PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN VIP *CAR WASH*

SKRIPSI

OLEH

INDAH NINGTYAS
NIM : 141310420

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK

2020

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN VIP *CAR WASH*

Tanggung Jawab Yuridis :

INDAH NINGTYAS
NIM. 141310420

Program Studi Manajemen

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Dan Lulus Dalam Ujian Skripsi / Komprehensif
Pada Tanggal : 25 September 2019

Majelis Penguji :

Pembimbing Utama	Penguji Utama
Samsuddin, SE, M.Si	**Devi Yasmin, SE, MM**
NIDN. 11-131177-01	NIDN. 00-300667-01
Pembimbing Pembantu	Penguji Pembantu
Fenni Supriadi, SE,MM	**Heni Safitri, SE, MM.**
NIDN. 11-281085-01	NIDN. 11-030289-01

Pontianak, 25 September 2019

Disahkan oleh :

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAHPONTIANAK

DEKAN

Samsuddin, SE, M.Si
NIDN. 11-131177-01

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul : **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas VIP *Car Wash*".** Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Selama penelitian dan penyusunan skripsi, penulis banyak sekali memperoleh bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, sehingga, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Helman Fachri, SE, MM, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Samsuddin, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah dan selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan arahan dan bimbingan, hingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Bapak Fenni Supriadi, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah bersedia memberikan petunjuk dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

4. Pimpinan VIP *Car Wash* beserta karyawan yang telah memberikan izin dan bantuan untuk mengadakan penelitian ini.
5. Terimakasih yang tidak terhingga secara khusus peneliti sampaikan kepada Kedua Orang Tua yang selalu senantiasa mendo'akan, memberikan semangat dan bantuan moril dan materil kepada peneliti hingga peneliti menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa juga kepada adik tercinta yang selalu menjadi penyemangat, dan kepada Saudara-saudaraku yang selalu memberikan dukungan baik materil maupun do'a, perhatian dan dorongannya selama ini.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak Angkatan 2014 khususnya kelas 04 dan 07, yang selalu membantu dan memberikan *support.* Semoga amal baik dari semuanya mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah SWT.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan tentunya masih banyak diperlukan perbaikan. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pontianak, 20 Juli 2019
Peneliti

Indah Ningtyas
141310420

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan VIP *Car Wash* Sungai Raya. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang mengambarkan adanya pengaruh antara variabel melalui penelitian hipotesa. Responden penelitian adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa VIP *Car Wash* Sungai Raya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan VIP *Car Wash* Sungai Raya dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*

Alat analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana, koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R^2), uji kelayakan model (F). Hasil persamaan regresi linier sederhana menunjukkan persamaan: Y = 0,609 + 0,856X artinya Konstanta (a) sebesar 0,609 menyatakan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X) bernilai nol, maka pengaruh anggota VIP *Car Wash* Sungai Raya (Y) sebesar 0,609 dan apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan, maka loyalitas pelanggan VIP *Car Wash* Sungai Raya akan meningkat sebesar 0,856 satuan . Hasil koefisien korelasi menunjukkan nilai R sebesar 0,782 yang berarti bahwa terdapat korelasi yang tinggi antara kualitas pelayanan (X) dan loyalitas (Y). Nilai R^2 (R *Square*) sebesar 0,612 atau 61,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan) sebesar 61,2% sedangkan sisanya sebesar 38,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Uji kelayakan model menunjukkan nilai F hitung sebesar 154,589 dan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,001 < 0,05 artinya model regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas anggota pada VIP *Car Wash* Sungai Raya.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i

ABSTRAK iii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR viii

DAFTAR LAMPIRAN ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Permasalahan 7

C. Pembatasan Masalah 7

D. Tujuan Penelitian 7

E. Manfaat Penelitian 8

F. Kerangka Pemikiran 8

G. Metode Penelitian 10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pemasaran Jasa dan Manajemen Pemasaran 21

B. Pelayanan 25

C. Kualitas Pelayanan 25

D. Loyalitas Pelanggan 26

E. Karakteristik Loyalitas Pelanggan 27

F. Merancang dan Menciptakan Loyalitas 27

G. Tahap-Tahap Loyalitas 28

H. Prinsip-Prinsip Loyalitas 29

I. Mempertahankan Loyalitas Pelanggan 30

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah 31
B. Visi, Misi & Motto 32
C. Struktur Organisasi 32
D. Sumber Daya Manusia 35

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden 36
B. Uji Instrumen 40
C. Uji Normalitas 43
D. Analisis Regresi Linier Sederhana 43
E. Analisis Koefisien Korelasi (R) 44
F. Analisis Koefisien Determinasi (R^2) 45
G. Uji Kelayakan Model 45

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 47
B. Saran 48

DAFTAR PUSTAKA 50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Usaha Cuci Motor dan Mobil di Kubu Raya 3

Tabel 1.2 Daftar Harga Pelayanan 4

Tabel 1.3 Jumlah Data Penjualan 6

Tabel 1.4 Skor Pernyataan Responden 14

Tabel 1.5 Pedoman dan Intepretasi terhadap Nilai r 18

Tabel 3.1 Jumlah Karyawan 34

Tabel 3.2 Tingkat Pendidikan Karyawan 35

Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Umur 36

Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 37

Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Status Perkawinan 37

Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan 37

Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 37

Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan 38

Tabel 4.7 Frekuensi Pengunjung Responen 38

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X 39

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Y 41

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X 42

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y 42

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas 43

Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Linier Sederhana 44

Tabel 4.14 Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi 45

Tabel 4.15 Hasil Uji Kelayakan Model (F)..... 46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran 10

Gambar 3.1 Struktur Organisasi 34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner 51

Lampiran 2. Identitas Responden 54

Lampiran 3. Rekapitulasi Variabel Kualitas Pelayanan 58

Lampiran 4. Rekapitulasi Variabel Loyalitas Pelanggan 62

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan 66

Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan 68

Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan 69

Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan 69

Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas 70

Lampiran 10. Hasil Regresi 71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat, terutama yang bergerak dalam bidang pemasaran. Salah satunya usaha cuci mobil dan motor atau *Car Wash*. Usaha *car wash* di Sungai Raya saat ini sudah modern, karena menggunakan alat-alat yang canggih salah satunya ialah hydrolik. Semakin banyaknya usaha *Car Wash* yang ada di Sungai Raya, para pengusaha masing masing saling meningkatkan usahanya dalam bidang pelayanan dan pemasarannya. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan.

Persaingan yang semakin ketat terjadi di dalam dunia usaha khususnya dalam pencucian mobil dan motor atau *Car Wash* yang paling dominan banyak diminati dan dibutuhkan oleh masyarakat. Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak.

Kualitas layanan berpengaruh terhadap perilaku pelanggan yaitu melalui loyalitas pelanggan. Melalui loyalitas itu pelanggan akan melakukan

pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada orang lain.

Salah satu jasa cuci mobil dan motor yang diminati ialah VIP *Car Wash* yang berada di Jl . Arteri Supadio, Desa Arang Limbung Kecamatan Sungai Raya Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat. Usaha cuci mobil dan motor VIP *Car Wash* berdiri sejak Januari 2016, yang didirikan oleh Bapak Kusyanto. Pada awal pembukaanya VIP *Car Wash* ini hanya dikerjakan oleh pemiliknya sendiri, namun seiring berjalannya waktu sebulan kemudian usaha cuci mobil dan motor ini merekrut karyawan untuk bekerja di VIP *Car Wash*. Selain itu jasa cuci mobil dan motor yang ditawarkan oleh VIP *Car Wash* semakin bertambah sesuai harga dan kebutuhan pelanggan.

VIP *Car Wash* menggunakan peralatan yang canggih dan modern serta menawarkan jenis layanan yang disediakan, pengunjung juga disediakan ruang tungu yang difasilitasi kipas angin sehingga pelanggan tidak merasa kepanasan serta adanya televisi agar pelanggan tetap bisa menonton saat sedang menunggu kendaraan yang sedang dibersihkan dan dicuci oleh karyawan. Selain itu VIP *Car Wash* juga menyediakan minuman yang dapat dipesan oleh pelanggan yaitu minuman panas sampai minuman dingin seperti kopi, teh manis, capuccino, dan mineral.

VIP *Car Wash* sendiri mempunyai halaman yang sangat luas sehingga mampu menampung banyak kendaraan dan memudahkan kendaraan dalam

memarkir. Jasa cuci mobil dan motor VIP *Car Wash* buka pukul 07.00 WIB - 17.00 WIB.

Dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, usaha cuci mobil dan motor menyediakan berbagai ragam jasa yang ditawarkan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Keadaan ini ditandai dengan makin banyaknya cuci mobil dan motor yang bermunculan di Desa Arang Limbung.

Berikut tabel 1.1 adalah cuci mobil dan motor yang ada di Desa Arang Limbug :

Tabel 1.1
Pemerintah Kabupaten Kubu Raya Kec. Sungai Raya
Desa Arang Limbung
Usaha cuci mobil dan motor di Desa Arang Limbung
Tahun 2019

No	Nama Cuci Motor dan Mobil	Alamat	Tahun Berdiri
1.	VIP *Car Wash*	Jl. Arteri Supadio	2016
2.	Fahryan *Car Wash*	Jl. Wonodadi 1 No. 16	2018
3.	Permana *Car Wash*	Jl. Ayani 2	2017
4.	Cuci mobil dan motor Kuala Dua	Jl. Kuala Dua	2016
5.	Cuci mobil dan motor Pak De	Jl. Parit Bugis Gg. Polindo	2015

Sumber: Pemerintah Desa Arang Limbung, Kec Sungai Raya, Kab Kubu Raya.

Dilihat dari tabel 1.1 dapat dipastikan bahwa ada beberapa usaha cuci mobil dan motor yang ada di Desa Arang limbung, semakin banyak pesaing maka semakin membuat usaha cuci mobil dan motor untuk bersaing mendapatkan pelanggan, baik dalam meningkatkan kualitas pelayanan, memperbanyak jasa yang ditawarkan, serta menambah fasilitas dan ruang

tunggu yang nyaman, juga memberikan kualitas terbaik dengan harga yang kompetitif yang dapat dipilih sesuai jasa yang ditawarkan. Karena, jika usaha cuci mobil dan motor memberikan kualitas layanan yang baik terhadap pelanggan pasti akan mencapai loyalitas yang diharapkan. Maka para pesaing harus mampu memberikan kualitas layanan, harga serta kenyamanan yang diinginkan oleh pelanggan untuk tetap menggunakan jasa cuci mobil dan motor tersebut.

Adapun tabel 1.2 daftar harga berdasarkan jenis layanan yang ditawarkan oleh VIP *Car Wash* :

Tabel 1.2
VIP *Car Wash*
Daftar Harga Berdasarkan Jenis Layanan
Tahun 2019

No	Jenis Layanan	Jenis Kendaraan	Harga (Rp)
1.	Cuci Mobil Hidrolik	Besar	60.000
2.	Cuci mobil hidrolik	Kecil	50.000
3.	Cuci mobil biasa	Besar	50.000
4.	Cuci mobil biasa	Kecil	40.000
5.	Cuci mobil luar	Besar	35.000
6.	Cuci mobil luar	Kecil	25.000
7.	Cuci mobil dalam	Besar	30.000
8.	Cuci mobil dalam	Kecil	20.000
9.	Cuci motor+poles	Besar	20.000
10.	Cuci motor+poles	Kecil	15.000
11.	Cuci motor biasa	Besar	15.000
12.	Cuci motor biasa	Kecil	10.000

Sumber: VIP Car Wash, 2019

Dari tabel 1.2 di atas terdapat beberapa jenis layanan cuci mobil dan motor yang ditawarkan oleh VIP *Car Wash*. Dalam proses mencuci kendaraan, VIP *Car Wash* menggunakan peralatan yang sudah canggih dan modern. Peralatan yang digunakan VIP *Car Wash* yaitu:

1. Kompresor yang memiliki banyak fungsi sebagai penggerak hidrolik, menghasilkan busa salju *(snow wash)* dan pengeringan sela sela kendaraan.
2. Mesin hidrolik yang berfungsi untuk mengangkat mobil agar bagian bawah *(chasis)* dapat dibersihkan dari kotoran yang membandel dengan baik dan leluasa.
3. *Vacum Cleaner* yang digunakan untuk menghisap debu atau kotoran yang ada di dalam mobil.
4. Mesin steam air (*Pressure air)* berfungsi untuk meninggikan tekanan air yang disemprotkan ke kendaraan yang dapat diatur tekanannya agar tidak terlalu kuat, dengan mesin ini mampu membersihkan kotoran yang menempel dengan sangat mudah dan juga mampu menjangkau sampai ke sela sela bagian yang susah dijangkau.

Adapun rangkaian dan tahap proses memberikan pelayanan VIP *Car Wash* kepada para konsumen adalah sebagai berikut :

1. Pelanggan yang datang langsung disambut oleh karyawan dan karyawan menanyakan jenis layanan yang akan digunakan oleh pelanggan.
2. Karyawan mempersilahkan pelanggan untuk duduk di ruang tunggu yang disediakan dan memberikan *free mineral* gelas kepada pelanggan.
3. Karyawan memarkirkan kendaraan pelanggan.
4. Karyawan membersihkan dan mencuci kendaraan pelanggan.
5. Pelanggan membayar jasa cuci kendaraan yang telah digunakan kepada kasir.

Berikut disajikan tabel 1.3 jumlah data pendapatan VIP *Car Wash* tiga tahun terakhir :

Tabel 1.3
VIP *Car Wash*
Jumlah Pendapatan
Tahun 2016-2018

Tahun	Jumlah Pendapatan (Rp)	Persentase Naik/Turun (%)
2016	187.950.000,-	-
2017	267.850.000,-	42,5
2018	264.319.000,-	(1,32)

Sumber : VIP Car Wash, 2019

Dari tabel 1.3 jumlah data penjualan VIP Car Wash tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 42,5% dan pada tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 1,32%.

Untuk mengetahui permasalahan lebih dalam dilakukan wawancara kepada pemilik usaha VIP *Car Wash* dan beberapa pelanggan VIP *Car Wash*. Dari hasil wawancara, diperoleh informasi beberapa keluhan yang disampaikan pelanggan terkait dengan :

1. Kurang bersihnya dalam mencuci kendaraan
2. Lambannya durasi dalam mencuci kendaraan
3. Kurang sopan dan ramahnya karyawan dalam melayani pelanggan.

Berdasarkan Latar Belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan VIP *Car Wash*”.

B. Permasalahan

Permasalahan dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan VIP *Car Wash*?"

C. Pembatasan Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup permasalahan agar pembahasan dapat lebih terarah, maka penulis mengadakan pembatasan masalah pada variabel-variabel kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan di VIP *Car Wash*.

Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa (2017:56) terdapat lima dimensi pokok dalam mengukur kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangibles*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya Tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati (*empathy*)

Menurut Griffin dalam Sangadji dan Sopiah (2013:104) : menyatakan " *loyality is defined as non random purchase expressed over time by decision making unit"*. Berdasarkan defenisi tersebut bahwa "loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih".

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimiliki oleh pelanggan yang loyal, sebagimana yang diungkapkan oleh Griffin dalam Sangadji dan Sopiah (2013:105), pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur
2. Membeli diluar lini produk/ jasa
3. Merekomendasikan produk lain
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui "pengaruh kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan VIP *Car Wash*".

E. Manfaat Penelitian

1. **Bagi Penulis**

   Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi penulis untuk memperoleh pengetahuan yang lebih lagi dan untuk menerapkan ilmu yang telah didapat selama duduk di bangku perkuliahan.

2. **Bagi Perusahaan**

   Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan dalam rangka perumusan strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan di VIP *Car Wash*.

3. **Bagi Almamater**

   Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi koleksi perpustakaan Universitas Muhammadiyah serta sebagai bahan acuan dan masukan bagi rekan-rekan mahasiswa yang ingin mengkaji lebih mendalam mengenai kualitas pelayanan.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan inti sari teori yang telah dikembangkan yang dapat mendasari perumusan hipotesis. Teori yang telah dikembangkan dalam mendasari rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah yang menyatakan hubungan antar variabel berdasarkan pembahasan teoritis.

Menurut Kotler (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:99) “bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Menurut Lovelock, dkk (2010:155) terdapat lima demensi utama mutu jasa yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya, yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan, dapat diandalkan, dan akurat.
2. Kecepatan (*Responsiveness*), yaitu kesedian untuk membantu pelanggan dan menyediakan prompt pelayanan.
3. Keamanan (*Assurance*), yaitu kepercayaan, kejujuran penyedia pelayanan.
4. Akses mudah (*empathy*), yaitu mudah didekati dan mudah untuk dikontak.
5. Penampilan unsur fisik (*tangibles*), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi

Apabila pelanggan VIP Car Wash menemukan ada *Car Wash* lain yang memiliki kualitas pelayanan yang lebih bagus, besar kemungkinan ia akan beralih ke Car Wash tersebut. Kualitas pelayanan yang baik akan menghasilkan pelanggan yang loyal. Konsep loyalitas itu sendiri bersifat kompleks dan dinamis. Pembelian ulang belum tentu mencerminkan loyalitas.

Loyalitas bukan tentang persentase dan konsumen yang sebelumnya membeli, tetapi tentang persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembeliannya yang pertama. Pembelian ulang yang bisa merupakan produknya menjadi satu-satunya alternatif yang tersedia. Konsekuensinya, pelanggan tidak memiliki peluang untuk memilih.

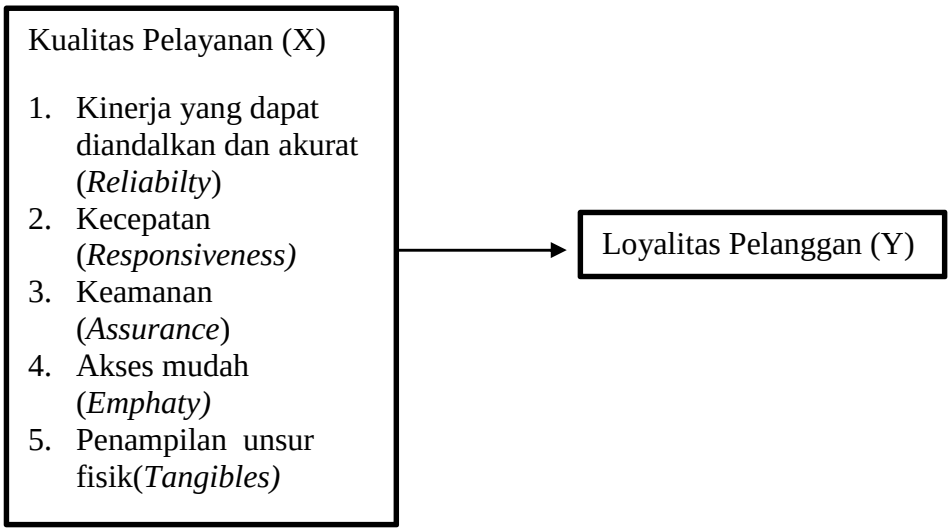
Morais dalam Sangadji dan Sopiah (2013:105) mengungkapkan bahwa "loyalitas pelanggan tidak bisa tercipta begitu saja, tetapi harus dirancang oleh perusahaan". Adapun tahap-tahap perancangan loyalitas adalah sebagai berikut:

1. Mendefenisikan nilai pelanggan (*Define customer value)*
   a. Identifikasi segmen pelanggan sasaran
   b. Difiniskan nilai pelanggan keputusan pembeian dan penciptaan loyalitas
   c. Ciptakan diferensiasi janji merek
2. Merancang pengalaman pelanggan bermerek (*Design the branded customer experience)*
   a. Mengembangkan pemahaman pengalaman pelanggan
   b. Merancang perilaku karyawan untuk merealisasikan janji merek
   c. Merancang perubahan strategi secara keseluruhan
3. Melengkapi orang dan menyampaikan secara konsisten *(Equip people and deliver consistenly)*
   a. Mempersiapkan pemimpin untuk menjalankan dan memberikan pengalaman kepada pelanggan
   b. Melengkapi pengetahuan dan keahlian karyawan untuk mengembangkan dan memberikan pengalaman kepada pedagang dalam setiap interaksi yang dilakukan pelanggan terhadap perusahaan
   c. Memperkuat kinerja perusahaan melalui pengukuran dan tindakan kepemimpinan
4. Menyokong dan meningkatkan kinerja *(Sustain and enhance performance)*
   a. Gunakan respon timbal balik pelanggan dan karyawan untuk memelihara karyawan secara berkesinambungan dan untuk mempertahankan pengalaman pelanggan
   b. Membentuk kerja sama antara sistem personalia dengan proses bisnis yang terlibat langsung dalam pemberian dan penciptaan pengalaman pelanggan

Secara terus menerus mengembangkan dan mengkomunikasikan hasil untuk menanamkan pengalaman konsumen bermerek yang telah dijalankan perusahaan

Berdasarkan teori dan empiris yang dikemukakan di atas, maka kerangka pemikiran dalam peneltian ini dituangkan dalam gambar berikut :

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8) : "Metode penelitian kuantitaitf dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016:137) : "Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data''. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tanggapan

responden yang diperoleh melalui kuesioner tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan VIP *car wash*.

1) Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:137) : "Wawancara digunakan sebagai teknik pegumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden sedikit/kecil''. Wawancara dilakukan kepada pemilik VIP *Car Wash* terkait informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, seperti struktur organisasi, sejarah, jumlah karyawan, tugas-tugas karyawan, dan pelayanan yang disediakan oleh VIP *Car Wash*.

2) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016:142) : "Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya". Di mana yang menjadi responden adalah pelanggan VIP *Car Wash*.

b. Data sekunder

Menurut Siregar (2017:37) : "Data sekuder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya". Data sekunder dalam penelitian ini yaitu informasi yang diperoleh dari berbagai *literature,* penelitian terdahulu, daftar pustaka serta laporan

perusahaan yang erat kaitannya dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2016:80) : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian kesimpulannya’’. Populasi dalam penelitian ini menggunakan data pelanggan yang menggunakan jasa cuci mobil dan motor di VIP *Car Wash*.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81) : “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus dari Rao Purba, yaitu :

$$n = \frac{Z^2}{4.\ (M\quad)^2}$$

$$n = \frac{(1{,}9\ \ )^2}{4.(0{,}0\ \ )^2}$$

$$n = 95$$

Keterangan

n : Jumlah sampel

z : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penelitian

Moe : Margin Of Error, atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditolerir.

Alasan memakai rumus tersebut karena populasinya tidak diketahui secara pasti. Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% atau z = 1,95 dan Moe = 5% (0,05).

Berdasarkan pengalaman perhitungan, maka jumlah sampel yang diteliti, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden yang menggunakan jasa VIP *Car Wash*, yang nantinya jawaban dari konsumen tersebut digunakan untuk keperluan analisis data.

Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *sampling purposive.* Menurut Sugiyono (2016:85) : “Sampling *purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

Dalam hal ini penulis memberikan syarat atau karakteristik responden sebagai berikut:

1. Pelanggan yang berusia di atas 18 tahun.
2. Pelanggan yang menggunakan jasa VIP *Car Wash* lebih dari dua kali.

4. Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunkan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2016:93) : "Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial". Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan melihat jawaban dari responden melalui kuesioner yang disebarkan, kemudian dikelompokan menurut jenisnya masing-masing. Skala likert yang digunakan terdiri dari 5 (lima) kategori jawaban sebagai berikut :

Tabel 1.4
Skor Pernyataan Responden

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

5. Alat Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif menggunakan metode statistik yang diolah menggunakan program SPSS 19. Analisis data dalam penelitian ini yaitu uji instrumen penelitian yang terdiri dari uji validitas, uji reabilitas, dan uji normalitas, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi dan uji kelayakan model.

a. Uji Instrumen

Uji instrumen ini dilakukan terhadap item-item pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner.

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Siregar (2017:75) "Validitas atau kesahihan menunjukan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin di ukur (*a valid measure if it succesfully measure the phenomenon*). Misalkan seseorang ingin mengukur berat suatu benda, maka alat ukur yang digunakan adalah timbangan".

Teknik yang digunakan untuk menguji validitas instrumen adalah dengan cara mengkorelasikan skor tiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dengan skor totalnya menggunakan rumus korelasi product moment yang menurut Siregar (2017:77) adalah :

$$r = \frac{n(\sum x\ \ ) - (\sum x . \sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana :

n = Jumlah responden

X = Skor variabel

Y = Skor total dari variabel untuk responden ke-n

Hasil perhitungan dengan rumus *product moment* menunjukkan nilai r_h , kemudian dibandingkan dengan r_t dengan *significant product moment* sebagai berikut :

a) Jika $r_h > r_t$, maka butir pertanyaan adalah valid (dengan signifikansi 0,05).
b) Jika $r_h < r_t$, maka butir pertanyaan adalah tidak valid (dengan signifikansi 0,05)

2. Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:87) "Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula". Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha. Teknik atau rumus ini dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala, seperti 1-5 atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian sikap. teknik *cronbach alpha* dengan menggunakan SPSS. Dimana dikatakan *reliable* jika *cronbach alpha* > 0,60.

b. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2017:153): "Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak". Uji normalitas

dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov > 0,05, maka asumsi normalitas terpenuhi. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS 19 *for windows*.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Gunawan (2016:205) "Jika pola hubungan hanya melibatkan satu variabel predicator dan satu variabel kriterium, maka hubungan linier untuk kedua variabel tersebut adalah regresi sederhana". Adapun persamaan regresi untuk analisis regresi sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksi

a = harga Y bila X = 0 (konstan)

b = angka arah/koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan (+) atau penurunan (-) variabel kriterium yang didasrkan pada variabel *predictor*.

X = subjek variabel *predictor* yang mempunyai nilai tertentu secara teknis harga b merupakan tangen dari (perbandingan) antara panjang garis kriterium, setelah persamaan regresi ditemukan.

d. Analisis Koefisien Korelasi

Menurut Gunawan (2016:185) : "Koefisien korelasi adalah koefisien yang dapat digunakan untuk melihat besar-kecilnya, tinggi-rendah atau kuat lemahnya suatu korelasi. Jadi koesfisien korelasi adalah sebuah angka yang dapat dijadikan petunjuk untuk mengetahui seberapa besar kekuatan korelasi di antara variabel yang sedang diselidiki korelasinya". Dengan teknik statistic korelasi person *product moment* adalah untuk mencari hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dengan rumus :

Keterangan :

n : jumlah data (responden)

x : variabel bebas (kualitas pelayanan)

y : variabel terikat (loyalitas pelayanan)

sedangkan untuk melihat dan mengetahui kuat atau tidak kuat pengaruh korelasi menggunakan skala sebagai berikut :

Gunawan (2016:186) "tingkat korelasi dan kekuatan hubungan".

Tabel 1.5
Pedoman dan Interprestasi Nilai R
Terhadap Koefisien Korelasi

No.	Koefisien	Korelasi
1.	0,00-0,199	Sangat Lemah
2.	0,20-0,399	Lemah
3.	0,40-0,599	Sedang
4.	0,60-0,799	Kuat
5.	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Gunawan (*2016:189*)

e. Analisis Koefisien Detreminasi (R^2)

Menurut Siregar (2017:338): "Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)".

Hal ini untuk menunjukkan bahwa variasi dalam variabel tidak bebas (Y) tidak semata-mata disebabkan oleh bervariasinya variabel bebas (X) bisa saja variasi dalam variabel tidak bebas tersebut disebabkan oleh bervariasinya variabel bebas lainnya yang mempengaruhi variabel tidak bebas tetapi tidak dimasukan dalam model persamaan regresinya. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, sebaliknya nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

f. Uji Kelayakan Model (Uji F)

1. Menentukan Hipotesis :

H_o : Model regresi sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediski loyalitas pelanggan yang di pengaruhi oleh variabel kualitas layanan.

H_a : Model regresi sederhana dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh loyalitas pelanggan yang di pengaruhi oleh variabel kualitas layanan.

2. Menentukan niai F tabel dengan kriteria : a = 0,05 (5%) dan derajat kebebasan (df) n-2.
3. Menentukan kriteria keputusan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_o ditolak dan H_a diterima, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak.
4. Dasar pengambilan keputusan uji kelayakan model berdasarkan nilai signifikan dari hasil SPSS :

   Jika nilai signifikansi > 0,05 maka H_0 diterima H_a ditolak.

   Jika nilai signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak H_a diterima.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Karakteristik responden dalam penelitian ini sebagian besar berumur antara 18 – 28 tahun, berjenis kelamin laki – laki, berstatus belum menikah, memiliki pekerjaan sebagai swasta, memiliki penghasilan rata – rata Rp. 3.000.000 – 3.999.000,.
2. Model persamaan regresi linier sederhana yang dapat dituliskan dalam bentuk persamaan *standardized* adalah sebagai berikut: Y = + 0,609+0,856X. Dimana konstanta (a) sebesar 0,609 menyatakan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X) bernilai nol, maka loyalitas pelanggan di VIP *Car Wash* sebesar 0,609. Apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar satu satuan, maka loyalitas pelanggan VIP *Car Wash* akan meningkat sebesar 0,856 satuan.
3. Nilai *R* sebesar 0,782 yang menunjukkan bahwa adanya korelasi tinggi dan positif antara kualitas pelayanan (X) dan loyalitas pelanggan (Y).
4. Nilai R^2 (R *Square*) sebesar 0,612 atau 61,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan) sebesar 61,2% sedangkan

sisanya sebesar 38,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

5. Berdasarkan hasil uji kelayakan model (uji F) menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F hitung 154,589 > 3,94 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Nilai probabilitas (sig) sebesar 0,001 < 0,05 maka Ho ditolak Ha diterima. Artinya bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada VIP *Car Wash*.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi VIP *Car Wash* sebagai berikut :

1. Meningkatkan pelayanan mulai dari fasilitas umum yang nyaman, ruang tunggu yang nyaman dan bersih, serta menyediakan minuman gratis untuk anggota yang melakukan transaksi.
2. Meningkatkan kualitas SDM dari segi pelayanan dalam menangani keluhan pelanggan, karena masih ada keluhan yang tidak ditanggapi dan ketepatan waktu pengerjaan. Dengan adanya pelayanan yang memuaskan maka pelanggan akan memilih tetap menjadi pelanggan di VIP *Car Wash* sehingga memberikan keuntungan bagi VIP *Car Wash* sendiri.
3. VIP *Car Wash* harus menanggapi dan melakukan tindakan yang cepat untuk menangani keluhan pelanggan seperti, Mempercepat pengerjaan dan proses pencucian kendaraan roda 2 maupun roda 4, mempermudah pelanggan

mengambil kendaraan yang telah selsai dibersihkan supaya VIP *Car Wash* dapat menyelesaikan pencucian lebih mdah dan cepat tanpa harus mengurusi kendaraan yang telah selsai dibersihkan.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain diluar variabel yang telah diteliti agar memperoleh hasil yang lebih variatif yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Gunawan. 2016, ***Statistika Inferensial***, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. ***Manajemen Pemasaran***. Edisi 13. Penerbit Erlangga, Jakarta.

Laksana, Fajar. 2008. ***Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis***. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Lovelock, Wirts, dan Mussry. 2010, ***Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi)***, Erlangga, Jakarta.

Priansa, Donni Juni. 2017. ***Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer***. Alfabeta. Bandung.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. ***Perilaku Konsumen***. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.

Siregar, Syofian. 2017. ***Statistik Parametik untuk Penelitian Kuantitatif***, PT. Bumi Aksara, Jakarta

Sugiyono. 2016. ***Metode Penelitian Bisnis* (*Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*)**. Alfabeta. Bandung.

Sunyoto, Danang. 2012. ***Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen.*** Cetakan Pertama. Gejayan. Yogyakarta.

LAMPIRAN 1

KUESIONER

DAFTAR PERTANYAAN MENGENAI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN VIP CAR WASH KUBU RAYA

I. PENGANTAR

Responden yang dihormati, bersama ini saya mohon bantuan anda untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan pertanyaan yang diajukan. Kuesioner ini saya saya sampaikan semata-mata untuk mendapatkan informasi yang digunakan dalam penyusunan skripsi saya yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan VIP Car Wash Kubu Raya".**

Atas kesediaan anda dalam memberikan pengisian kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

II. IDENTITAS PENELITI

1. NAMA : Indah Ningtyas
2. NIM : 141310420
3. FAKULTAS : Ekonomi
4. PRODI : Manajemen
5. PROGRAM STUDI : S1
6. UNIVERSITAS : Muhammadiyah Pontianak (UMP)

III. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat :
3. Umur :
4. Jenis Kelamin :
5. Status Perkawinan :
6. Pekerjaan :
7. Penghasilan Rata-rata perbulan :
8. Pendidikan :
9. Frekuensi Mengunjungi VIP Car Wash :

IV. PETUNJUK PENGISIAN

1. Kuesioner ini hanya digunakan untuk tujuan penelitian
2. Isilah jawaban pada bagian profil responden yang telah disediakan
3. Pilihlah jawaban yang anda anggap paling sesuai dan benar dengan memberikan tanda checklis (√) pada salah satu jawaban yang telah disediakan dengan ketentuan sebagai berikut :
   a) Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
   b) Tidak Setuju (TS) = 2
   c) Kurang Setuju (KS) = 3

d) Setuju (S) = 4
e) Sangat Setuju (SS) = 5

4. Atas kesediaannya menjawab kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

NO	PERTANYAAN / PERNYATAAN DIMENSI KUALITAS PELAYANAN (X)	PENILAIAN				
		SS	S	KS	TS	STS
	A. *Tangibles* atau Berwujud					
1	VIP *Car Wash* Kubu Raya memiliki tempat parkir luas					
2	VIP *Car Wash* Kubu Raya memiliki ruang tunggu yang nyaman					
3	VIP *Car Wash* memiliki alat pencucian yang modern					
	B. *Reliability* atau Keandalan					
4	Biaya yang dikeluarkan sesuai dengan jenis layanan yang diterima					
5	Mengutamakan pelayanan pencucian mobil dan motor yang bersih					
6	Jenis layanan pencucian mobil dan motor yang ditawarkan lengkap					
	C. *Responsiveness* atau Daya Tanggap					
7	Karyawan VIP *Car Wash* Kubu Raya sigap dalam menanggapi pelanggan					
8	Karyawan VIP *Car Wash* Kubu Raya sigap membantu pelanggan dalam memarkir kendaraan					
9	Karyawan VIP *Car Wash* Kubu Raya melayani dengan baik dan cepat					
	D. *Assurance* atau Jaminan					
10	VIP *Car Wash* Kubu Raya menjamin kemanan barang yang ada di dalam kendaran					
11	Karyawan VIP *Car Wash* Kubu Raya mempunyai keahlian di bidangnya untuk melayani pelanggan sehingga pelanggan merasa aman					
12	VIP *Car Wash* Kubu Raya bersedia menerima kritik dan saran					
	E. *Empathy* atau Empati					
13	Karyawan VIP *Car Wash* Kubu Raya bersikap					

	sopan					
14	VIP *Car Wash* Kubu Raya memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan					
15	Karyawan VIP *Car Wash* Kubu Raya tidak memandang status sosial pelanggan					

F. Loyalitas Pelanggan

NO.	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
	A. *Repeat purchase*					
1.	Saya akan datang kembali untuk menggunakan jasa cuci mobil & motor VIP Car Wash					
2.	Saya akan tetap setia dan mengajak keluarga/ teman/ rekan untuk menggunakan jasa cuci mobil & motor VIP *Car Wash* Kubu Raya					
	B. *Klien*					
3.	Saya merasa selama ini VIP *Car Wash* Kubu Raya memberikan pelayanan jasa yang memuaskan sesuai dengan yang diharapkan					
4.	Bila ada kekurangan pada jasa yang ditawarkan VIP *Car Wash* Kubu Raya, saya tidak akan langsung beralih ke Car Wash lain					
	C. *Advocates*					
5.	Saya akan membantu mempromosikan VIP *Car Wash* Kubu Raya lewat sosial media					
6.	Saya akan merekomendasikan eksistensi VIP *Car Wash* Kubu Raya					

LAMPIRAN 2

Karakteristik Responden									
No	**Nama**	**Alamat**	**Umur**	**Jenis Kelamin**	**Status Pekawinan**	**Pendidikan**	**Pekerjaan**	**Penghasilan**	**Frekuensi mengunjungi VIP**
1	Laras Mustika Akhsani	Jln. Wonodadi 2	21 tahun	Perempuan	Belum Menikah	D3	Mahasiswa	Rp. 1.000.000	8x
2	Winalda	Jln. Parit Tengkorak	28 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	S1	Polisi	Rp. 3000.000	5x
3	Ridwansyah	Jln. Adisucipto	23 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	S1	Mahasiswa	Rp. 1.000.000	10x
4	Calara Valentine	Jln. Adisucipto Gg. Masjid	24 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	Guru Paud	Rp. 1.500.000	6x
5	Dhea Ayu Pratama	Jln. Wonodadi 1	22 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	Swasta	Rp. 2.500.000	6x
6	Gabriel	Jln. Wonodadi 1	31 Tahun	Perempuan	Menikah	S1	Guru	Rp. 2.000.000	4x
7	Arga	Jln. Parit Haji Muksin	26 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	Rp. 1.000.000	3 x
8	Ardi	Jln. Sei Raya Dalam	23 Tahun	Laki-Laki	Menikah	SMA	Mahasiswa	Rp. 1.000.000	3x
9	Sarwo Edi	Jln. Wonodadi 1	40 Tahun	Laki-Laki	Menikah	S1	PNS	Rp. 4.000.000	10x
10	Syamsul Bahri	Alas Kusuma	39 Tahun	Laki-Laki	Menikah	D3	Karyawan Swasta	Rp. 4.500.000	11x
11	Jamal	Parit Bugis	30 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	S1	PNS	Rp. 2.000.000	9X
12	Fadjri	Jln. Ayani 2	24 Tahun	Laki-Laki	Menikah	SMA	Polisi	Rp. 3.000.000	4x
13	Fahryan Lesmana	Jln. Arteri Supadio	18 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Swasta	Rp. 2.000.000	6X
14	Dwi SP	Jln. Adisucipto Gg. Perintis	25 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	TNI AL	Rp. 2.000.000	10x
15	Waryaniningsih	Jln. Ayani 2 Gg. Ringin Sari	42 Tahun	Perempuan	Menikah	SMA	IRT	Rp. 2.000.000	5x
16	Riza Ari	Jln. Wonodadi 1	29 Tahun	Laki-Laki	Menikah	SMA	BUMN	Rp. 3.000.000	4x
17	Mugy	Gg. Siti Nurbaya	24 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000	7x

18	Insan	Duta Bandara	23 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	8x
19	Yayan	Ringin Sari	24 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Wirawasta	Rp. 5.000.000	13x
20	Putra Senovbil	Jln. Parit Haji Muksin	29 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	S1	Swasta	Rp. 2.000.000	3x
21	Rio Rizky	Jln. Wonodadi 2	30 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Polisi	Rp. 3.500.000	16x
22	Elsy F	Gertak Kuning	23 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	4x
23	Umar	Pontianak	20 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.000.000	10x
24	Carlo	Jln. Ayani 22 PIL	24 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Wiraswasta	Rp. 1.500.000	8x
25	Indah C. Wulandari	Jln. Wonodadi 2	23 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	SMA	Swasta	Rp. 2.000.000	4x
26	Gendis Suci K	Jln. Parit Bugis	24 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	Swasta	Rp. 2.000.000	10x
27	Iis	BTN Teluk Mulus	24 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	SMA	Wiraswasta	Rp. 2.000.000	8x
28	Mario Palufi	PondoK Indah Lestari	25 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Wiraswasta	Rp. 6.000.000	10x
29	Mauli Seftriadi	Serdam	24 Tahun	Laki-Laki	Menikah	S1	Guru	Rp. 1.500.000	3x
30	Anton Hutapea	Jln. Wonodadi 1	49 Tahun	Laki-Laki	Menikah	S1	Guru	Rp. 3.000.000	6x
31	Bayu	Gg. Siti Nurbaya	31 Tahun	Laki-Laki	Menikah	S1	PNS	Rp. 3.000.000	17x
32	Wahyudi	Desa Kapur	23 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 2.000.000	6x
33	Ferdy Frananda	Gertak Kuning	25 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 4.000.000	19x
34	Fitri	Sungai Raya	25 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S2	BUMN	Rp. 4.000.000	4x
35	Wiwit Pribowo	Komp PIL	25 Tahun	Laki-Laki	Menikah	D3	Swasta	RP. 6.000.000	18x
36	Ian	Gg. Bambu	29 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Swasta	Rp. 1.500.000	4x
37	Tayya	Adisucpto	30 Tahun	Perempuan	Menikah	SMA	Wiraswasta	Rp. 5.000.000	6x
38	Hari Sasmita	Paris 2	23 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	S1	Honorer	Rp. 1.500.000	5x
39	Gendis Ryanda	Arteri Supadio	24 Tahun	Perempuan	Menikah	SMA	Polwan	Rp. 3.000.000	4x
40	Wawan	PIL Dahlia 4	23 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	Rp. 1.000.000	4x
41	Lala Uwe	Alas Kusuma	28 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	SMA	BUMN	Rp. 3.000.000	3x
42	Boni	Adisucpto Gg. Bambu	30 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	BUMN	Rp. 3.000.000	20x
43	Farid Ananta	Jln. Paris Hj. Muksin	25 Tahun	Laki-Laki	Menikah	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000	4x

44	Caesar Mario	Paris 2	25 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Wiraswasta	Rp. 4.000.000	9x
45	Ramadhan	Adisucipto Gg. Bengkulu	24 Tahun	Laki-Laki	Menikah	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 3.000.000	10x
46	Genta Tri Pernando	Jl. Adisucipto	29 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	S1	BUMN	Rp. 5.000.000	8x
47	Lina	Ringin Sari	29 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	Rp. 3.000.000	2X
48	Dian Permata	Desa Kapur	25 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	SMA	BUMN	Rp. 3.000.000	4x
49	Wiwit Ridma	Jln. Parit Bugis	25 Tahun	Perempuan	Menikah	SMA	Swasta	Rp. 1.300.000	4x
50	Inez Costavina	BTN Teluk Mulus	23 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	D3	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	10x
51	Rezha Damara	Kota Baru	23 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	Rp. 1.500.000	2x
52	Dino Aldoni	Jln. Wonodadi 1	25 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Swasta	Rp. 2.000.000	12x
53	Jaka	Jln. Wonodadi 2	24 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Wiraswasta	Rp. 5.000.000	6x
54	Nana	Ringin Sari 2	32 Tahun	Perempuan	Menikah	S1	Staf Rumkit	Rp. 2.500.000	10x
55	Dwi Anggita	Jln. Wonodadi Gg. Pendidikan	25 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	BUMN	Rp. 4.000.000	10x
56	Fabrizio	Ayani II	30 Tahun	Laki-Laki	Menikah	S1	PNS	Rp. 3.000.000	5x
57	Fani	Parit Jepang	25 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	D3	Perawat	Rp. 1.500.000	2x
58	Finka Kusuma	Parit Bugis	22 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	Wiraswasta	Rp. 3.000.000	4x
59	Keke Suryadi	Serdam	23 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	Wiraswasta	Rp. 3.500.000	4x
60	Mawandi	Serdam	24 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Wirausaha	Rp. 4.000.000	17x
61	Ruri	Adisucpto Gg. Amin	27 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	SMA	BUMN	Rp. 3.000.000	4x
62	Endi O	Sui Jawi	33 Tahun	Perempuan	Menikah	SMA	BUMN	Rp. 3.500.000	8X
63	Bede	Wonodadi 1	23 Tahun	Perempuan	Menikah	S1	IRT	Rp. 1.000.000	3 x
64	Akim	Gg. Masjid	23 Tahun	Laki-Laki	Menikah	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000	3x
65	Tamara	Parit Bugis	24 Tahun	Perempuan	Menikah	SMA	IRT	Rp. 1.500.000	3 x
66	Tia	Paris 2	22 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	Pegawai RS	Rp. 3.000.000	4x
67	Derry Santoso	Wonodadi 1	23 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000	4x
68	Riza Yaya	Wonodadi 2	28 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	S1	PNS	Rp. 3.000.000	3 x

69	Darya Nani	Wonodadi 2	30 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	BUMN	Rp. 3.000.000	4x
70	Wisnu Firmanto	Putusibau	23 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	S1	Honorer	Rp. 2.000.000	9x
71	John	Ringin Sari	26 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Wiraswasta	Rp. 3.000.000	8x
72	Bernaditha Ditha	PIL	32 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	PNS	Rp. 4.500.000	16x
73	Dila Parastuti	Jln. Wonodadi Gg. Rembulan	26 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	D3	Bidan	Rp. 2.000.000	14x
74	Aulia Putri	Jln. Wonodadi 1	18 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	Mahasiswa	Rp. 1.000.000	8x
75	Ricko Palwaguna	Jln. Adisucpto	28 Tahun	Laki-Laki	Menikah	SMA	Satpam	Rp. 3.500.000	20x
76	Arieyansyah	Batara 2	23 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	S2	Wiraswasta	Rp. 6.000.000	4x
77	Zalina	Parit Bugis	25 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	SMA	Wiraswasta	Rp. 4.000.000	9x
78	Donny Miguel	Gg. Siti Nurbaya	23 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Perawat	Rp. 1.500.000	4x
79	Riyadi Saputro	Parit Bugis	23 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	S1	BUMN	Rp. 2.500.000	8x
80	Wahyudi Amatoriq	Dr. Wahidin	25 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Swasta	Rp. 2.500.000	4x
81	Yogi Wibowo	Sungai Durian	28 Tahun	Laki-Laki	Menikah	SMA	BUMN	Rp. 3.000.000	8x
82	Fresly Simamora	Ayani II	29 Tahun	Laki-Laki	Menikah	SMA	BUMN	Rp. 3.000.000	9x
83	Teguh Purnomo	Alas Kusuma	23 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	S1	Karyawan Bank	Rp. 3.000.000	2x
84	Fierssa	Gg. Masjid	31 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Wiraswasta	Rp. 4.000.000	10x
85	Dandi Rukma	Ayani II	19 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	Rp. 1.500.000	5x
86	Anggita Dwi Akhsani	Jln. Wonodadi 1	20 Tahun	Peremouan	Belum Menikah	SMA	Swasta	Rp. 1.500.000	10x
87	Wiwit Sebastian	PIL	28 Tahun	Laki-Laki	Menikah	S1	Swasta	Rp. 3.000.000	5x
88	Nurul	Belakang Landasan	23 Tahun	Perempuan	Menikah	SMA	IRT	Rp. 2.000.000	3x
89	Dika Widi Ariandi	Ayani II	26 Tahun	Laki-Laki	Menikah	S1	PNS	Rp. 2.000.000	10x

90	Tasya	Paris 2	23 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	SMA	wiraswasta	Rp. 600.000	3x
91	Asih Nurhazibah	Gg. bambu no. 5	23 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	SMA	Karyawan Swasta	Rp. 1.500.000	3x
92	Thoriq	Adisucipto No. 119	19 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	Rp. 1.000.000	4x
93	Ria	Parit tengkorak	19 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	Swasta	Rp. 3.000.000	3x
94	Kaniya Hakim	Desa Kapur	22 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	Honorer	Rp. 4.000.000	4x
95	Andis	Serdam	22 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	Wiraswasta	Rp. 3.000.000	2x
96	Suryadi	Gg. Aamanah	43 Tahun	Laki-Laki	Menikah	S1	PNS	Rp. 4.500.000	17x
97	Putri	Adis Gg. Bambu	28 Tahun	Peremopuan	Belum Menikah	S1	Wiraswasta	Rp. 4.000.000	4x
98	Tata	Parit bugis	23 Tahun	Perempuan	Belum Menikah	S1	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	4x
99	Rizqi	Parit tengkorak	30 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	S1	PNS	Rp. 2.500.000	3x
100	Romdon A. Suhardiana	Jln. Arteri Supadio	27 Tahun	Laki-Laki	Belum Menikah	S2	BUMN	Rp. 5.000.000	15x

LAMPIRAN 3

No	REKAPITULASI VARIABEL PENGARUH KUALITAS PELAYANAN																
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	total	Rata-rata
1	3	4	4	3	4	3	5	3	2	3	3	4	2	4	3	50	3.33
2	3	1	2	3	2	3	1	2	1	3	5	1	4	3	4	38	2.53
3	4	5	5	3	4	2	5	1	3	5	3	5	5	3	4	57	3.8
4	5	4	5	4	4	3	3	5	4	5	3	4	5	5	5	64	4.27
5	3	4	2	4	3	5	3	4	2	5	3	5	3	5	2	53	3.53
6	3	5	4	3	2	4	5	3	4	4	5	2	4	5	2	55	3.67
7	4	5	5	3	4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	3	64	4.27
8	4	5	3	4	5	3	2	5	4	4	5	2	5	3	4	58	3.87
9	4	5	3	4	5	3	2	4	1	4	2	5	3	1	5	51	3.4
10	5	4	5	3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	5	3	62	4.13

11	4	5	3	4	2	4	3	5	4	4	2	5	4	5	2	56	3.73
12	5	3	2	4	2	4	4	2	5	4	3	5	5	3	4	55	3.67
13	2	4	1	2	3	5	2	1	3	4	2	3	2	5	3	42	2.8
14	3	5	3	3	5	3	4	5	3	1	3	5	4	1	3	51	3.4
15	5	3	4	5	3	4	4	3	5	4	5	3	4	2	5	59	3.93
16	4	5	3	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4	66	4.4
17	4	5	5	3	4	3	5	3	4	4	5	4	4	5	4	62	4.13
18	2	4	3	5	2	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	48	3.2
19	3	4	5	4	3	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	63	4.2
20	4	2	3	5	3	2	5	4	3	4	3	2	4	3	5	52	3.47
21	3	4	2	5	3	4	3	5	2	3	4	2	4	3	5	52	3.47
22	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	73	4.87
23	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	68	4.53
24	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	67	4.47
25	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	66	4.4
26	3	5	4	5	5	3	4	3	5	4	5	3	4	5	3	61	4.07
27	4	5	3	4	5	2	4	3	5	2	4	5	5	3	4	58	3.87
28	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	2	5	3	5	4	60	4
29	4	5	3	4	4	5	3	5	4	5	3	4	4	5	2	60	4
30	2	4	3	5	4	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	57	3.8
31	4	5	3	4	5	3	4	2	4	3	5	4	4	3	4	57	3.8
32	4	3	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	2	4	3	53	3.53
33	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	5	4	53	3.53
34	2	1	3	2	2	3	3	1	3	5	2	3	4	5	3	42	2.8
35	4	5	2	4	2	4	5	4	2	4	2	5	4	2	4	53	3.53
36	5	3	4	1	2	1	3	2	4	2	3	4	3	2	4	43	2.87
37	4	5	4	4	3	5	4	3	4	5	4	4	4	3	5	61	4.07
38	5	3	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5	3	5	4	62	4.13
39	2	4	3	1	3	2	5	2	3	2	1	3	4	2	4	41	2.73

40	4	2	3	4	3	4	2	3	2	4	3	4	4	3	2	47	3.13
41	5	1	3	3	4	2	5	3	2	4	2	4	4	5	2	49	3.27
42	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	61	4.07
43	4	3	4	3	4	2	3	4	3	2	3	4	3	4	2	48	3.2
44	3	4	2	2	3	4	2	3	2	3	2	4	4	2	3	43	2.87
45	2	4	3	4	2	4	4	5	3	5	3	4	2	4	3	52	3.47
46	4	5	2	4	2	3	5	3	4	5	2	4	3	5	4	55	3.67
47	3	4	2	4	2	5	3	4	2	4	3	5	2	4	3	50	3.33
48	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	68	4.53
49	4	5	3	4	5	3	4	3	5	4	5	3	4	3	5	60	4
50	4	5	3	4	4	3	5	4	5	4	5	3	4	3	5	61	4.07
51	4	3	5	4	2	4	5	3	4	5	4	4	5	3	4	59	3.93
52	5	4	3	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	3	66	4.4
53	3	1	2	3	2	1	2	4	2	3	4	2	3	1	2	35	2.33
54	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	68	4.53
55	4	3	4	3	5	4	2	3	2	3	4	2	4	3	5	51	3.4
56	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	68	4.53
57	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	66	4.4
58	4	3	5	3	4	5	4	3	4	3	5	3	4	5	3	58	3.87
59	4	2	3	5	3	2	2	3	1	3	4	1	4	2	3	42	2.8
60	4	3	5	4	3	5	4	5	3	4	5	3	4	3	5	60	4
61	4	2	4	4	2	3	3	4	2	4	5	3	5	3	4	52	3.47
62	4	3	5	4	5	3	4	5	3	5	3	4	5	3	4	60	4
63	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	4	5	4	5	4	62	4.13
64	4	3	5	4	5	3	5	4	3	4	5	4	4	5	4	62	4.13
65	4	3	5	4	3	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	56	3.73
66	4	3	5	4	3	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	60	4
67	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	2	4	5	3	52	3.47
68	3	4	4	5	3	4	3	5	4	4	3	4	4	5	3	58	3.87

69	4	5	3	4	3	5	4	3	5	2	3	4	4	3	5	57	3.8
70	5	2	4	3	4	2	3	4	2	3	2	3	3	4	2	46	3.07
71	4	4	5	4	3	4	5	4	3	5	3	4	4	5	4	61	4.07
72	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	5	65	4.33
73	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	65	4.33
74	5	4	2	3	1	2	2	3	1	2	3	1	4	3	4	40	2.67
75	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	67	4.47
76	4	2	3	2	1	3	4	2	3	2	2	3	2	3	1	37	2.47
77	2	3	1	2	5	2	3	1	3	2	3	1	2	2	3	35	2.33
78	5	4	5	3	4	4	3	5	4	5	3	5	3	4	5	62	4.13
79	4	5	3	4	5	3	3	4	5	3	4	5	4	5	3	60	4
80	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	70	4.67
81	4	5	3	2	4	3	5	4	3	4	5	3	5	3	4	57	3.8
82	4	5	2	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	5	3	58	3.87
83	4	3	5	2	4	3	4	5	3	5	3	4	4	5	3	57	3.8
84	4	3	5	4	3	2	5	4	2	5	4	3	4	5	3	56	3.73
85	4	5	3	2	3	4	5	3	5	3	5	4	4	3	5	58	3.87
86	4	5	3	4	2	4	3	4	2	4	5	5	5	4	3	57	3.8
87	3	4	2	5	3	1	3	5	4	4	4	5	4	5	4	56	3.73
88	4	5	3	4	2	4	5	4	3	4	3	5	4	5	4	59	3.93
89	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	65	4.33
90	4	5	2	3	4	2	5	3	4	5	3	4	4	5	3	56	3.73
91	3	5	1	3	5	2	4	2	5	3	5	2	5	2	3	50	3.33
92	4	5	3	3	4	2	4	5	3	4	2	4	3	4	3	53	3.53
93	4	5	3	4	3	5	3	4	2	5	3	2	3	4	2	52	3.47
94	3	4	2	1	4	3	5	1	3	4	3	5	5	4	3	50	3.33
95	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	5	5	67	4.47
96	2	1	3	2	1	3	2	1	2	3	1	2	2	3	1	29	1.93
97	4	3	2	4	5	2	5	3	5	3	5	3	2	5	1	52	3.47

98	3	2	4	3	2	4	2	3	1	2	3	2	3	2	3	39	2.6
99	5	4	3	2	3	4	3	4	2	4	3	3	4	5	3	52	3.47
100	4	3	5	2	4	3	5	3	4	4	5	3	4	5	3	57	3.8

LAMPIRAN 4

No	REKAPITULASI VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN							
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total	Rata-rata
1	2	3	2	2	3	2	14	2.33
2	5	3	2	3	3	4	20	3.33
3	5	3	4	5	5	4	26	4.33
4	3	5	4	5	4	5	26	4.33
5	5	3	5	3	3	5	24	4.00
6	4	5	2	4	5	2	22	3.67
7	4	5	4	4	4	3	24	4.00
8	5	3	4	3	4	5	24	4.00
9	3	5	3	5	4	3	23	3.83
10	4	5	3	5	2	5	24	4.00
11	5	3	1	4	2	5	20	3.33
12	2	4	5	2	3	5	21	3.50
13	3	4	1	3	2	3	16	2.67
14	5	3	5	3	4	3	23	3.83
15	4	3	5	4	3	5	24	4.00
16	4	5	3	5	5	4	26	4.33
17	3	3	4	5	4	5	24	4.00
18	4	2	3	5	4	3	24	3.50
19	4	5	3	4	3	5	24	4.00
20	4	3	4	5	3	4	23	3.83
21	4	2	3	5	3	4	21	3.50

22	5	5	4	4	5	4	27	4.50
23	5	4	5	4	4	4	26	4.33
24	5	4	5	4	5	4	27	4.50
25	4	5	4	5	4	4	26	4.33
26	5	3	4	5	4	5	26	4.33
27	5	4	5	4	4	5	27	4.50
28	5	3	4	3	5	3	23	3.83
29	4	3	5	3	2	4	21	3.50
30	3	4	2	4	3	5	21	3.50
31	5	3	4	5	4	4	25	4.17
32	3	2	4	3	4	3	19	3.17
33	4	5	3	4	3	5	24	4.00
34	1	3	5	3	4	3	19	3.17
35	5	3	4	3	4	3	22	3.67
36	3	2	4	2	3	4	18	3.00
37	4	4	5	5	3	5	26	4.33
38	3	5	4	3	5	2	22	3.67
39	5	3	2	4	2	3	19	3.17
40	4	2	3	4	3	5	21	3.50
41	4	3	5	3	2	4	21	3.50
42	4	5	3	4	5	4	25	4.17
43	4	2	3	4	3	4	20	3.33
44	4	2	3	4	2	3	18	3.00
45	5	3	4	5	4	4	25	4.17
46	3	4	3	5	4	5	24	4.00
47	5	3	5	3	2	4	22	3.67
48	5	5	4	4	5	4	27	4.50
49	4	5	3	5	3	5	25	4.17
50	4	5	4	5	4	5	27	4.50

51	5	4	3	4	4	4	24	4.00
52	4	5	3	5	4	4	25	4.17
53	4	2	3	2	3	2	16	2.67
54	5	5	5	5	5	5	30	5.00
55	3	4	3	2	3	4	19	3.17
56	4	5	5	4	4	5	27	4.50
57	4	5	4	4	5	5	27	4.50
58	4	3	4	5	3	5	24	4.00
59	5	3	2	4	2	4	20	3.33
60	4	5	4	5	4	3	25	4.17
61	4	2	4	5	3	5	23	3.83
62	1	3	2	4	1	3	14	2.33
63	5	4	4	5	4	4	26	4.33
64	4	5	4	3	5	4	25	4.17
65	3	4	3	5	3	4	22	3.67
66	3	4	5	3	4	3	22	3.67
67	4	5	3	4	3	5	22	4.00
68	4	5	3	4	5	3	24	4.00
69	3	4	5	3	4	4	23	3.83
70	4	3	2	4	3	2	18	3.00
71	4	3	5	4	5	3	24	4.00
72	4	4	4	5	4	5	26	4.33
73	4	5	4	4	5	4	26	4.33
74	4	4	5	4	2	3	22	3.67
75	5	5	4	4	5	4	27	4.50
76	3	2	3	2	3	2	15	2.50
77	1	3	2	2	1	3	12	2.00
78	4	2	5	4	3	4	22	3.67
79	3	5	4	5	3	5	25	4.17

80	5	5	5	4	5	4	28	4.67
81	4	4	5	3	4	4	24	4.00
82	5	3	4	5	4	5	26	4.33
83	5	3	4	5	4	5	26	4.33
84	4	5	3	5	3	5	25	4.17
85	4	3	5	3	4	3	22	3.67
86	5	4	5	4	4	5	27	4.50
87	4	4	5	4	5	4	26	4.33
88	5	5	3	2	3	1	19	3.17
89	4	5	4	4	4	4	25	4.17
90	4	3	5	3	3	5	23	3.83
91	5	3	5	2	3	3	21	3.50
92	4	5	3	4	5	4	25	4.17
93	5	2	4	1	3	4	19	3.17
94	3	4	2	5	5	3	22	3.67
95	4	4	5	4	5	4	26	4.33
96	2	1	2	1	2	3	11	1.83
97	5	3	1	5	4	1	19	3.17
98	1	2	1	3	1	2	10	1.67
99	4	4	5	3	5	4	25	4.17
100	4	5	3	4	4	3	23	3.83

LAMPIRAN 5 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	XTOTAL
X1	Pearson Correlation	1	,080	,427**	,194	,245*	,135	,221*	,275**	,303**	,197*	,265**	,292**	,395**	,206*	,268**	,524**
	Sig. (2-tailed)		,431	,000	,053	,014	,180	,027	,006	,002	,049	,008	,003	,000	,040	,007	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	,080	1	-,069	,192	,383**	,224*	,306**	,281**	,397**	,225*	,180	,380**	,209*	,184	,316**	,528**
	Sig. (2-tailed)	,431		,498	,055	,000	,025	,002	,005	,000	,024	,072	,000	,037	,067	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	,427**	-,069	1	,152	,176	,323**	,257**	,279**	,262**	,319**	,327**	,258**	,300**	,315**	,304**	,567**
	Sig. (2-tailed)	,000	,498		,131	,080	,001	,010	,005	,008	,001	,001	,009	,002	,001	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	,194	,192	,152	1	,168	,293**	,065	,548**	,202*	,277**	,354**	,222*	,207*	,220*	,343**	,535**
	Sig. (2-tailed)	,053	,055	,131		,096	,003	,520	,000	,044	,005	,000	,026	,038	,028	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	,245*	,383**	,176	,168	1	-,022	,226*	,253*	,378**	,124	,371**	,200*	,241*	,186	,267**	,511**
	Sig. (2-tailed)	,014	,000	,080	,096		,826	,024	,011	,000	,220	,000	,046	,016	,063	,007	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	,135	,224*	,323**	,293**	-,022	1	,000	,238*	,187	,337**	,214*	,305**	,160	,317**	,241*	,493**
	Sig. (2-tailed)	,180	,025	,001	,003	,826		,997	,017	,062	,001	,032	,002	,113	,001	,016	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	,221*	,306**	,257**	,065	,226*	,000	1	,044	,490**	,258**	,218*	,334**	,244*	,316**	,182	,504**
	Sig. (2-tailed)	,027	,002	,010	,520	,024	,997		,661	,000	,010	,029	,001	,015	,001	,071	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	,275**	,281**	,279**	,548**	,253*	,238*	,044	1	,052	,305**	,223*	,340**	,157	,307**	,239*	,550**
	Sig. (2-tailed)	,006	,005	,005	,000	,011	,017	,661		,604	,002	,026	,001	,119	,002	,017	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X9	Pearson Correlation	,303**	,397**	,262**	,202*	,378**	,187	,490**	,052	1	,181	,396**	,362**	,296**	,325**	,301**	,638**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,008	,044	,000	,062	,000	,604		,072	,000	,000	,003	,001	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X10	Pearson Correlation	,197*	,225*	,319**	,277**	,124	,337**	,258**	,305**	,181	1	,137	,331**	,274**	,481**	,211*	,558**
	Sig. (2-tailed)	,049	,024	,001	,005	,220	,001	,010	,002	,072		,175	,001	,006	,000	,035	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X11	Pearson Correlation	,265**	,180	,327**	,354**	,371**	,214*	,218*	,223*	,396**	,137	1	-,057	,375**	,198*	,352**	,549**
	Sig. (2-tailed)	,008	,072	,001	,000	,000	,032	,029	,026	,000	,175		,571	,000	,049	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X12	Pearson Correlation	,292**	,380**	,258**	,222*	,200*	,305**	,334**	,340**	,362**	,331**	-,057	1	,224*	,327**	,188	,584**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,009	,026	,046	,002	,001	,001	,000	,001	,571		,025	,001	,061	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X13	Pearson Correlation	,395**	,209*	,300**	,207*	,241*	,160	,244*	,157	,296**	,274**	,375**	,224*	1	,073	,442**	,545**
	Sig. (2-tailed)	,000	,037	,002	,038	,016	,113	,015	,119	,003	,006	,000	,025		,471	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X14	Pearson Correlation	,206*	,184	,315**	,220*	,186	,317**	,316**	,307**	,325**	,481**	,198*	,327**	,073	1	-,082	,538**
	Sig. (2-tailed)	,040	,067	,001	,028	,063	,001	,001	,002	,001	,000	,049	,001	,471		,416	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X15	Pearson Correlation	,268**	,316**	,304**	,343**	,267**	,241*	,182	,239*	,301**	,211*	,352**	,188	,442**	-,082	1	,547**
	Sig. (2-tailed)	,007	,001	,002	,000	,007	,016	,071	,017	,002	,035	,000	,061	,000	,416		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
XTOTAL	Pearson Correlation	,524**	,528**	,567**	,535**	,511**	,493**	,504**	,550**	,638**	,558**	,549**	,584**	,545**	,538**	,547**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

LAMPIRAN 6 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	YTOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	,106	,269**	,247*	,344**	,213*	,586**
	Sig. (2-tailed)		,295	,007	,013	,000	,033	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,106	1	,092	,335**	,461**	,191	,590**
	Sig. (2-tailed)	,295		,364	,001	,000	,056	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,269**	,092	1	-,029	,363**	,338**	,570**
	Sig. (2-tailed)	,007	,364		,771	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,247*	,335**	-,029	1	,270**	,388**	,607**
	Sig. (2-tailed)	,013	,001	,771		,007	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,344**	,461**	,363**	,270**	1	,042	,694**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,007		,679	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,213*	,191	,338**	,388**	,042	1	,577**
	Sig. (2-tailed)	,033	,056	,001	,000	,679		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
YTOTAL	Pearson Correlation	,586**	,590**	,570**	,607**	,694**	,577**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

LAMPIRAN 7

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,831	,833	15

LAMPIRAN 8

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,656	,657	6

LAMPIRAN 9

UJI NORMALITAS

```
NPAR TESTS
  /K-S(NORMAL)=RES_1
  /MISSING ANALYSIS.
```

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,35878515
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,050
	Negative	-,092
Kolmogorov-Smirnov Z		,919
Asymp. Sig. (2-tailed)		,367

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN 10

HASIL UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,609	,255		2,386	,019
	XRATARATA	,856	,068	,786	12,603	,000

a. Dependent Variable: YRATARATA

HASIL UJI KORELASI DAN KOEFESIEN DAN DETERMINASI

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,782[a]	,612	,608	2,371	2,026

a. Predictors: (Constant), XTOTAL

b. Dependent Variable: YTOTAL

HASIL UJI KELAYAKAN MODEL (UJI F)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	868,887	1	868,887	154,589	,000[a]
	Residual	550,823	98	5,621		
	Total	1419,710	99			

a. Predictors: (Constant), XTOTAL

b. Dep