

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN ZADIKA**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**ARI YANSAH**

**NIM. 141310013**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

**2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN ZADIKA**

**Tanggung Jawab Yuridis Kepada :**

**ARI YANSAH**  
**NIM. 141310013**

**Program Studi Manajemen**

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian  
Skripsi/Komprehensif  
Pada Tanggal : 12 Juni 2021**

**Majelis Penguji :**

**Pembimbing Utama**



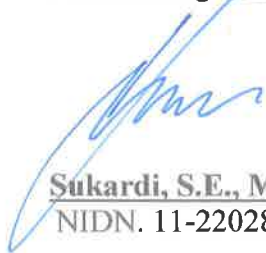
**Samsuddin, S.E., M.Si.**  
**NIDN. 11-131177-01**

**Penguji Utama**



**Dr. H. Helman Fachri, S.E., M.M.**  
**NIDN. 11-0070561-01**

**Pembimbing Pembantu**



**Sukardi, S.E., M.M.**  
**NIDN. 11-220282-01**

**Penguji Pembantu**




**Ryani Yulian, S.Pd., M.Pd.**  
**NIDN. 11-070784-01**

**Pontianak, 12 Juni 2021**

**Disahkan Oleh :**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK  
DEKAN**



**Dedi Hariyanto, S.E., M.M.**  
**NIDN. 11-131177-02**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, sumber dari segala sesuatu. Sholawat dan salam kepada Rasulullah tercinta, Muhammad SAW, sang teladan dan pembawa pedoman kehidupan. Karena-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul: “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Zadika**”. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian studi pendidikan Strata Satu (S1), Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak. Semoga dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi pihak yang membutuhkan dan pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

Selama penelitian dan penyusunan skripsi peneliti mendapatkan bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, hingga pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, S.T., M.Eng, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Dedi Hariyanto, S.E., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Pontianak yang telah memberikan motivasi dan dorongan bagi peneliti selama peneliti melakukan perkuliahan.
3. Ibu Heni Safitri, S.E., M.M, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Pontianak.
4. Bapak Samsuddin, S.E., M.Si, selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan masukan dan saran bagi peneliti dalam menyusun skripsi ini.

5. Bapak Sukardi, S.E., M.M, selaku Pembimbing Kedua yang telah memberikan saran dan masukan bagi peneliti dalam menyusun skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontinak.
7. Kedua Orang Tua dan Saudara Penulis yang selalu memberikan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan yang lebih tinggi.
8. Sahabat-sahabat terbaik dan teman seangkatan yang sama-sama berjuang dalam menuntut ilmu.

Semua pihak yang telah membantu, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari masih jauh dari kata sempurna, dengan kerendahan hati, kritik dan saran yang membangun dan motivasi sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi peneliti.

Pontianak, 10 Agustus 2021

Peneliti

Ari Yansah  
NIM. 141310013

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Zadika. Jenis penelitian ini adalah penelitian Asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Responden Penelitian adalah pelanggan yang telah melakukan pembelian minimal 2 kali di Rumah Makan Zadika. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Rumah Makan Zadika dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *sampling purposive*.

Alat Analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana, koefisien korelasi ( $r$ ), koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji kelayakan model (uji F). Hasil persamaan estimasi analisis regresi linier sederhana sebagai berikut:  $Y = 0,609 + 0,858X$ . Dimana konstanta analisis regresi sederhana ( $a$ ) yang diperoleh adalah sebesar 0,609. Maka nilai ini menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan Rumah Makan Zadika tidak mengalami perubahan atau tetap, maka loyalitas adalah sebesar 0,609 satuan. Nilai  $R$  sebesar 0,811 yang menunjukkan bahwa adanya korelasi tinggi dan positif antara kualitas pelayanan ( $X$ ) dan loyalitas pelanggan ( $Y$ ). Nilai  $R^2$  ( $R$  Square) sebesar 0,657 atau 65,7%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap Variabel terikat (loyalitas pelanggan) sebesar 65,7% sedangkan sisanya sebesar 34,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Uji kelayakan model (uji F) menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $F$  hitung sebesar  $187,809 > F$  tabel 3,94 artinya  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan model regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan Rumah Makan Zadika yang di pengaruhi kualitas pelayanan.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.**

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I.           PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Permasalahan .....	7
C. Pembatasan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
F. Kerangka Pemikiran .....	9
G. Metode Penelitian.....	11
BAB II.          LANDASAN TEORI	
A.Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	22
B. Kualitas dan Dimensi Kualitas Pelayanan.....	24
C. Loyalitas Pelanggan.....	25
D. Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	26
E. Merancang dan Menciptakan Loyalitas .....	26
F. Tahap-Tahap Loyalitas .....	27
G. Prinsip-Prinsip Loyalitas .....	28
H. Mempertahankan Loyalitas Pelanggan .....	28
BAB III.         GAMBARAN UMUM PENEITIAN	
A. Sejarah Rumah Makan Zadika .....	29
B. Visi dan Misi Rumah Makan Zadika.....	29
C. Struktur Organisasi .....	30
D. Sumber Daya Manusia .....	33
E. Aspek Pemasaran.....	33
BAB IV.         ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden .....	35
B. Uji Instrumen .....	40
C. Uji Normalitas .....	43
D. Analisa Regresi Sederhana .....	44
E. Koefisien Korelasi (r).....	46
F. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	46
G. Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	47

BAB V	PENTUP	
	A. Kesimpulan .....	49
	B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA .....		51

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Rumah Makan Jalan Pangeran Natakusuma .....	3
Tabel 1.2	Fasilitas Rumah Makan Zadika .....	4
Tabel 1.3	Daftar Harga Makanan Dan Minuman Rumah Makan Zadika...	5
Tabel 1.4	Pendapatan Penjualan Rumah Makan Zadika .....	6
Tabel 1.5	Skor Pernyataan Responden .....	16
Tabel 1.6	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	19
Tabel 4.1	Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2	Jumlah Responden Menurut Jenis Umur .....	36
Tabel 4.3	Jumlah Responden Menurut Pendidikan .....	36
Tabel 4.4	Jumlah Responden Menurut Pekerjaan.....	37
Tabel 4.5	Rata-Rata Pendapatan Responden .....	38
Tabel 4.6	Jumlah Responden Menurut Status Perkawinan.....	39
Tabel 4.7	Rata-rata Frekuensi Berkunjung Responden .....	40
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	41
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas .....	42
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	43
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas (Y) .....	43
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas .....	44
Tabel 4.13	Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana .....	45
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Korelasi (r).....	46
Table 4.15	Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	47



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran .....	10
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Rumah Makan Zadika.....	31

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner .....	52
Lampiran 2	Karakteristik Responden.....	55
Lampiran 3	Kualitas Pelayanan.....	59
Lampiran 4	Loyalitas .....	62
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X) .....	66
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	70
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X) .....	72
Lampiran 8	Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan (Y).....	73
Lampiran 9	Uji Normalitas.....	74
Lampiran 10	Hasil Analisis Regresi Sederhana .....	75
Lampiran 10	Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	75
Lampiran 10	Uji Kelayakan Model (Uji F).....	75

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Setiap rumah makan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan rumah makan adalah salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran dan secara bebas menjual olahan makanan yang lezat dengan pihak lain. Suatu rumah makan dalam menjual olahan makanan sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka olahan makanan dapat bersaing di pasaran, Keunggulan-keunggulan dari olahan makanan dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk memilih tempat makan yang diinginkan.

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dalam menikmati hidangan atau makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya. Disamping itu, ada pula yang cenderung memilih rumah makan yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan dari pada makan makanan yang

mewah dan mahal tetapi tidak lezat rasanya, lebih baik memilih rumah makan yang biasa tetapi cukup lezat sesuai dengan selera mereka.

Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya. Kualitas layanan berpengaruh terhadap perilaku pelanggan yaitu melalui loyalitas pelanggan. Melalui loyalitas itu, pelanggan akan melakukan pembelian dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada orang lain. Rumah makan biasanya menyediakan harga relatif cukup terjangkau, yang khusus menjual menu yang lengkap dari hidangan pembuka sampai hidangan penutup, dan ada beberapa rumah makan tertentu yang telah menetapkan harga di sekitar tempat penelitian.

Salah satu rumah makan yang diminati atau sering dikunjungi oleh konsumen adalah rumah makan ZADIKA, terletak di Jalan Pangeran Natakusuma No. 46 Kelurahan Sungai Bangkong, Pontianak Kalimantan Barat. Usaha ini didirikan oleh Bapak Aziz beliau telah merintis usaha ini sejak tahun 2015, awal usaha ini dijalankan pemiliknya sendiri dengan bantuan dari sang istri dan anak tertua mereka, seiring berjalannya waktu usaha ini mulai berkembang barulah beliau merekrut karyawan untuk membantu istrinya di dapur.

Rumah makan Zadika buka dari pukul 07:00 WIB-20.00 WIB dengan menyediakan banyak pilihan menu lauk pauk yang lezat mulai dari rendang, asam pedas, ayam goreng, ayam bakar dan masih banyak menu masakan enak

yang ditawarkan hingga harga paket untuk konsumen dengan uang pas-pasan dengan harga yang terjangkau, hingga fasilitas yang disediakan mulai dari meja, kursi, kipas angin, TV LED, tisu, tusuk gigi, hingga lahan parkir yang cukup memadai, serta tidak lupa memperhatikan kebersihan rumah makan dan karyawan sehingga pelanggan merasa nyaman saat makan di tempat atau pun bungkus (*take away*).

Berikut daftar rumah makan yang ada di sekitar tempat penelitian Kelurahan Sungai Bangkong dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut :

**Tabel 1.1**  
**Data Tempat Makan**  
**Jalan Pangeran Natakusuma**  
**Dinas Penanaman Modal Kota Pontianak**  
**Tahun 2021**

No	Nama Rumah Makan	Alamat
1.	Sate Pak Min	Jl. Pangeran Natakusuma
2.	Warung Pak Abi	Jl. Pangeran Natakusuma
3.	Japon	Jl. Pangeran Natakusuma
4.	Warung Makan Pak Tok	Jl. Pangeran Natakusuma
5.	Lamongan Fadil	Jl. Pangeran Natakusuma
6.	RM Murah Meriah	Jl. Pangeran Natakusuma

Sumber : Dinas Penanaman Modal, 2021

Tabel 1.1 diatas menunjukkan rumah makan yang ada di sekitar tempat penelitian dan penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Zadika yang terletak di Jl. Pangeran Natakusuma No.46 Pontianak Kota.

Rumah Makan Zadika menyediakan beraneka macam menu makanan dan minuman untuk para konsumen sesuai dengan selera dan keinginan.

Untuk aspek layanan pada Rumah Makan Zadika menyediakan beberapa fasilitas untuk kebutuhan dan kenyamanan konsumen ketika makan di tempat.

Berikut daftar fasilitas yang di sedikan Rumah Makan Zadika dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut :

**Tabel 1.2**  
**Rumah Makan Zadika**  
**Fasilitas**  
**Tahun 2021**

No	Fasilitas	Jumlah Unit
1	Kursi	28
2	Meja	7
3	Kipas Angin	2
4	Tv LED 21 Inch	1
5	Jam Dinding	2
6	Lampu Led	4
7	Tempat Sampah	3
8	Tempat Cuci Tangan + sabun	2
9	Toilet	1
10	Tisu	8
11	Tusuk Gigi	7
10	Lahan Parkir	1

Sumber : Rumah Makan Zadika, 2021

Untuk harga makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Rumah Makan Zadika dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut :

**Tabel 1.3**  
**Rumah Makan Zadika**  
**Daftar Harga Makanan Dan Minuman**  
**Tahun 2021**

No	Menu	Satuan	Harga (Rp)
1	Nasi Putih	Cup	4.000
2	Tahu Goreng	Potong	1.000
3	Tempe Goreng	Potong	1.000
4	Ayam Goreng	Potong	7.000
5	Ayam Bakar	Potong	8.000
6	Hati Ayam	Porsi	4.000
7	Rendang	Potong	4.000
8	Kepala Ikan Mayung Asam Pedas	Porsi	15.000
9	Nila Bakar	Ekor	13.000
10	Ikan Kembung Bakar	Ekor	8.000
11	Ikan Kembung Goreng	Ekor	7.000
11	Sayur Singkong	Porsi	5.000
12	Sayur Oseng Kol	Porsi	5.000
13	Perkedel	Butir	1.000
14	Bakwan	Butir	1.000
15	Telur Dadar	Potong	3.000
16	Telur Asin	Butir	5.000
17	Telur Rebus	Butir	3.000
<b>Paket</b>			
18	Nasi + Ayam Goreng Lengkap	Porsi	10.000
19	Nasi + Ayam Bakar Lengkap	Porsi	12.000
20	Nasi + Nila Bakar Lengkap	Porsi	17.000

Tabel 1.3  
(Lanjutan)

21	Nasi + Kembang Bakar Lengkap	Porsi	12.000
<b>Jenis Minuman</b>			
1	Teh es	Gelas	3.000
2	Teh Panas	Gelas	4.000
3	Teh Botol Sosro	Botol	6.000
4	Nutrisari	Gelas	3.000
5	Aqua Botol 600ml	Botol	5.000
6	Es Jeruk Nipis	Gelas	3.000
7	Es Jeruk Besar	Gelas	5.000
8	Air Putih Es	Gelas	1.000
9	Kopi	Gelas	4.000

Sumber : Rumah Makan Zadika, 2021

Tabel 1.3 di atas menjelaskan bahwa ada beberapa jenis menu makanan dan minuman pada Tahun 2021. Menu yang sering dipesan oleh konsumen adalah menu paket nasi + ayam bakar lengkap dan nasi + nila bakar lengkap, karena harga yang di tawarkan lebih murah hanya Rp.12.000 dan Rp.17.000.

Sedangkan untuk hasil penjualan Rumah Makan Zadika untuk lebih jelasnya dapat pada Tabel 1.4 berikut :

**Tabel 1.4**  
**Rumah Makan Zadika**  
**Pendapatan Penjualan**  
**Tahun 2018 – 2020**

No	Tahun	Pendapatan Penjualan	Persentase Naik/Turun (%)	Laba/Rugi (Rp)
1	2018	392.100.000	-	112.370.000
2	2019	448.200.000	14,307	158.160.000



No	Tahun	Pendapatan Penjualan	Persentase Naik/Turun (%)	Laba/Rugi (Rp)
3	2020	265.700.000	(68,686)	55.260.000

Sumber : Rumah Makan Zadika, 2021

Tabel 1.4 di atas menjelaskan bahwa pendapatan pada Tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 14,307% dengan jumlah pendapatan sebesar Rp. 448.200.000 dengan laba/rugi Rp. 158.160.000 dari Tahun 2018 yaitu sebesar Rp. 392.100.000 dengan laba/rugi Rp. 112.370.000 dan pada Tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 68,686% dengan pendapatan sebesar Rp. 265.700.000 dari Tahun 2019 yaitu sebesar Rp. 448.200.000, dengan laba/rugi sebesar Rp. 55.260.000.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa konsumen, adapun keluhan dari konsumen seperti, pelayanan yang kurang cekatan, pelayanan yang kurang memuaskan, porsi yang dirasa kurang, dan harga yang naik.

Berdasarkan penjelasan yang di uraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul skripsi “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Rumah Makan Zadika”.

## **B. Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Zadika?”.

## **C. Pembatasan Masalah**

Untuk memudahkan penelitian, maka diperlukan batasan masalah agar  
Agar tujuan penelitian, maka penelitian ini difokuskan kepada :

1. Variabel dimensi Kualitas pelayanan :
  - a. Keandalan (*Reliability*)
  - b. Keresponsifan (*Responsiveness*)
  - c. Keyakinan (*Confidence*)
  - d. Empati (*Empathy*)
  - e. Berwujud (*Tangible*)
  
2. Variabel Dimensi Loyalitas dengan :
  - a. Pelanggan berulang (*Repeat Customer*)
  - b. Melakukan pembelian secara teratur (*Klien*)
  - c. Pendukung (*Advocates*)

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Zadika.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk mengembangkan dan menerapkan teori-teori yang diperoleh selama kuliah terutama yang berhubungan dengan ruang lingkup masalah yang diteliti, yaitu bidang pemasaran.

##### 2. Bagi Rumah Makan

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi rumah makan, untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

### 3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan masukan untuk referensi bagi mahasiswa yang mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh produk, harga dan tempat terhadap keputusan konsumen.

### F. Kerangka Pemikiran

Menurut Mulyawan (2016:48) : Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam Wibowo dan Priansa (2017:164) : mengidentifikasi 5 (lima) determinan kualitas pelayanan/jasa, yaitu :

1. Keandalan (*Reliability*), merupakan kemampuan untuk melakukan atau menyediakan jasa yang dijanjikan dengan cepat dan terpercaya.
2. Keresponsifan (*Responsiveness*), merupakan kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan.
3. Keyakinan (*Confidence*), merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau *assurance*.
4. Empati (*Empathy*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan dan personilnya untuk merasakan apa yang dirasakan oleh pelanggan.
5. Berwujud (*Tangible*), berkaitan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

Menurut Oliver dalam Sangadji dan Sopiah (2013:104) : “ Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Menurut Griffin (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:107) : Membagi tahapan loyalitas pelanggan sebagai berikut :

1. Pelanggan berulang (*repeat customer*)

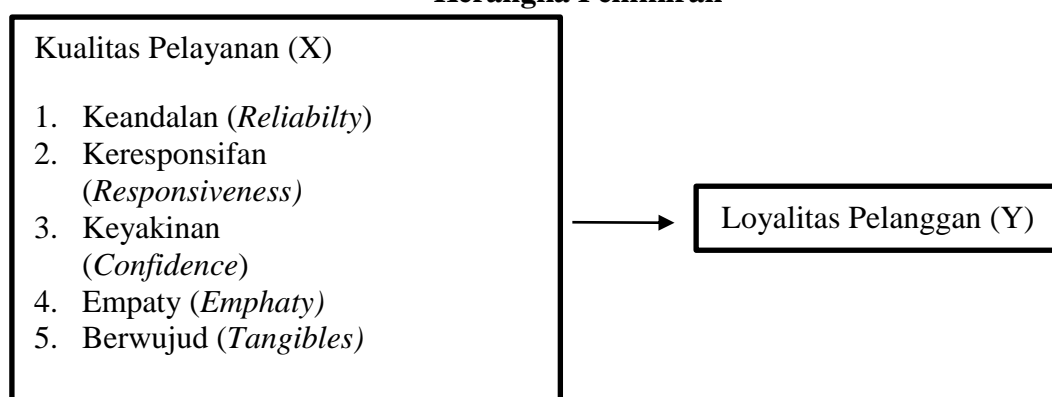
Yaitu pelanggan yang telah membeli produk yang sama sebanyak dua kali atau lebih, atau membeli dua macam produk yang berbeda dalam dua kesempatan yang berbeda pula.

2. Melakukan pembelian secara teratur (*Klien*)  
Membeli semua barang atau jasa yang ditawarkan dan di butuhkan. Mereka membeli secara teratur. Hubungan dengan jenis pelanggan ini sudah kuat dan berlangsung lama, yang membuat mereka tidak terpengaruh oleh produk pesaing.
3. Pendukung (*advocates*)  
Seperti halnya klien, pendukung membeli barang atau jasa ditawarkan dan yang dibutuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur. Selain itu, mereka mendorong teman-teman mereka agar membeli barang dan jasa perusahaan atau merekomendasikan perusahaan tersebut pada orang lain. Dengan begitu, secara tidak langsung mereka telah melakukan pemasaran dan membawa pelanggan untuk perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ilham Akbar Solichin dan Sri Kantun (2016) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Quick Chicken Jalan Jawa No.63 Jember Tahun 2016” menyimpulkan bahwa kualitas Pelayanan dan Loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan restoran *Quick Chicken* Jalan Jawa No.63 Jember.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yusthika Prasetya dan Iis Mariam (2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mujigae Resto Depok” menyimpulkan bahwa kualitas Pelayanan dan Loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Mujigae Resto Depok.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## **G. Metode Penelitian**

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan kebenaran dan pemecahan masalah atas apa yang diteliti, maka dari itu dalam penelitian dibutuhkan suatu metode yang tepat dan relevan untuk mencapai tujuan penelitian. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Asosiatif.

Menurut Siregar (2017:15) : “Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih”.

### 2. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017:137) : “Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

Adapun cara mendapatkan data primer yaitu sebagai berikut :

#### 1) Wawancara

Menurut Sugiyono (2017:137) : “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil”.

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik Rumah Makan Zadika kota Pontianak untuk

memperoleh informasi atau data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

## 2) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:142) : “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah pelanggan di Rumah Makan Zadika.

## b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:137) : data sekunder adalah “Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain, atau lewat dokumen”.

Menggunakan data sekunder berarti peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, seperti informasi yang diperoleh dari berbagai literatur, laporan perusahaan, daftar Rumah Makan, daftar harga produk, jumlah penjualan yang erat kaitannya dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini.

## 3. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek, yang mempunyai kualitas

dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Sehingga yang menjadi populasi adalah semua konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi makanan dan minuman di Rumah Makan Zadika.

#### b. Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2017:81) : “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”.

Untuk mengetahui jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka digunakan rumus Isac Michel (dalam Siregar, 2017:62) sebagai berikut :

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Dimana :

n = sampel

p = populasi populasi yang di gunakan jasa 0,3

q = 1-p

z = Tingkat kepercayaan/signifikan

e = margin error

Sehingga jumlah sampel minimal adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2} = \frac{(1,64)^2 0,3 \cdot 0,7}{0,01^2} = 56,8$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel minimal yang diteliti adalah sebanyak 56,08 responden. Untuk memudahkan peneliti, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2017 : 85) : “*Sampling purposive* adalah teknik penentuan dengan pertimbangan tertentu”. Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini di tentukan berdasarkan kriteria responden yaitu :

1. Orang yang pernah melakukan pembelian minimal dua kali, hanya untuk makan di tempat.
  2. Usia responden diatas 17 tahun.
4. Variabel penelitian

Menurut Sugiyono (2017:38) : “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

Operasional variabel adalah langkah yang harus dilakukan sebelum mengadakan penilaian dan penelitian, hal ini dapat mempermudah dalam melakukan penelitian. Operasional variabel ini diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel yang terkait maka variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini adalah:



a. Variabel bebas (*independent variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39) : Variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, yang diberi notasi tanda X.

b. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Menurut Sugiyono (2017:39) : “Variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen yang diberi notasi tanda Y.

5. Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala likert. Menurut Sugiyono (2017:93) : “Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial”.

Skala likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan, dengan melihat jawaban dari responden melalui kuesioner yang disebarakan, kemudian

dikelompokkan menurut jenisnya masing-masing. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan atau tidak mendukung pernyataan. Skala ini diberi bobot secara kuantitatif yang digunakan dalam perhitungan tabel 1.5 sebagai berikut :

**Tabel 1.5**  
**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

## 6. Teknik Analisis Data

### a. Uji Instrumen

#### 1) Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016:52) : “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”.

Menurut Sugiyono (2017:121) : “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Pengertian validitas tersebut menunjukkan ketepatan dan kesesuaian alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel. Alat ukur dapat dikatakan valid jika benar-benar sesuai dan menjawab

secara cermat tentang variabel yang akan diukur. Validitas dikatakan valid apabila nilai korelasi di atas 0,195 (5%).

Perhitungan uji validitas ini menggunakan bantuan *Statistical Package for the Social Science* (SPSS). Untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan *valid* atau tidak, maka ditetapkan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel, maka item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

## 2) Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016:47) : “Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”.

Menurut Sugiyono (2017:121) : “Uji reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Menurut Siregar (2017:90) : “Kriteria suatu instrumen

penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini bila koefisien reliabilitas *cronbach's alpha*  $> 0,60$ ".

b. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154) : "Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau *residual* memiliki distribusi normal". Uji normalitas pada peneltian ini menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria uji normalitas adalah sebagai berikut :

- a) Jika nilai Sig atau probabilitas  $> 0,05$ , distribusi adalah normal.
- b) Jika nilai Sig atau probabilitas  $\leq 0,05$ , distribusi adalah tidak normal.

c. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Siregar (2017:379) : "Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat/tidak bebas (*dependent*)". Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan, dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a+bX$$

Keterangan:

Y = Loyalitas konsumen

X = Kualitas Pelayanan

a = *Intercept*

b = Koefisien Regresi

d. Koefisien Korelasi ( $r$ )

Menurut Siregar (2017:337) : “Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen yaitu kualitas pelayanan ( $X$ ) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas konsumen ( $Y$ ) dengan menggunakan bantuan program *software* SPSS 19.00 *for* Windows.

Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel digunakan kriteria dalam tabel 1.6 sebagai berikut :

**Tabel 1.6**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Siregar (2017:337)

e. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Siregar (2017:338) : “Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih ( $X$ ) bebas terhadap variabel ( $Y$ ) terikat”. Dalam penelitian ini koefisien determinasi

bertujuan untuk menguji kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

Rumus :

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

Variabilitas mempunyai makna penyebaran / distribusi seperangkat nilai-nilai tertentu.

f. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Gani dan Amalia (2015:143) : “Uji F atau *goodness of FitTest* adalah pengujian kelayakan model. Model yang layak adalah model yang dapat digunakan untuk mengestimasi populasi. Model regresi dikatakan layak jika nilai F sebuah model memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

1. Menentukan Hipotesis :

$H_0$  : Model regresi linier sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan.

$H_a$  : Model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan.

2. Menentukan prediksi loyalitas jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

3. Dasar pengambilan keputusan Uji kelayakan model berdasarkan nilai signifikan dari hasil SPSS :

- a) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  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 18-27 tahun berjenis kelamin laki-laki, berstatus belum menikah, memiliki pekerjaan swasta, memiliki penghasilan rata-rata Rp. 1.500.000-2.999.999,.
2. Model persamaan regresi linier sederhana dapat dituliskan persamaan estimasi analisis regresi sederhana sebagai berikut:  $Y = 0,609 + 0,858X$ . Dimana konstanta analisis regresi sederhana (a) yang diperoleh adalah sebesar 0,609. Maka nilai ini menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan Rumah Makan Zadika tidak mengalami perubahan atau tetap, maka loyalitas adalah sebesar 0,609 satuan.
3. Nilai R sebesar 0,811 yang menunjukkan bahwa adanya korelasi tinggi dan positif antara kualitas pelayanan (X) dan loyalitas pelanggan (Y).
4. Nilai  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0,657 atau 65,7%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap Variabel terikat (loyalitas pelanggan) sebesar 65,7% sedangkan sisanya sebesar 34,4% 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 sebesar  $187.809 > F$  tabel 3,94 maka artinya  $H_0$



ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan model regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan Rumah Makan Zadika, yang dipengaruhi kualitas pelayanan.

## **B. Saran**

Dari hasil kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi Rumah Makan Zadika sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas pelayanan serta fasilitas yang disediakan untuk pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman.
2. Meningkatkan segi pelayanan, kerapian, kebersihan, hingga mengatasi keluhan pelanggan dengan baik. Dengan begitu pelanggan merasa dihargai sehingga pelanggan merasa terpuaskan dari segi pelayanan dan tentunya akan memberikan keuntungan bagi pihak Rumah Makan Zadika.
3. Meningkatkan kualitas olahan makanan sehingga memiliki cita rasa yang khas, sehingga pelanggan menceritakan pengalamannya ke kerabat, teman, bahkan keluarga mereka agar makan di Rumah Makan Zadika.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2018. **Manajemen Pemasaran dan PemasaranJasa**, Penerbit CV. Alfabeta,Bandung.
- Gani, Irwan, dan Amalia, 2015. *Alat Analisis Data Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam, 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IMB SPSS 23*. Universitas Diponogoro, Semarang.
- Hurriyati, Ratih, 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV. Afabeta, Bandung.
- Ilham Akbar Solichin dan Sri Kantun. (2017), “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Quick Chicken Jalan Jawa No. 63 Jember” Vol 11, (1), 1-6. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Jurnal Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, Penidikan Ekonomi Press, Universitas Jember.
- Mulyawan, Rahman. 2016. *Birokrasi dan Pelayanan Publik*, Penerbit UNPAD Press.
- Nurdin, Ismail. 2019. *Kualitas Pelayanan Publik (Prilaku Aparatur dan Komunikasi Birokrasi dalam Pelayanan Publik)*. Media Sahabat Cendekia, Surabaya.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen*, Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono. 2017, *Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Wibowo, Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemaaran*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Yustika Prastya dan Iis Mariam. (2018) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Mujigae Resto Depok”. Vol 16. (1), 1-10. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Humaniora*. EPIGRAM.

## LAMPIRAN 1

**DAFTAR PERTANYAAN UNTUK RESPONDEN**

---

Kuesioner ini hanya bertujuan untuk penelitian dalam menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Zadika”** dan diharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara dapat menjawab pertanyaan dengan benar sesuai dengan petunjuk yang telah disediakan. Sebelumnya saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi daftar pertanyaan ini.

**I. Identitas Peneliti :**

Nama : Ari Yansah  
 Nim : 141310013  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
 Jurusan : Manajemen  
 Universitas : Muhammadiyah Pontianak

**II. Identitas Responden :**

Nama : .....  
 Jenis Kelamin : .....  
 Umur : .....  
 Pendidikan : .....  
 Pekerjaan : .....  
 Pendapatan : .....  
 Status Perkawinan : .....  
 Frekuensi Berkunjung : .....

**Petunjuk Pengisian :**

1. Berilah tanda silang ( X ) pada pilihan jawaban yang anda anggap benar.
2. Mohon Anda mengisi sesuai dengan apa yang Anda alami karena hal ini akan sangat membantu penulis dalam memperoleh data yang akurat.

**Pilihan jawaban adalah sebagai berikut:**

- a. Sangat Setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Kurang Setuju (KS)
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

NO	PERNYATAAN Kualitas Pelayanan	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>A.</b>	<b>Keandalan (<i>Reliability</i>)</b>					
1.	Rumah Makan Zadika memberi kemudahan dalam pemesanan.					
2.	Rumah Makan Zadika memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen.					
3.	Produk Rumah Makan Zadika memiliki kualitas rasa yang enak.					
4.	Karyawan Rumah Makan Zadika memberikan Pelayanan yang ramah.					
<b>B.</b>	<b>Keresponsifan (<i>Responsiveness</i>)</b>					
5.	Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen setiap saat.					
6.	Kesiapan karyawan Rumah Makan Zadika dalam melayani keluhan konsumen.					
7.	Kesigapan karyawan Rumah Makan Zadika dalam menawarkan menu yang tersedia.					
8.	Kesediaan karyawan Rumah Makan Zadika dalam memberikan informasi.					
<b>C.</b>	<b>Keyakinan (<i>Confidence</i>)</b>					
9.	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik mengenai setiap produk dari Rumah Makan Zadika.					
10.	Porsi yang di berikan Rumah Makan Zadika tidak berubah dari yang sebelumnya.					
11.	Rumah Makan Zadika menjamin bahwa produk yang di jual bersih dan higienis.					
<b>D.</b>	<b>Empati (<i>Empathy</i>)</b>					
12.	Karyawan Rumah Makan Zadika selalu menjawab pertanyaan yang di berikan konsumen dengan ramah.					
13.	Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen yang membeli di Rumah Makan Zadika.					
14.	Pengertian karyawan dalam melayani konsumen yang membeli di Rumah Makan Zadika.					

<b>E</b>	<b>Berwujud (<i>Tangible</i>)</b>					
15.	Rumah Makan Zadika memperhatikan kebersihan karyawan					
16.	Rumah Makan Zadika selalu menjaga kebersihan warung makan.					
17.	Rumah Makan Zadika selalu memperhatikan Kebersihan peralatan makan.					
18.	Rumah Makan Zadika menyediakan lahan parkir yang luas.					
<b>Loyalitas (Y)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>A.</b>	<b>Pelanggan Berulang (<i>Repead Customer</i>)</b>					
1.	Saya akan datang lagi dan menceritakan pengalaman saya membeli produk di RM Zadika Pontianak Kepada teman dan kerabat					
2.	Saya akan mengajak orang lain Untuk Makan di RM Zadika Pontianak.					
<b>B.</b>	<b>Melakukan Pembelian Secara Teratur (<i>Klien</i>)</b>					
3.	RM Zadika selalu menjadi tujuan saya ketika lapar.					
4.	Saya yakin Kualitas Rumah Makan Zadika Yang terbaik dari rumah makan lainnya.					
<b>C.</b>	<b>Pendukung (<i>Advocates</i>)</b>					
5.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain, keluarga, dan teman-teman saya untuk makan di RM Zadika.					
6.	Saya akan tetap membeli di Rumah Makan Zadika meskipun ada rumah makan terdekat.					
7.	Saya akan tetap membeli Rumah Makan Zadika meskipun rumah makan lain menawarkan promo.					

## LAMPIRAN 2

Karakteristik Responden								
No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	Status Perkawinan	Frekuensi Berkunjung
1	Ahmad Razak	Laki-laki	65	SD	Petani	1.400.000	Kawin	10x
2	Aldona Veronika	Perempuan	25	S1	Swasta	3.000.000	Belum Kawin	10x
3	Sy. Muslimat	Laki-laki	58	S1	Wiraswasta	5.000.000	Kawin	5x
4	Rachmita Ramadhani	Perempuan	24	S1	Swasta	3.400.000	Belum Kawin	10x
5	Harli Natar	Laki-laki	24	S1	Swasta	5.500.000	Belum Kawin	10x
6	Amirudin	Laki-laki	27	S1	Honorar	2.500.000	Belum Kawin	3x
7	Rusmita	Perempuan	29	S1	PNS	4.500.000	Janda	10x
8	Jamaludin ar-Rasyid	Laki-laki	43	S1	PNS	4.000.000	Kawin	8x
9	Suriono	Laki-laki	35	S1	PNS	4.000.000	Kawin	10x
10	Rizal	Laki-laki	22	D3	Wiraswasta	7.000.000	Belum Kawin	10x
11	Rudi	Laki-laki	25	SMA	Swasta	6.000.000	Kawin	3x
12	Julius	Laki-laki	30	D3	Wiraswasta	5.500.000	Kawin	5x
13	Priadi	Laki-laki	28	D3	Swasta	5.000.000	Belum Kawin	5x
14	Ayu Annisa	Perempuan	27	D3	Wiraswasta	3.000.000	Kawin	10X
15	Rizal	Laki-laki	20	D3	Honorar	1.300.000	Belum Kawin	3x
16	M.Reza	Laki-laki	58	SMP	Petani	2.000.000	Kawin	3x
17	Sabirin	Laki-laki	40	SMA	Wiraswasta	4.000.000	Kawin	4x
18	M.Riskan Nafarin	Laki-laki	26	SMP	Swasta	4.000.000	Belum Kawin	5x
19	Kartono	Laki-laki	34	SMA	Petani	3.000.000	Kawin	4x
20	Hatif Subaini	Laki-laki	21	SMA	Wiraswasta	4.000.000	Belum Kawin	3x
21	Kobay	Laki-laki	20	SMA	Wiraswasta	3.700.000	Belum Kawin	10x
22	Andryan Syaputra	Laki-laki	27	SMA	Wiraswasta	4.500.000	Kawin	3x
23	Hendra Gunawan	Laki-laki	24	SMA	Wiraswasta	5.000.000	Belum Kawin	5x

Karakteristik Responden								
No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	Status Perkawinan	Frekuensi Berkunjung
24	Budiman	Laki-laki	23	SMA	Swasta	1.200.000	Belum Kawin	3x
25	Ika	Perempuan	19	SMA	Swasta	1.450.000	Belum Kawin	10x
26	Irsan	Laki-laki	40	SD	Petani	3.000.000	Kawin	3x
27	Zainuddin Apriansyah	Laki-laki	40	SD	Swasta	1.000.000	Kawin	4x
28	Acien	Laki-laki	28	SD	Swasta	1.400.000	Belum Kawin	3x
29	M.toni	Laki-laki	35	SD	Petani	2.000.000	Kawin	10x
30	Anisa	Perempuan	49	SMP	Petani	1.450.000	Kawin	10x
31	Baharudin	Laki-laki	41	SMP	Swasta	1.300.000	Kawin	10x
32	Yustiansyah	Laki-laki	43	SMP	Swasta	1.400.000	Kawin	10x
33	Johardi	Laki-laki	50	SMP	Petani	2.000.000	Kawin	6x
34	Abdul	Laki-laki	38	SMP	Petani	3.000.000	Kawin	10x
35	Sadikul Amin	Laki-laki	45	SMP	Swasta	2.000.000	Kawin	4x
36	Mansur M	Laki-laki	42	SMA	Swasta	2.400.000	Kawin	10x
37	Bakri	Laki-laki	38	SMA	Swasta	1.300.000	Kawin	10x
38	Aldi	Laki-laki	23	SMK	Wiraswasta	6.000.000	Kawin	10x
39	Uun Natalia	Perempuan	21	SMA	Wiraswasta	3.000.000	Belum Kawin	3x
40	Agus Surapati	Laki-laki	28	SMA	Honorar	5.000.000	Kawin	3x
41	Nurbani	Perempuan	33	SMA	Petani	2.000.000	Kawin	9x
42	Nur Salamah	Perempuan	27	SMA	PNS	4.500.000	Belum Kawin	3x
43	Suryani	Perempuan	31	SMA	Petani	1.600.000	Kawin	10x
44	Noval Al-Farizi	Laki-laki	28	SMA	Swasta	1.350.000	Belum Kawin	10x
45	Muhammad	Laki-laki	29	SMA	Swasta	3.500.000	Kawin	10x
46	Dimas Suhendra	Laki-laki	20	SMA	Swasta	3.000.000	Belum Kawin	10x
47	Baharudin	Laki-laki	24	SMA	Wiraswasta	1.800.000	Belum Kawin	10x
48	Dedy	Laki-laki	24	SMA	Wiraswasta	1.800.000	Belum Kawin	10x

Karakteristik Responden								
No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	Status Perkawinan	Frekuensi Berkunjung
49	Kasmawati	Perempuan	22	SMA	Swasta	2.500.000	Belum Kawin	3x
50	Syarifah Az-Zahra	Perempuan	20	SMA	Swasta	1.500.000	Belum Kawin	5x
51	Margaret	Perempuan	25	SMA	Wiraswasta	3.200.000	Kawin	10x
52	Domitila Kerli	Perempuan	23	SMA	Swasta	1.500.000	Belum Kawin	5x
53	Anisa Keika Putri	Perempuan	23	SMA	Swasta	2.400.000	Belum Kawin	10x
54	Silvia Putri	Perempuan	25	SMA	Honorar	1.800.000	Belum Kawin	10x
55	Mansur	Laki-laki	26	SMP	Swasta	950.000	Kawin	10x
56	Devi Ariska Dinata	Perempuan	23	SMA	Swasta	3.800.000	Belum Kawin	3x
57	Putri ayumi	Perempuan	25	SMA	Wirswasta	4.000.000	Belum Kawin	10x
58	Asry Winandar	Perempuan	33	SMA	Petani	2.200.000	Duda	3x
59	Kurniawati Sanura	Perempuan	24	SMK	Swasta	2.300.000	Belum Kawin	5x
60	Putri	Perempuan	23	SMA	Swasta	1.900.000	Belum Kawin	4x
61	dewi	Perempuan	24	SMA	Swasta	1.700.000	Belum Kawin	10x
62	Jesicca	Perempuan	23	SMA	Swasta	2.000.000	Belum Kawin	7x
63	Apriani	Perempuan	24	SMK	Swasta	1.400.000	Belum Kawin	10x
64	Lusiana	Perempuan	23	SMA	Wiraswasta	3.000.000	Kawin	7x
65	Gustiyan	Laki-laki	45	SMA	Petani	1.500.000	Duda	10x
66	M. Robi	Laki-laki	30	SMA	Wiraswasta	2.700.000	Kawin	4x
67	Ridwansyah	Laki-laki	31	SMA	Swasta	2.300.000	Kawin	3x
68	Rasyid	Laki-laki	29	SMK	Swasta	2.300.000	Kawin	10x
69	Jimi	Laki-laki	60	SMA	Wiraswasta	4.300.000	Duda	10x
70	M. Jani	Laki-laki	33	SMA	Swasta	2.400.000	Kawin	10x
71	Wandi	Laki-laki	24	SMA	Swasta	2.400.000	Belum Kawin	10x
72	Rudi Setiawan	Laki-laki	21	MA	Swasta	2.450.000	Belum Kawin	10x
73	M. Yuda Pratama	Laki-laki	25	SMK	Swasta	4.000.000	Belum Kawin	10x
74	Surya	Laki-laki	23	SMA	Honorar	2.300.000	Belum Kawin	10x



Karakteristik Responden								
No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	Status Perkawinan	Frekuensi Berkunjung
75	Syahroni	Laki-laki	21	SMA	Swasta	4.250.000	Belum Kawin	3x
76	Saibut Safri	Laki-laki	22	SMA	Swasta	2.500.000	Belum Kawin	6x
77	Asmarani	Perempuan	53	SMA	Petani	1.500.000	Kawin	8x
78	M. Zainuddin	Laki-laki	31	SMA	Honorer	3.000.000	Kawin	3x
79	Yeyen Sartika	Laki-laki	30	SMA	Honorer	3.000.000	Kawin	3x
80	Martinus	Laki-laki	22	SMA	Swasta	4.200.000	Belum Kawin	10x
81	Fikri	Laki-laki	59	SMA	Wiraswasta	3.000.000	Duda	3x
82	Usman	Laki-laki	40	SMP	Petani	2.000.000	Kawin	6x
83	Bella Syafirda	Perempuan	29	D3	Wiraswasta	4.500.000	Kawin	5x
84	Indryani	Perempuan	25	D3	Swasta	6.700.000	Belum Kawin	3x
85	Yusmadi	Laki-laki	30	S1	PNS	5.500.000	Kawin	6x
86	Carina Jasmin	Perempuan	29	S1	PNS	5.500.000	Kawin	6x
87	Yosefa Gina	Perempuan	27	D3	PNS	4.000.000	Belum Kawin	3x
88	Julia Anastysya	Perempuan	25	S1	PNS	4.000.000	Belum Kawin	5x
89	Anton	Laki-laki	51	SMP	Swasta	1.400.000	Kawin	4x
90	Nizar	Laki-laki	53	SMP	Wiraswasta	6.500.000	Kawin	7x
91	Stevani Ester Jonika	Perempuan	38	D3	PNS	4.000.000	Kawin	5x
92	Muhammadiyah	Laki-laki	58	SMP	Wiraswasta	5.700.000	Kawin	3x
93	Midin	Laki-laki	43	SMP	Wiraswasta	3.000.000	Kawin	3x
94	Arief Aditiya	Laki-laki	48	SMP	Wiraswasta	6.500.000	Duda	4x
95	Azrul	Laki-laki	52	SMP	Swasta	2.000.000	Kawin	5x
96	Syarifah Dian Auliya	Perempuan	48	D3	PNS	4.500.000	Kawin	5x
97	Maulidia	Perempuan	43	S1	PNS	4.500.000	Kawin	5x
98	Liana Humairah	Perempuan	50	S1	PNS	4.500.000	Kawin	5x
99	Andi Hardi	Laki-laki	55	SMP	Wiraswasta	3.800.000	Kawin	4x
100	Putri Handayani	Perempuan	48	D3	Honorer	1.450.000	Kawin	3x

## LAMPIRAN 3

KUALITAS PELAYANAN																				
Keandalan				Keresponsifan				Keyakinan				Empati			Berwujud					
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	Total	Rata-Rata	
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85	4,7	
5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	79	4,4	
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	76	4,2	
5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	78	4,3	
5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	79	4,4	
4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	81	4,5	
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	81	4,5	
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	79	4,4	
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	78	4,3	
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	77	4,3	
4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	78	4,3	
5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	4	1	4	3	68	3,8	
4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	69	3,8	
5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	77	4,3	
4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	2	76	4,2	
5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	4	5	5	4	80	4,4	
4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	2	2	1	5	4	5	4	61	3,4	
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	88	4,9	
4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	73	4,1	
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75	4,2	
4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74	4,1	
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	76	4,2	
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	72	4,0	
5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	70	3,9	

KUALITAS PELAYANAN																			
Keandalan				Keresponsifan				Keyakinan			Empati			Berwujud				Total	Rata-Rata
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18		
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	71	3,9
4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	70	3,9
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4,0
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	81	4,5
4	4	3	2	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	69	3,8
5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	76	4,2
5	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	75	4,2
5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	81	4,5
5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	81	4,5
5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	86	4,8
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	84	4,7
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	82	4,6
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	82	4,6
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	86	4,8
4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	80	4,4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	86	4,8
4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	79	4,4
4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	77	4,3
4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	77	4,3
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	88	4,9
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	86	4,8
5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	86	4,8
5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	82	4,6
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	83	4,6
4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	3	72	4,0

KUALITAS PELAYANAN																			
Keandalan				Keresponsifan				Keyakinan			Empati			Berwujud				Total	Rata-Rata
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18		
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89	4,9
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	88	4,9
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	86	4,8
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	88	4,9
5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	85	4,7
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	86	4,8
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	86	4,8
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	84	4,7
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	81	4,5
4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	72	4,0
5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	84	4,7
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	85	4,7
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	86	4,8
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	81	4,5
4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	77	4,3
5	5	5	4	4	4	3	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	70	3,9
5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	79	4,4
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	2	3	4	4	3	3	70	3,9
5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	84	4,7
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87	4,8
5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	87	4,8
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	84	4,7
5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	79	4,4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	76	4,2
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	83	4,6

KUALITAS PELAYANAN																			
Keandalan				Keresponsifan				Keyakinan			Empati			Berwujud				Total	Rata-Rata
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18		
5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	84	4,7
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	88	4,9
5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	76	4,2
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	86	4,8
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	77	4,3
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	83	4,6
4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	80	4,4
5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	80	4,4
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	80	4,4
5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	83	4,6
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	78	4,3
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	79	4,4
4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	73	4,1
5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75	4,2
5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	81	4,5
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	79	4,4
5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	77	4,3
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	80	4,4
5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	79	4,4
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	83	4,6
5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	82	4,6
5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	80	4,4
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	82	4,6
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	81	4,5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	86	4,8

<b>KUALITAS PELAYANAN</b>																			
<b>Keandalan</b>				<b>Keresponsifan</b>				<b>Keyakinan</b>			<b>Empati</b>			<b>Berwujud</b>					
<b>X1</b>	<b>X2</b>	<b>X3</b>	<b>X4</b>	<b>X5</b>	<b>X6</b>	<b>X7</b>	<b>X8</b>	<b>X9</b>	<b>X10</b>	<b>X11</b>	<b>X12</b>	<b>X13</b>	<b>X14</b>	<b>X15</b>	<b>X16</b>	<b>X17</b>	<b>X18</b>	<b>Total</b>	<b>Rata-Rata</b>
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	77	4,3

## LAMPIRAN 4

LOYALITAS								
<i>Repeat</i>		<i>Klien</i>		<i>Advocates</i>				
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	<b>TOTAL</b>	<b>RATA-RATA</b>
5	5	5	5	4	5	5	34	4,9
4	4	4	4	4	4	4	28	4,0
5	4	4	5	4	4	4	30	4,3
4	4	5	4	5	5	5	32	4,6
4	4	4	5	4	4	4	29	4,1
3	4	5	5	5	4	5	31	4,4
4	4	4	5	5	5	5	32	4,6
4	4	5	5	5	4	4	31	4,4
5	5	4	4	5	5	4	32	4,6
5	4	4	4	5	4	4	30	4,3
5	4	4	5	4	4	5	31	4,4
3	4	4	3	5	4	4	27	3,9
3	4	3	4	4	4	4	26	3,7
4	4	4	5	5	4	5	31	4,4
5	4	5	4	4	4	4	30	4,3
3	5	4	5	5	4	5	31	4,4
2	1	5	4	4	4	4	24	3,4
5	5	5	5	5	5	5	35	5,0
3	4	4	4	4	4	5	28	4,0
4	4	4	4	4	5	4	29	4,1
4	4	4	4	4	4	4	28	4,0
4	4	3	4	3	4	4	26	3,7
4	4	4	4	4	4	4	28	4,0
4	3	4	4	4	4	4	27	3,9
5	4	4	4	4	4	5	30	4,3
4	4	4	4	4	4	4	28	4,0
4	4	4	4	5	4	5	30	4,3
5	5	4	4	5	5	4	32	4,6
4	4	4	3	5	4	4	28	4,0
4	4	5	4	4	4	4	29	4,1
5	4	4	4	5	4	4	30	4,3
5	4	5	4	4	5	5	32	4,6

LOYALITAS								
<i>Repeat</i>		<i>Klien</i>		<i>Advocates</i>				
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	<b>TOTAL</b>	<b>RATA-RATA</b>
4	5	4	4	4	5	5	31	4,4
5	5	5	5	5	5	4	34	4,9
5	4	5	5	4	5	5	33	4,7
5	5	5	4	5	4	4	32	4,6
5	5	4	4	4	5	5	32	4,6
5	5	5	5	4	4	4	32	4,6
4	4	4	4	5	4	5	30	4,3
5	5	5	5	5	5	5	35	5,0
4	4	5	5	5	4	4	31	4,4
4	4	4	4	5	4	5	30	4,3
4	4	4	4	5	4	5	30	4,3
5	5	5	4	5	5	5	34	4,9
5	5	5	5	5	5	5	35	5,0
5	5	5	5	5	5	5	35	5,0
5	5	4	5	5	4	5	33	4,7
4	4	4	4	4	5	5	30	4,3
4	5	4	3	5	4	4	29	4,1
5	5	5	5	4	4	5	33	4,7
5	5	5	5	5	4	4	33	4,7
5	5	4	4	4	4	5	31	4,4
5	5	4	5	4	4	5	32	4,6
5	5	4	5	5	5	5	34	4,9
5	4	5	5	5	5	4	33	4,7
5	5	5	5	4	4	5	33	4,7
5	4	4	5	5	4	4	31	4,4
4	4	4	4	4	4	4	28	4,0
4	4	4	4	4	4	4	28	4,0
4	4	5	5	5	5	5	33	4,7
4	4	4	5	5	5	5	32	4,6
4	5	4	5	4	5	5	32	4,6
4	4	5	4	5	4	4	30	4,3
4	4	5	4	4	4	5	30	4,3
3	4	4	4	5	4	4	28	4,0



LOYALITAS								
<i>Repeat</i>		<i>Klien</i>		<i>Advocates</i>				
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TOTAL	RATA-RATA
4	4	4	4	4	4	4	28	4,0
2	3	4	4	4	5	5	27	3,9
5	5	4	4	5	4	4	31	4,4
5	5	5	5	5	5	5	35	5,0
5	5	5	5	4	5	5	34	4,9
4	5	5	4	5	5	4	32	4,6
4	4	4	5	5	5	4	31	4,4
4	5	4	5	5	5	5	33	4,7
5	5	4	5	5	5	5	34	4,9
5	5	5	4	4	4	5	32	4,6
4	5	5	5	5	5	5	34	4,9
3	4	4	4	5	5	5	30	4,3
5	4	5	5	5	5	4	33	4,7
5	4	4	4	4	5	5	31	4,4
5	5	5	5	4	4	4	32	4,6
5	5	4	4	4	4	4	30	4,3
4	5	4	5	5	5	5	33	4,7
4	4	4	4	5	4	4	29	4,1
5	5	5	5	4	5	5	34	4,9
4	4	5	4	5	4	4	30	4,3
4	5	4	4	5	4	4	30	4,3
4	3	4	4	5	4	5	29	4,1
4	4	4	4	5	5	5	31	4,4
4	4	5	5	4	5	5	32	4,6
4	4	4	4	5	5	5	31	4,4
4	4	4	4	4	5	4	29	4,1
4	4	4	4	4	5	4	29	4,1
5	4	4	4	5	5	4	31	4,4
5	5	4	4	5	4	4	31	4,4
4	4	5	5	5	4	4	31	4,4
5	5	4	4	4	4	5	31	4,4
4	4	4	5	4	5	5	31	4,4
4	4	4	4	5	4	4	29	4,1

LOYALITAS								
<i>Repeat</i>		<i>Klien</i>		<i>Advocates</i>				
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	<b>TOTAL</b>	<b>RATA-RATA</b>
5	5	4	4	4	5	5	32	4,6
5	4	4	4	5	5	5	32	4,6







	Sig. (2-tailed)	.042	.003	.001	.108	.233	.009	.343	.001	.000	.280	.557	.018	.002	.010	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X17	Pearson Correlation	.179	.196	.144	.183	.187	.292**	.168	.335**	.098	.044	.308**	.160	.281**	.363**	.262**	.498**	1	.479**	.558**
	Sig. (2-tailed)	.075	.050	.152	.068	.063	.003	.095	.001	.330	.667	.002	.113	.005	.000	.009	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X18	Pearson Correlation	.443**	.376**	.293**	.231*	-.012	.220*	.066	.334**	.291**	.179	.108	.264**	.281**	.308**	.256*	.518**	.479**	1	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.021	.907	.028	.516	.001	.003	.075	.286	.008	.005	.002	.010	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.546**	.468**	.506**	.447**	.456**	.527**	.458**	.600**	.428**	.377**	.426**	.596**	.621**	.686**	.453**	.593**	.558**	.610**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.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	100	100	100

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

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



T Pearson Correlation	.660**	.694**	.533**	.648**	.351**	.554**	.496**	1
O Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
T N								
A	100	100	100	100	100	100	100	100
L								

\*\* . 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	N of Items
.843	18

## LAMPIRAN 8

## Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.648	7

## LAMPIRAN 9

## Uji Normalitas

NPART TESTS  
 /K-S (NORMAL) =RES\_1  
 /MISSING ANALYSIS.

**NPar Tests****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27473839
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.084
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

## LAMPIRAN 10

## Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.609	.278		2.189	.031
	Kualitas Pelayanan	.858	.063	.811	13.704	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Hasil Uji Kofisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 <sup>a</sup>	.657	.654	.19318

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

## Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	7.009	1	7.009	187.809	.000 <sup>b</sup>
Residual	3.657	98	.037		
Total	10.666	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan