang mampu memberikan pelayanan dengan cepat. Oleh karena itu, pihak manajemen sebaiknya memberikan pelatihan mengenai keefektifan dan kecepatan kerja pada karyawan guna meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti mengenai loyalitas pelanggan diharapkan menambahkan variabel lain sehingga loyalitas konsumen semakin terjelaskan.



## DAFTAR PUSTAKA

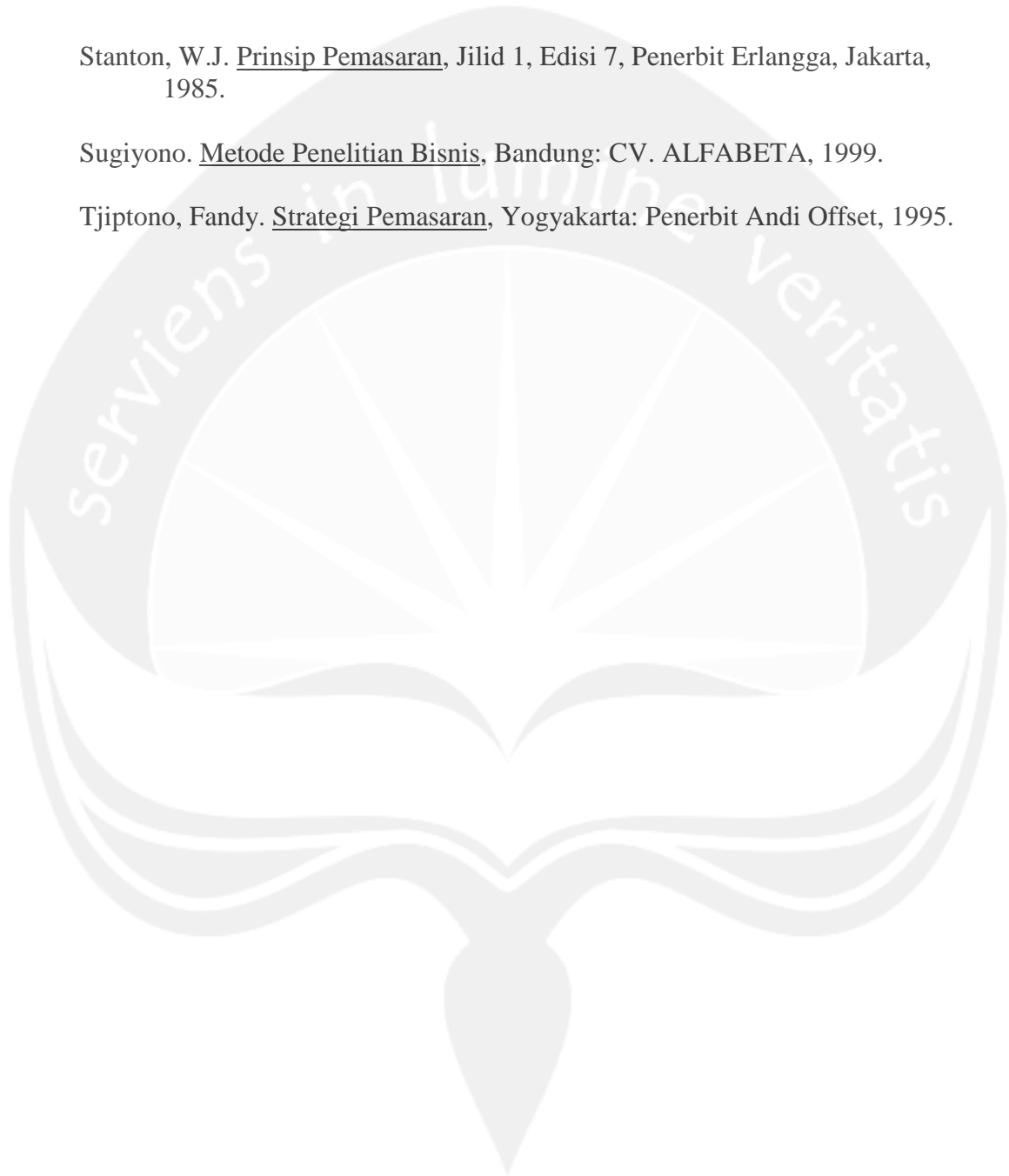
- Bhote, Keki R. It's Customer Loyalty Stupid: Nuturing and Measuring What Really Matters, National Productivity Review, (Summer), 1995.
- Departemen Pendidikan Nasional. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi Ketiga. Jakarta: Penerbit Balai Pustaka, 2001.
- Dharmmesta, B.S. "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti." Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 14 (3), 73-88. 1999.
- Griffin, Jill. Customer Loyalty (titel asli: Customer Loyalty). Penerjemah, Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2003.
- Jasfar, Farida. Manajemen Jasa, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2005.
- Kandampully, Jay. Service Quality to Service Loyalty: A Relationship Which Goes Beyond Customer Services, Total Quality Management, August, 1998.
- Kotler, Philip. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, Ninth Edition, New Jersey: Prentice-Hall, Inc. 1997.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong, Principles of Marketing, 12th Edition, Prentice-Hall, Inc, New Jersey, 2008
- Kotler, Philip. Marketing Management: Millenium Edition, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall International, Inc, 2000.
- Lovelock, Christopher. Managing Service: Marketing, Operation, and Human Resource. London: Prentice-Hall International, Inc, 1988.
- M.F. Shellyana Junaedi. "Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dan Kualitas Jasa: Studi Perilaku Konsumen Terhadap Loyalitas Merek." Modus Vol. 15 (2), 2003, 105-118.
- Mowen, J.C. & M. Minor. Cusumer Behavior, Fifth edition, Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, Inc, 1998.

Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, & Leonard L. Berry. A conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research, Journal of Marketing, 49 (Fall), 41-50, 1985.

Stanton, W.J. Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi 7, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1985.

Sugiyono. Metode Penelitian Bisnis, Bandung: CV. ALFABETA, 1999.

Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 1995.





**LAMPIRAN - LAMPIRAN**

## Bagian I

Isilah titik-titik dibawah ini dan lingkarilah pilihan yang sesuai dengan jawaban anda:

- ❖ Jenis kelamin : a. Pria  
b. Wanita
- ❖ Bengkel sepeda motor yang paling sering Anda pilih dalam merawat sepeda motor (di Temanggung) :  
.....
- ❖ Dalam 4 bulan Anda melakukan perawatan di bengkel sepeda motor tersebut sebanyak :  
a. 1 kali            b. 2 kali            c. Lebih dari 2 kali

## Bagian II

Berilah tanda silang (X) pada salah satu kolom SS / S / R / TS / STS yang sesuai dengan jawaban Anda untuk setiap pernyataan berikut ini.

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- R = Ragu-ragu
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

### Kualitas Jasa

No.	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
<b>RELIABILITY</b>						
1.	Spare parts yang dijual di bengkel sepeda motor XX mempunyai kualitas (kemasan, bahan, warna, dll) yang bermutu					
2.	Ketika saya mempunyai masalah (terutama berkaitan dengan sepeda motor) misalnya: saya ingin mendapatkan spareparts tertentu, dan kebetulan spareparts itu tidak tersedia, bengkel sepeda motor XX akan dengan tulus membantu untuk mendapatkan spareparts itu					
3.	Karyawan bengkel sepeda motor XX dapat menjawab pertanyaan konsumen dengan benar.					



4.	Bengkel sepeda motor XX menyediakan pelayanannya tepat pada saat mereka menjanjikannya. (misalnya: spareparts pesanan saya datang pada waktu dijanjikannya					
5.	Layout serta penyusunan spareparts bengkel sepeda motor XX rapi dan tertata baik (dapat mencari spareparts dengan mudah).					
<b>RESPONSIVNESS</b>						
6.	Karyawan bengkel sepeda motor XX selalu memberi informasi kepastian waktu penyampaian jasa					
7.	Karyawan bengkel sepeda motor XX mampu memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen.					
8.	Keberadaan karyawan bengkel sepeda motor XX sangat membantu saya dalam merawat dan menyediakan sparepart yang saya cari.					
9.	Karyawan bengkel sepeda motor XX selalu siap untuk melayani / merespon permintaan pelanggan.					
<b>ASSURANCE</b>						
10.	Perilaku karyawan bengkel sepeda motor XX menimbulkan kepercayaan kepada konsumen.					
11.	Sebagai konsumen bengkel sepeda motor XX, saya merasa aman untuk berkunjung dan melakukan transaksi disana.					
12.	Karyawan bengkel sepeda motor XX selalu bersikap baik dan sopan terhadap konsumen					
13.	Karyawan bengkel sepeda motor XX mempunyai kecakapan dan pengetahuan yang baik dalam menjawab pertanyaan konsumen					
<b>EMPATHY</b>						
14.	Bengkel sepeda motor XX mempunyai karyawan yang memberikan perhatian pribadi kepada konsumen.					
15.	Karyawan bengkel sepeda motor XX tidak merasa terganggu dalam menjawab pertanyaan konsumen.					
16.	Bengkel sepeda motor XX memiliki spareparts yang lengkap dan seringkali sesuai dengan kebutuhan dan keinginan spesifik saya.					
17.	Saya merasa mudah dalam melakukan hubungan dan komunikasi dengan karyawan bengkel sepeda motor XX.					

18.	Waktu beroperasi bengkel sepeda motor XX memudahkan saya dalam melakukan perawatan sepeda motor.					
<b>TANGIBLES</b>						
19.	Bengkel sepeda motor XX memiliki peralatan dan sarana komunikasi dengan teknologi yang modern					
20.	Bengkel sepeda motor XX memiliki fasilitas fisik yang menarik secara visual.					
21.	Karyawan bengkel sepeda motor XX berpenampilan rapi, bersih, dan menarik.					
22.	Bengkel sepeda motor XX memiliki fasilitas bangunan yang cukup memadai.					

### Kepuasan Konsumen

No.	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
1.	Saya yakin, saya melakukan hal yang benar dengan melakukan perawatan sepeda motor di bengkel sepeda motor XX.					
2.	Saya senang dengan keputusan saya melakukan perawatan sepeda motor di bengkel sepeda motor XX.					
3.	Saya puas atas pelayanan yang diberikan oleh bengkel sepeda motor XX.					

### Loyalitas Konsumen

No.	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
1.	Merawat sepeda motor di bengkel sepeda motor XX lebih banyak manfaatnya daripada di bengkel sepeda motor lain.					
2.	Pelayanan yang saya dapat dari bengkel sepeda motor XX sebanding dengan selisih biaya yang saya keluarkan jika melakukan perawatan sepeda motor di bengkel sepeda motor lain.					
3.	melakukan perawatan sepeda motor di bengkel sepeda motor XX lebih menyenangkan dibandingkan di bengkel sepeda motor yang lain.					
4.	Saya sudah semakin dewasa untuk lebih menyukai melakukan perawatan sepeda motor di bengkel sepeda motor XX daripada bengkel sepeda motor lain.					
5.	Saya melakukan perawatan sepeda motor di bengkel sepeda motor XX sudah lebih dari satu tahun.					

6.	Saya mengenal betul tata letak peralatan dan spareparts yang ada di bengkel sepeda motor XX.					
7.	Bila ada bengkel sepeda motor baru yang menarik, saya tetap akan melakukan perawatan sepeda motor di bengkel sepeda motor XX.					
8.	Saya berniat melanjutkan melakukan perawatan sepeda motor di bengkel sepeda motor XX di waktu yang akan datang.					
9.	Meskipun bengkel sepeda motor XX melakukan kesalahan, saya akan tetap melakukan perawatan sepeda motor di bengkel sepeda motor XX.					
10.	Meskipun saya berpindah tempat tinggal (tetap di sekitar Temanggung, tetapi lebih jauh dari bengkel sepeda motor XX) saya akan tetap melakukan perawatan sepeda motor di bengkel sepeda motor XX.					
11.	Ketika saya mempunyai kebutuhan akan hal yang terkait sepeda motor dan dijual di bengkel sepeda motor XX, maka saya hanya akan membelinya di bengkel sepeda motor XX.					

Sumber: Kuesioner M.F. Shellyana Junaedi. "Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dan Kualitas Jasa: Studi Perilaku Konsumen Terhadap Loyalitas Merek." *Modus* Vol. 15 (2), 2003, 105-118. (Ada sedikit modifikasi untuk penyesuaian dalam penelitian ini).

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Rel1	17.11	3.513	.566	.741
Rel2	17.06	3.572	.490	.764
Rel3	17.13	3.225	.628	.718
Rel4	17.22	3.204	.645	.712
Rel5	17.20	3.475	.471	.773

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21.43	5.035	2.244	5

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.732	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Res6	12.70	2.111	.531	.666
Res7	12.71	2.127	.479	.696
Res8	12.66	2.105	.503	.682
Res9	12.54	2.008	.576	.639

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.87	3.407	1.846	4

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.614	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ass10	12.47	1.605	.374	.557
Ass11	12.51	1.566	.421	.526
Ass12	12.25	1.563	.335	.587
Ass13	12.69	1.347	.451	.497

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.64	2.394	1.547	4

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.645	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Emp14	16.41	3.921	.341	.636
Emp15	16.11	4.281	.501	.552
Emp16	16.09	4.042	.551	.523
Emp17	16.35	4.452	.338	.621
Emp18	16.04	4.584	.318	.628

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20.25	6.109	2.472	5

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.703	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tang19	12.27	2.361	.386	.703
Tang20	12.34	1.944	.601	.564
Tang21	12.26	2.215	.508	.628
Tang22	12.27	2.361	.470	.652

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.38	3.592	1.895	4



## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kpsn1	8.41	1.254	.526	.770
Kpsn2	8.34	1.297	.601	.689
Kpsn3	8.41	1.093	.682	.589

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.58	2.448	1.565	3

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	11

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LK1	39.55	20.371	.623	.843
LK2	39.67	22.143	.334	.860
LK3	39.76	20.709	.531	.848
LK4	39.68	20.078	.593	.844
LK5	39.65	20.028	.497	.851
LK6	39.79	20.168	.517	.849
LK7	39.69	19.953	.607	.843
LK8	39.65	19.987	.586	.844
LK9	40.01	19.303	.533	.850
LK10	39.81	18.762	.645	.839
LK11	39.64	19.889	.612	.842

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
43.69	24.014	4.900	11

## Regression

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tangibles, Assurance, Reliability, Emphaty, Responsivness <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667	.445	.415	.39891

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Assurance, Reliability, Emphaty, Responsivness

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.971	5	2.394	15.046	.000
	Residual	14.958	94	.159		
	Total	26.929	99			

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Assurance, Reliability, Emphaty, Responsivness

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.132	.505		.261	.795
	Reliability	.009	.132	.008	.070	.944
	Responsivness	.281	.141	.248	1.997	.049
	Assurance	.332	.127	.247	2.623	.010
	Emphaty	.172	.122	.163	1.409	.162
	Tangibles	.185	.119	.168	1.556	.123

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

## Regression

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan <sup>a</sup> konsumen	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657	.432	.426	.33742

a. Predictors: (Constant), Kepuasan konsumen

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.490	1	8.490	74.572	.000
	Residual	11.158	98	.114		
	Total	19.648	99			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan konsumen

b. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.617	.275		5.886	.000
	Kepuasan konsumen	.562	.065	.657	8.635	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

## Regression

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tangibles, Assurance, Reliability, Emphaty, Responsivness <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806	.650	.632	.27038

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Assurance, Reliability, Emphaty, Responsivness

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.776	5	2.555	34.952	.000
	Residual	6.872	94	.073		
	Total	19.648	99			

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Assurance, Reliability, Emphaty, Responsivness

b. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.171	.343		-.500	.618
	Reliability	.045	.090	.045	.497	.620
	Responsivness	.180	.095	.186	1.888	.062
	Assurance	.282	.086	.245	3.279	.001
	Emphaty	.246	.083	.273	2.980	.004
	Tangibles	.250	.081	.266	3.101	.003

a. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

## Regression

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan konsumen, Reliability, Tangibles, Assurance, Emphaty, Responsivness <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824	.678	.657	.26073

a. Predictors: (Constant), Kepuasan konsumen, Reliability, Tangibles, Assurance, Emphaty, Responsivness

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.326	6	2.221	32.672	.000
	Residual	6.322	93	.068		
	Total	19.648	99			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan konsumen, Reliability, Tangibles, Assurance, Emphaty, Responsivness

b. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.197	.330		-.595	.553
	Reliability	.043	.086	.043	.495	.622
	Responsivness	.126	.094	.131	1.344	.182
	Assurance	.218	.086	.189	2.539	.013
	Emphaty	.213	.081	.237	2.649	.009
	Tangibles	.215	.079	.228	2.724	.008
	Kepuasan konsumen	.192	.067	.224	2.844	.005

a. Dependent Variable: Loyalitas konsumen

## Frequencies

### Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	61	61.0	61.0	61.0
	Wanita	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Bengkel yang sering dikunjungi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tunas Jaya Temanggung	12	12.0	12.0	12.0
	Hosana 647	42	42.0	42.0	54.0
	Sukses Motor	5	5.0	5.0	59.0
	Cendana Giri	21	21.0	21.0	80.0
	Bengkel umum	1	1.0	1.0	81.0
	52 Motor	16	16.0	16.0	97.0
	Jakarta Motor	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Dalam 4 bulan melakukan perawatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali	18	18.0	18.0	18.0
	2 kali	63	63.0	63.0	81.0
	lebih dari 2 kali	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Oneway

### Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Kualitas jasa	Hosana 647	42	4.2760	.23273	.03591
	Cendana Giri	21	4.1494	.33499	.07310
	52 Motor	16	4.2017	.26031	.06508
	Total	79	4.2273	.27078	.03046
Kepuasan konsumen	Hosana 647	42	4.4127	.41522	.06407
	Cendana Giri	21	4.1429	.30861	.06734
	52 Motor	16	4.2083	.54263	.13566
	Total	79	4.2996	.43230	.04864
Loyalitas konsumen	Hosana 647	42	4.1190	.27346	.04220
	Cendana Giri	21	4.0000	.31360	.06843
	52 Motor	16	4.1307	.29685	.07421
	Total	79	4.0898	.29059	.03269



### Descriptives

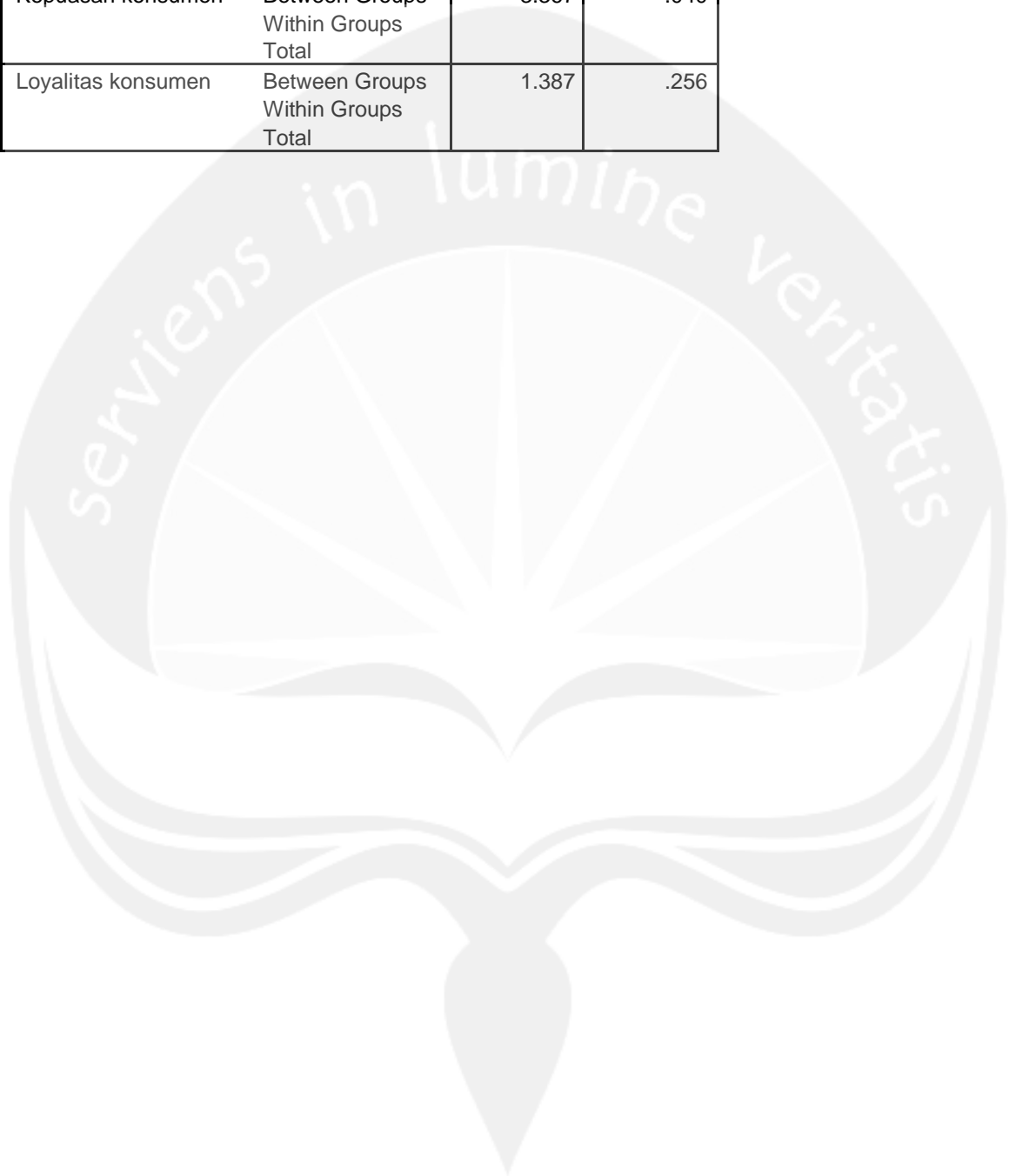
		95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
		Lower Bound	Upper Bound		
Kualitas jasa	Hosana 647	4.2035	4.3485	3.73	4.77
	Cendana Giri	3.9969	4.3018	3.59	4.82
	52 Motor	4.0630	4.3404	3.68	4.77
	Total	4.1666	4.2879	3.59	4.82
Kepuasan konsumen	Hosana 647	4.2833	4.5421	3.67	5.00
	Cendana Giri	4.0024	4.2833	3.67	5.00
	52 Motor	3.9192	4.4975	3.33	5.00
	Total	4.2027	4.3964	3.33	5.00
Loyalitas konsumen	Hosana 647	4.0338	4.2043	3.64	4.64
	Cendana Giri	3.8572	4.1428	2.91	4.45
	52 Motor	3.9725	4.2889	3.64	4.73
	Total	4.0247	4.1548	2.91	4.73

### ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square
Kualitas jasa	Between Groups	.238	2	.119
	Within Groups	5.481	76	.072
	Total	5.719	78	
Kepuasan konsumen	Between Groups	1.186	2	.593
	Within Groups	13.390	76	.176
	Total	14.577	78	
Loyalitas konsumen	Between Groups	.232	2	.116
	Within Groups	6.355	76	.084
	Total	6.587	78	

### ANOVA

		F	Sig.
Kualitas jasa	Between Groups	1.647	.199
	Within Groups		
	Total		
Kepuasan konsumen	Between Groups	3.367	.040
	Within Groups		
	Total		
Loyalitas konsumen	Between Groups	1.387	.256
	Within Groups		
	Total		



## Oneway

### Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Reliability	Hosana 647	42	4.3476	.39770	.06137
	Cendana Giri	21	4.3429	.34723	.07577
	52 Motor	16	4.2750	.39917	.09979
	Total	79	4.3316	.38148	.04292
Responsivness	Hosana 647	42	4.3452	.36187	.05584
	Cendana Giri	21	4.1905	.43232	.09434
	52 Motor	16	4.3281	.33812	.08453
	Total	79	4.3006	.37847	.04258
Assurance	Hosana 647	42	4.2976	.34587	.05337
	Cendana Giri	21	4.1667	.31950	.06972
	52 Motor	16	4.0625	.30957	.07739
	Total	79	4.2152	.34141	.03841
Emphaty	Hosana 647	42	4.1857	.32578	.05027
	Cendana Giri	21	3.9810	.48951	.10682
	52 Motor	16	4.1125	.48425	.12106
	Total	79	4.1165	.41213	.04637
Tangibles	Hosana 647	42	4.2083	.37415	.05773
	Cendana Giri	21	4.0595	.41762	.09113
	52 Motor	16	4.2344	.35904	.08976
	Total	79	4.1741	.38471	.04328

### Descriptives

		95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
		Lower Bound	Upper Bound		
Reliability	Hosana 647	4.2237	4.4716	3.60	5.00
	Cendana Giri	4.1848	4.5009	3.80	5.00
	52 Motor	4.0623	4.4877	3.60	5.00
	Total	4.2462	4.4171	3.60	5.00
Responsivness	Hosana 647	4.2325	4.4580	3.50	5.00
	Cendana Giri	3.9937	4.3873	3.50	5.00
	52 Motor	4.1480	4.5083	4.00	5.00
	Total	4.2159	4.3854	3.50	5.00
Assurance	Hosana 647	4.1898	4.4054	3.50	5.00
	Cendana Giri	4.0212	4.3121	3.75	5.00
	52 Motor	3.8975	4.2275	3.50	4.75
	Total	4.1387	4.2917	3.50	5.00
Emphaty	Hosana 647	4.0842	4.2872	3.40	4.80
	Cendana Giri	3.7581	4.2038	3.00	4.80
	52 Motor	3.8545	4.3705	3.20	4.80
	Total	4.0241	4.2088	3.00	4.80
Tangibles	Hosana 647	4.0917	4.3249	3.25	5.00
	Cendana Giri	3.8694	4.2496	3.25	5.00
	52 Motor	4.0431	4.4257	3.75	5.00
	Total	4.0879	4.2602	3.25	5.00

### ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Reliability	Between Groups	.065	2	.032	.218	.805
	Within Groups	11.286	76	.149		
	Total	11.351	78			
Responsivness	Between Groups	.350	2	.175	1.231	.298
	Within Groups	10.822	76	.142		
	Total	11.172	78			
Assurance	Between Groups	.708	2	.354	3.208	.046
	Within Groups	8.384	76	.110		
	Total	9.092	78			
Emphaty	Between Groups	.587	2	.294	1.763	.179
	Within Groups	12.661	76	.167		
	Total	13.249	78			
Tangibles	Between Groups	.383	2	.192	1.304	.277
	Within Groups	11.161	76	.147		
	Total	11.544	78			

### Case Summaries

	gender	bengkel	bulan	Rel1	Rel2	Rel3	Rel4	Rel5	Res6	Res7
1	1	4	2	5	5	4	4	4	4	4
2	1	3	2	5	5	5	5	5	5	4
3	1	6	3	4	4	4	4	4	4	4
4	1	6	2	5	5	5	5	5	5	5
5	1	6	2	4	5	4	4	4	4	4
6	1	3	2	4	4	4	5	5	5	5
7	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4
8	1	6	2	4	4	4	5	5	5	5
9	2	3	2	5	5	5	5	5	5	5
10	1	4	2	5	5	5	5	5	5	5
11	1	5	2	4	3	3	3	4	3	4
12	2	4	3	4	3	4	4	5	5	4
13	2	6	2	4	4	4	4	4	3	4
14	2	4	2	4	5	5	4	3	4	3
15	1	4	2	4	4	4	3	3	4	2
16	2	6	2	5	4	5	4	4	3	4
17	1	4	1	4	5	4	4	3	4	4
18	1	7	3	4	5	5	5	5	4	5
19	1	6	2	4	5	4	4	4	3	4
20	2	8	1	4	4	3	3	4	3	4
21	1	8	2	4	5	4	5	4	4	5
22	1	4	2	5	5	5	4	2	4	4
23	1	4	3	5	5	5	5	5	5	4
24	1	4	1	5	5	4	4	3	4	4
25	2	4	1	5	5	5	4	4	4	4
26	1	4	2	4	5	4	4	4	5	4
27	1	4	2	4	5	5	5	5	4	5
28	1	4	2	4	5	4	4	4	5	4
29	1	4	2	5	5	4	3	4	4	4
30	1	4	2	5	5	5	4	4	4	5
31	1	4	2	4	4	5	4	5	4	4
32	1	4	2	5	5	5	5	4	5	5
33	1	3	2	4	5	4	4	4	4	4
34	1	5	1	2	3	3	2	3	4	2
35	1	4	2	4	4	3	4	4	3	4
36	1	8	2	3	4	4	4	5	4	5
37	1	8	2	4	4	4	4	4	5	5
38	1	6	3	5	4	3	4	4	4	3
39	1	4	3	5	5	5	5	5	5	4
40	1	6	2	4	4	4	4	4	4	4
41	1	6	2	4	4	5	5	5	5	5
42	1	3	2	4	4	3	4	3	4	4
43	1	4	3	5	5	5	5	4	4	5
44	2	6	2	4	4	4	4	3	4	4
45	2	4	3	4	4	4	5	5	4	5
46	2	4	3	4	4	4	5	4	5	5
47	2	4	2	4	4	5	4	4	5	4
48	2	4	3	4	5	4	4	5	4	4
49	1	4	3	5	5	5	5	5	5	4
50	1	9	1	4	3	4	4	4	3	3
51	2	3	3	4	4	5	4	4	4	4
52	2	3	2	4	5	5	5	5	4	4
53	1	8	2	4	4	4	4	4	4	4
54	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4
55	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4

### Case Summaries

	gender	bengkel	bulan	Rel1	Rel2	Rel3	Rel4	Rel5	Res6	Res7
56	2	8	3	5	4	4	5	5	5	5
57	2	6	2	5	5	5	5	5	4	5
58	2	4	2	5	5	5	5	5	5	5
59	1	8	3	5	5	5	5	5	4	4
60	2	6	2	4	4	5	4	4	4	4
61	1	4	1	4	4	5	4	4	4	5
62	1	4	2	4	4	5	4	4	4	4
63	2	3	2	5	4	4	4	3	4	3
64	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4
65	1	9	1	4	3	4	4	3	2	3
66	2	5	2	3	4	3	4	4	4	3
67	2	8	1	4	4	4	4	4	4	4
68	1	9	1	4	4	4	5	5	4	4
69	1	4	3	4	4	4	4	4	5	4
70	1	4	2	5	4	5	5	5	5	5
71	2	6	1	5	5	5	5	5	5	5
72	1	3	2	4	4	4	4	4	4	4
73	1	4	1	5	5	5	5	5	4	4
74	1	4	2	4	4	4	4	4	4	4
75	2	6	2	4	4	4	4	4	4	4
76	2	5	1	4	3	3	3	4	3	3
77	2	6	1	5	5	4	4	4	4	4
78	1	8	2	5	5	4	5	5	4	4
79	1	8	3	5	4	5	4	5	4	4
80	1	8	2	5	5	5	4	5	4	4
81	1	4	2	4	4	4	4	4	4	4
82	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4
83	1	5	2	4	5	5	4	4	4	5
84	1	6	2	4	5	4	4	5	4	5
85	1	8	2	4	5	4	4	4	4	4
86	2	8	2	4	4	4	4	4	5	5
87	2	3	2	5	5	5	5	5	4	4
88	2	3	2	4	4	4	5	4	5	4
89	1	4	2	5	4	5	4	4	4	4
90	2	6	3	4	5	4	5	4	5	4
91	1	4	1	5	4	5	4	5	4	4
92	1	4	2	5	4	5	4	5	4	5
93	2	6	1	5	4	5	4	5	4	4
94	1	4	2	4	4	4	4	4	4	5
95	1	6	2	4	5	4	4	4	4	4
96	2	8	2	4	5	4	4	4	4	4
97	2	6	3	5	4	5	4	4	5	4
98	1	8	1	5	5	4	4	4	4	4
99	2	8	2	4	4	3	4	4	5	4
100	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4

[PDF to Word](#)

