

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN TOKO SEPATU AWAL PONTIANAK**

SKRIPSI

OLEH:

**CECEP GUNAWAN
NIM. 161310081**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
2022**

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN TOKO SEPATU AWAL PONTIANAK**

Tanggung Jawab Yuridis Kepada :

CECEP GUNAWAN
NIM. 161310081

Program Studi Manajemen

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian
Skripsi/Komperhensif
Pada Tanggal : 14 Juli 2022**

Majelis Penguji

Pembimbing Utama



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

Penguji Utama



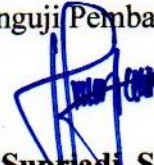
Dr. H. Helman Fachri, SE, MM
NIDN. 11-070561-01

Pembimbing Pembantu



Neni Triana M, SE, MM
NIDN. 11-090281-04

Penguji Pembantu



Fenni Supriadi, SE, MM
NIDN. 11-281085-01

Pontianak, 14 Juli 2022

Disahkan Oleh :

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

DEKAN



Dedi Hariyanto, SE, MM
NIDN. 11-131177-02

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, karunia dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Toko Sepatu Awal Pontianak”**. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Selama penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, saran dan nasehat, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis 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., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
3. Ibu Heni Safitri S.E, M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
4. Bapak Samsudin, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Neni Triana M., S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen sekaligus Dosen Pembimbing Kedua dalam penyusunan skripsi ini.
6. Pimpinan Toko Sepatu Awal Pontianak yang telah memperkenankan penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan Anda.

7. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh staf civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
8. Kedua orang tua dan saudara-saudara penulis yang selalu memberikan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan yang lebih tinggi.
9. Sahabat-sahabat terbaik dan teman seangkatan yang sama-sama berjuang dalam menuntut ilmu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Dengan kerendahan hati, kritik dan saran yang membangun dan memotivasi sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi penulis.

Pontianak, 14 Februari 2022
Penulis,

Cecep Gunawan
NIM.161310081

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen Toko Sepatu Awal Pontianak. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Sepatu Awal Pontianak, dengan sampel sebanyak 100 orang yang dipilih dengan teknik *sampling purposive*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji kelayakan model (uji F).

Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi linier sederhana adalah $Y = 3,309 + 0,208X$. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,348, yang menunjukkan bahwa hubungan variabel kepuasan terhadap variabel loyalitas adalah lemah. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,121, yang menunjukkan bahwa 12,1% loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh kepuasan konsumen sedangkan sisanya yaitu sebesar 87,9% loyalitas konsumen oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model (uji F) menunjukkan bahwa model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen berbelanja di Toko Sepatu Awal Pontianak yang dipengaruhi oleh kepuasan.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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	22
A. Pengertian Bisnis Ritel.....	22
B. Pengertian Pemasaran	22
C. Konsep Dasar Pemasaran.....	23
D. Sikap Konsumen	24
E. Teori Kepuasan Konsumen.....	25
F. Mengukur Kepuasan Konsumen.....	25
G. Loyalitas Konsumen	26
H. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	27
I. Merancang dan Menciptakan Loyalitas	29
J. Tahap-tahap loyalitas	30
K. Prinsip-prinsip Loyalitas	31
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	32
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan	32
B. Struktur Organisasi	33

C. Aspek Pemasaran	36
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	41
A. Karakteristik Responden	41
B. Analisis Data	45
1. Uji Instrumen	45
2. Uji Normalitas	47
3. Analisis Regresi Linear Sederhana	48
4. Koefisien Korelasi (R)	50
5. Koefisien Determinasi (R^2)	50
6. Uji Kelayakan Model (Uji F)	50
BAB V PENUTUP	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Toko Sepatu di Kota Pontianak	2
Tabel 1.2 Jenis Produk dan Harga.....	3
Tabel 1.3Jumlah Penjualan Tahun 2018-2020.....	5
Tabel 1.4 Alternatif Jawaban Responden.....	15
Tabel 1.5 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan.....	19
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	43
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	44
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (X).....	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas (Y)	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linear Sederhana.....	49
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Korelasi	50
Tabel 4.14 Hasil Kelayakan model (Uji F)	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	10
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	55
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	59
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden.....	63
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	69
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	72
Lampiran 6 Hasil Analisis Hitungan SPSS.....	79

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan perekonomian banyak membawa akibat perkembangan yang pesat dalam bidang usaha. Sejalan dengan hal tersebut banyak bermunculan perusahaan yang bergerak pada bidang perdagangan eceran (*retailing*) yang berbentuk toko, *department store*, dan lain-lain.

Perkembangan dunia bisnis dewasa ini tumbuh dengan pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk dan jasa. Salah satu kebutuhan masyarakat adalah produk sepatu, termasuk sepatu kantor, sepatu dewasa, dan sepatu anak-anak. Konsumen hanya akan membeli produk sepatu dengan kualitas yang baik.

Fenomena persaingan bisnis yang ketat dewasa ini ditunjukkan dari banyaknya produsen atau toko sepatu yang didirikan. Hal ini menyebabkan konsumen dapat membeli merek sepatu yang sesuai dengan kebutuhan/keinginannya. Hal tersebut tentunya menjadi masalah tersendiri bagi perusahaan produsen sepatu. Pihak perusahaan harus mampu menciptakan produk sepatu yang berkualitas dalam rangka menciptakan kepercayaan, kepuasan dan loyalitas konsumen pada merek perusahaan. Kondisi ini menuntut pihak pemasar untuk menggunakan atau menerapkan strategi yang sesuai.

Toko sepatu yang ada di Kota Pontianak dapat dilihat pada Tabel 1.1:

Tabel 1.1
Dinas Penanaman Modal Tenaga Kerja PTSP Kota Pontianak
Daftar Toko Sepatu di Kota Pontianak Tahun 2021

No	Nama Toko	Alamat
1	Toko Sepatu Anda	Jl. Rahadi Usman No. 1-2, Pontianak Kota
2	Dunia Sepatu	Jl. Nusa Indah III No. 3-4, Pontianak Kota
3	Toko Sepatu Bata	Jl. Rahadi Usman, Pontianak Kota
4	Istana Sepatu	Jl. Nusa Indah III No. 55-57, Pontianak Kota
5	Toko Sepatu Awal	Jl. Kom Yos Sudarso Gg. Kasturi No. 39, Pontianak Barat
6	Toko Sepatu Soei	Jl. Nusa Indah III No. 45-47
7	Toko Sepatu Idola	Jl. Nusa Indah III No. 1-2
8	Sepatu Naff store	Jl. Tabrani Ahmad
9	Sepatu Borneo Shop	Jl. Kom yos sudarso
10	Toko Sepatu Avistro Footwear	Jl. Kom Yos Sudarso
11	Studio Spatu	Jl. Nusa Indah III No.97

Sumber: Dinas Penanaman Modal Tenaga Kerja PTSP Kota Pontianak, 2020

Toko Sepatu Awal adalah salah satu toko sepatu yang terdaftar di Dinas Penanaman Modal Tenaga Kerja PTSP Kota Pontianak tahun 2020. Toko Sepatu Awal berdiri sejak 19 April 2013, beralamat di Jl. Kom Yos Sudarso Gg. Kasturi No. 39, Pontianak Barat, dan dikelola langsung oleh Ibu Fitriansih selaku pemiliknya. Toko Sepatu Awal, awalnya hanya menjual sepatu anak-anak dan hanya menyewa toko dengan modal pribadi, kemudian berkembang sampai mempunyai toko sendiri menjadi toko yang menyediakan

produk-produk seperti sepatu dewasa dan sepatu anak-anak, hingga kini mulai bertambah pada penyediaan stok produk untuk keperluan konsumen dengan harga yang cukup kompetitif.

Berikut daftar produk dan harga yang tersedia dapat dilihat pada Tabel 1.2:

Tabel 1.2
Toko Sepatu Awal
Jenis Produk dan Harga yang Tersedia Tahun 2021

Kategori	Jenis Produk	Harga (Rp)
Pria Dewasa	1. Sepatu	100.000-500.000
	2. Sandal	50.000-250.000
Wanita Dewasa	1. Sepatu	100.000-400.000
	2. Sandal	70.000-200.000
	3. High Heels	100.000-400.000
Anak-Anak Pria	1. Sepatu	50.000-200.000
	2. Sandal	20.000-150.000
Anak-Anak Wanita	1. Sepatu	40.000-200.000
	2. Sandal	20.000-150.000

Sumber: Toko Sepatu Awal, 2021

Toko Sepatu Awal menawarkan berbagai produk dengan berbagai merek dan harga yang bervariasi. Beberapa produk alas kaki dengan merek ternama yang tersedia di Toko Sepatu Awal diantaranya, Bata, Homyped, New Era, Ardiles, Loggo, dan sebagainya.

Toko Sepatu Awal melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen yang datang ke toko tersebut. Toko Sepatu Awal melakukan

promosi kepada konsumennya dengan cara membagikan brosur serta melalui media sosial. Toko Sepatu Awal terletak di persimpangan yang merupakan pusat keramaian di Jeruju. Konsumen tidak mengalami kesulitan untuk datang ke Toko Sepatu Awal, dikarenakan Toko Sepatu Awal mudah untuk dijangkau dengan berbagai alat transportasi.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pihak pengelola Toko Sepatu Awal didapatkan beberapa informasi berkenaan dengan kebijakan yang dilakukan oleh Toko Sepatu Awal. Toko Sepatu Awal menyediakan produk yang bervariasi yang disesuaikan dengan kebutuhan, *gender*, dan usia konsumen. Produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, mengikuti perkembangan *trend*, serta merek yang bervariasi dan sudah dikenal masyarakat. Salah satu *service* yang diberikan Toko Sepatu Awal adalah memberikan kepada pelanggan kompensasi pengembalian barang apabila pada barang yang telah dibeli tersebut terdapat cacat produk atau *size* kurang sesuai, dengan syarat dan ketentuan yang berlaku, diantaranya : cacat produk karena produksi pabrik, barang dapat ditukar kembali dengan ketentuan maksimal 2 hari setelah pembelian, dan dapat menunjukkan bukti pembelian seperti struk/kwitansi belanja.

Untuk dapat eksis dalam persaingan industri sepatu yang semakin ketat, perusahaan harus mampu menjaga hubungan baik dengan konsumen. Hubungan yang baik antara produsen dan konsumen dalam jangka panjang akan menciptakan loyalitas konsumen pada produk atau jasa tertentu.

Loyalitas konsumen merupakan suatu komitmen untuk membeli kembali suatu barang atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang.

Kepuasan, kepercayaan, dan tingginya biaya peralihan yang harus ditanggung konsumen saat harus mengganti (beralih) pada produk atau jasa dari perusahaan akan memberikan kontribusi positif pada peningkatan loyalitas konsumen. Demikian juga halnya saat konsumen membeli produk sepatu.

Konsumen yang puas dan percaya pada satu merek sepatu memiliki kecenderungan untuk tetap loyal pada merek produk sepatu tersebut. Loyalitas konsumen tersebut akan menjadi semakin kuat/tinggi saat semakin tinggi biaya peralihan yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan merek sepatu yang baru.

Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan tersebut mereka memanfaatkan peluang-peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka untuk menguasai pasar. Penguasaan pasar merupakan salah satu tujuan dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilaksanakan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang dan mendapatkan laba semaksimal mungkin. Hal tersebut bisa tercapai bila konsumen merasa puas akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Kepuasan dan loyalitas konsumen dapat meningkatkan jumlah penjualan produk perusahaan. Jumlah penjualan pada Toko Sepatu Awal dapat dilihat pada Tabel 1.3:

Tabel 1.3
Toko Sepatu Awal
Jumlah Penjualan
Tahun 2019-2021

Tahun	Penjualan (Rp)	Turun/Naik (%)
2019	328.235.000	-
2020	335.784.000	2,29
2021	303.557.000	(9,59)

Sumber: Toko Sepatu Awal, 2021

Berdasarkan data di atas terlihat jelas bahwa penjualan toko sepatu awal mengalami peningkatan penjualan pada tahun 2020, pada tahun 2020 antara hari raya dengan masa libur pergantian tahun sekolah berdekatan sehingga meningkatkan penjualan di Toko Sepatu Awal di mana penjualan mencapai Rp 335.784.000, penjualan pada 2021 sebesar Rp. 303.557.000, mengalami penurunan hingga 9,59%, dikarenakan tahun 2021 wabah covid-19 di Indonesia masih merebak dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) diterapkan sehingga mempengaruhi daya beli masyarakat dan tentu berdampak juga bagi Toko Sepatu Awal, dari data tersebut dapat dilihat bahwa penjualan pada toko sepatu awal setiap tahunnya meningkat dan menurun. Dalam hal ini Toko Sepatu Awal dituntut untuk tetap bertahan dan meningkatkan jumlah pendapatan serta terciptanya loyalitas pelanggan.

Perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dengan apa yang dia harapkan merupakan kepuasan konsumen. Misalnya saja karyawan suatu perusahaan dapat melayani kebutuhan konsumen dengan cepat dan tepat, adanya jaminan garansi pengembalian jika

produk tersebut cacat produksi, atau ruangan toko bersih dengan suhu ruangan yang pas merupakan salah satu contoh harapan konsumen yang dapat dipenuhi sehingga memberikan kepuasan.

Menilai kepuasan konsumen dan meningkatkan harapan konsumen, sehingga dapat menjadi pelanggan yang setia. Ketika apa yang didapatkan oleh konsumen sesuai dengan harapannya, tentu konsumen akan merasa puas.

Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa yang diberikan oleh perusahaan cenderung untuk kembali menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan. Inilah yang menyebabkan kepuasan konsumen menjadi faktor penting yang dapat diterapkan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka peneliti tertarik untuk membahas tentang **“Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Toko Sepatu Awal Pontianak”**.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Toko Sepatu Awal Kota Pontianak”.

C. Pembatasan Masalah

1. Variabel kepuasan konsumen dibatasi pada indikator keandalan, *responsivitas*, jaminan, empati, dan wujud.

2. Variabel loyalitas dibatasi pada indikator melakukan pembelian secara teratur, merekomendasikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen Toko Sepatu Awal Pontianak.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat terutama bagi pihak-pihak sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Sebagai saran untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan dan mengembangkan kemampuan penulis dalam berpikir secara ilmiah.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi kepada pihak Toko Sepatu Awal dalam memberikan kepuasan dan pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas konsumen agar membeli sepatu di Toko Awal.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan masukan bagi mahasiswa yang ingin meneliti lebih dalam pada permasalahan yang sama.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Kotler dan Keller (2009:138): “Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”.

Pelanggan yang puas dengan kinerja perusahaan akan berdampak pada keputusan pembeliannya. Pelanggan yang puas akan cenderung melakukan pembelian ulang atau dapat dikatakan bahwa pelanggan tersebut akan loyal pada suatu perusahaan. Pelanggan yang loyal akan memberi keuntungan bagi perusahaan tersebut di masa yang akan datang.

Menurut Kotler dan Keller (2009:52) mengidentifikasikan lima determinan kualitas jasa sebagai berikut :

1. Keandalan, yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
2. Responsivitas, yaitu kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
3. Jaminan, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati, yaitu kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.
5. Wujud, yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138): “Loyalitas (*loyalty*) sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”.

Konsumen yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat melihat karakteristik yang dimilikinya. Griffin (2015) dalam

Sangadji dan Sopiah (2013:105) menyatakan bahwa konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :

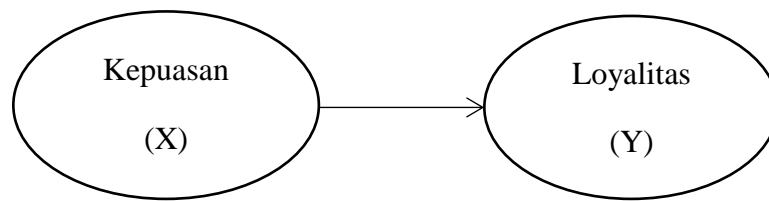
1. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*).
2. Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa (*purchases across product and service line*).
3. Merekomendasikan kepada orang lain (*refers ather*).
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing
5. (*demonstrates on immunity to the full of the competition*)

Adapun penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rohana(2019) berjudul “Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Sepatu X di Medan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Himawati *et al*, (2017) berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Sepatu NIKE di Surabaya”, hasil penelitian menunjukkan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 49,84 %. Disimpulkan bahawa kepuasan pelanggan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun secara simultan.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis ini dalam penelitian ini adalah metode asosiatif. Menurut Siregar (2017:15): “Penelitian asosiatif/hubungan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut Siregar (2017:37): “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara sebagai berikut :

1) Observasi

Menurut Siregar (2017:42): ”Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut”. Penulis melakukan observasi yaitu dengan cara pengamatan secara

langsung terhadap objek penelitian yaitu Toko Sepatu Awal guna memperoleh gambaran tentang yaitu Toko Sepatu Awal.

2) Wawancara

Menurut Siregar (2017:40): "Wawancara adalah proses memperoleh keterangan/data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden". Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak pengelola dan konsumen yaitu Toko Sepatu Awal Pontianak untuk memperoleh informasi atau data yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

3) Kuesioner (Angket)

Menurut Siregar (2017:44): "Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi, yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau sistem yang sudah ada". Kuesioner akan dibagikan kepada konsumen yaitu Toko Sepatu Awal yang merupakan responden dalam penelitian ini.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2017:16): "Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya". Data sekunder dalam penelitian ini yaitu informasi yang diperoleh dari laporan perusahaan yang erat kaitannya dengan

permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu daftar harga, data penjualan dan laporan laba rugi perusahaan.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Siregar (2017:56): “Populasi penelitian merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Toko Sepatu Awal.

b. Sampel

Menurut Siregar (2017:56): “Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data, di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi”.

Menurut Sugiyono (2017:90-91): “Roscoe dalam buku *Research Methods for Business* (1982:253) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini, ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500”.

Dalam penelitian ini penulis menentukan jumlah anggota sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2017:85): “*Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

Pertimbangan dalam penentuan sampel adalah sebagai berikut :

- a) Responden adalah penduduk Kota Pontianak.
- b) Responden yang lebih dari satu kali berbelanja di Toko Sepatu Awal Pontianak.
- c) Responden berusia minimal 18 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".

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

a. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2017:39): "Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat". Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kepuasan (X1).

b. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2017:39): "Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya

variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Konsumen (Y).

5. Skala Pengukuran

Untuk mengukur variabel penelitian, peneliti menggunakan skala Likert. Menurut Siregar (2017:50): ”Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu”. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator, dan dari indikator dijabarkan menjadi subindikator yang dapat diukur. Akhirnya subindikator dapat dijadikan tolak ukur untuk membuat suatu pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 1.4
Alternatif Jawaban Responden

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
---------------------------	---

6. Analisis Data

a. Uji Instrumen

Menurut Siregar (2017:75): "Instrumen penelitian adalah suatu yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama". Uji instrumen yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:75): "Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*)".

Adapun teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi *Product Moment Pearson*, yaitu dengan mengkorelasikan antara skor item pernyataan atau pertanyaan dengan total skor item pernyataan atau pertanyaan.

Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas konstruk dengan teknik *product moment*, yaitu:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber : Siregar (2017:77)

Keterangan:

n = jumlah responden x = skor variabel

(jawaban responden) y = skor total dari variabel

untuk responden ke- n

Menurut Siregar (2017:77):

Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila :

- a) Koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 (Azwar, 1992; Soegiyono, 1999).
- b) Koefisien korelasi *product moment* $>$ r-tabel (α ; $n - 2$) n = jumlah sampel.
- c) Nilai $\text{sig} \leq \alpha$.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:87): "Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran data dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula".

Adapun teknik yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah teknik *alpha cronbach*. Menurut Siregar (2017:90): "Kriteria suatu instrument dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas $r_{11} > 0,6$.

b. Uji Asumsi Dasar

Menurut Siregar (2017:153): "Uji asumsi dasar digunakan untuk mengetahui pola dan varian serta kelinieritasan dari suatu populasi (data)". Uji asumsi dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) 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 dalam penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Menurut Siregar (2017:167), kriteria pengujian yang diambil berdasarkan probabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas (sig) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b. Jika probabilitas (sig) $\leq 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

2) Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Syofian Siregar (2017:379): "Regresi linear sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*)". Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel *dependent* dengan variabel *independent* dan untuk memprediksi nilai dari variabel *dependent* apabila variabel *independent* mengalami kenaikan atau penurunan. Rumus regresi linier sederhana adalah sebagai berikut :

$$y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (loyalitas konsumen)

a = Konstanta (nilai Y apabila $X=0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X = Variabel bebas (kepuasan konsumen)

3) Koefisien Korelasi

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”.

Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel, digunakan kriteria sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 1.5:

Tabel 1.5 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No.	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1.	0,00 – 0,199	Sangat lemah
2.	0,20 – 0,399	Lemah
3.	0,40 – 0,599	Cukup
4.	0,60 – 0,799	Kuat
5.	0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Siregar (2017:337)

4) Koefisien Determinasi

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)”.

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas, sebaliknya nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

5) Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Priyatno (2013:81): “Uji kelayakan model (F) pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak”. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi loyalitas konsumen yang di pengaruhi oleh kepuasan. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_o ditolak atau model regresi linear sederhana tersebut dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kepuasan. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_o diterima artinya model regresi linear sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kepuasan. Taraf signifikansi yang digunakan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

- 1) Jika $sig > \alpha (0,05)$, maka H_o diterima dan H_a ditolak
- 2) Jika $sig < \alpha (0,05)$, maka H_o ditolak dan H_a diterima

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagaiberikut :

Ho = Model regresi linear sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kepuasan konsumen.

Ha = Model regresi linear sederhana dapat digunakan memprediksi loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kepuasan konsumen.

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 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang berbelanja di Toko Sepatu Awal Pontianak adalah wanita, berumur 26–30 tahun, berpendidikan sekolah menengah atas (SMA), berpendapatan perbulan antara Rp. 2.000.000 sampai dengan Rp.2.999.000, dan berstatus menikah.
2. Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan adalah sebagai berikut: Model persamaan regresi konstanta $a = 16,520$ artinya jika kepuasan bernilai 0, maka loyalitas konsumen berbelanja di Toko Sepatu Awal Pontianak bernilai 16,520. Nilai koefisien regresi $b = 0,191$, artinya jika nilai variabel kepuasan meningkat sebesar satu satuan maka nilai loyalitas konsumen yang berbelanja pada Toko Sepatu Awal Pontianak meningkat sebesar 0,191.
3. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kepuasan dengan loyalitas konsumen berbelanja di Toko Sepatu Awal.
4. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebanyak 12,1% keputusan berbelanja di Toko Sepatu Awal Pontianak dipengaruhi oleh

kepuasan dan sisanya sebesar 87,9% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain di luar model atau penelitian ini.

5. Hasil uji kelayakan model dengan nilai F hitung $13,461 > F$ tabel 3,94 serta memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen berbelanja di Toko Sepatu Awal Pontianak dipengaruhi oleh kepuasan.

B.Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Perusahaan harus tetap mempertahankan harga yang pas dengan kualitas produk yang bagus.
2. Toko Sepatu Awal Pontianak hendaknya lebih melengkapi lagi jenis (variasi) produknya pada setiap merek serta ketersediaan berbagai ukuran produk dan jumlah produk yang memadai. Keragaman produk yang lengkap akan menambah konsumen yakin akan ketersediaan produk yang terdapat di Toko Sepatu Awal Pontianak, hingga konsumen merasa puas berbelanja di Toko Sepatu Awal.
3. Perusahaan juga harus meningkatkan promosi baik dari media sosial ataupun yang lainnya, agar Toko Sepatu Awal dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan dapat meningkatkan penjualan serta perusahaan bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar lagi.

4. Toko sepatu awal harus selalu siap jika mengalami keluhan dari konsumen.
5. Toko sepatu awal harus lebih sering melakukan promo diskon kepada konsumen disaat hari besar seperti hari raya.

DAFTAR PUSTAKA

- Himawati, Ulya et al. 2017. Pengaruh citra merek, Kepercayaan merek, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap loyalitas merek sepatu NIKE di Surabaya. *Economic Education Analysis Journal*. Vol.6, 865–876.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV. ALVABETA, Bandung.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13* Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Ma'ruf, Hendri. 2018. Pemasaran Ritel. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta..
- Rohana, Tulus. 2020. *Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 8, 28–32.
- Sangadji, Etta Mamang. & Sopiah. 2018. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. PT. Bumi Aksara, Jakarta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV ALVABETA, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa*. CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Widhiarso, Wahyu. 2010. *Uji Linieritas Hubungan*. Manuskrip. Fakultas Psikologi UGM.

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN**A. Pengantar** Dengan

Hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Membeli Sepatu Di Toko Sepatu Awal Pontianak**”, saya mohon dengan segala kerendahan hati kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu membantu saya mengisi daftar pertanyaan (kuesioner) yang diajukan dengan sebenarbenarnya.

Penyusunan skripsi ini digunakan untuk memenuhi syarat yang telah ditentukan untuk memperoleh gelar Sarjana (SE) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak. Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

B. Identitas Peneliti

Nama : Cecep Gunawan
NIM : 161310081
Program studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan tinggi : Universitas Muhammadiyah Pontianak

C. Identitas Responden

Nama :
Jenis kelamin :
Usia :
Pendidikan Terakhir :
Penghasilan :

Status Perkawinan :
Frekuensi Kunjungan per
Tahun :

D.Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda checklist (\checkmark) atau silang (X) pada pilihan jawaban yang anda anggap sesuai dengan yang anda rasakan.
2. Mohon anda mengisi sesuai dengan apa yang anda alami karena hal ini akan sangat membantu penulis dalam memperoleh data yang akurat.
3. Pilihan jawaban adalah sebagai berikut:
4. Pilihan jawaban kepuasan konsumen:
Sangat Puas : SP
Puas : P
Kurang Puas : KP
Tidak Puas : TP
Sangat Tidak Puas : STP
5. Pilihan jawaban loyalitas konsumen:
Sangat Setuju : SS
Setuju : S
Kurang Setuju : KS
Tidak Setuju : TS
Sangat Tidak Setuju : STS

E. Daftar Pertanyaan

No.	Kepuasan Konsumen (X)	Alternatif Jawaban				
		SP	P	KP	TP	STP
A.	Keandalan					
1.	Kemudahan konsumen dalam membeli sepatu di Toko Sepatu Awal Pontianak.					
2.	Karyawan tepat waktu dalam bekerja.					
3.	Ketelitian dan kecepatan karyawan dalam memberikan info harga kepada konsumen.					
4.	Sepatu yang dijual sangat sesuai dengan keinginan konsumen.					
B.	Daya Tanggap					
5.	Karyawan melayani dengan cepat dan tanggap dalam menerima keluhan konsumen.					
6.	Karyawan cepat tanggap jika terjadi permasalahan.					
7.	Karyawan selalu sigap dalam menangani keluhan konsumen.					
8.	Karyawan selalu mengutamakan kepentingan konsumen.					
C.	Jaminan					
9.	Toko Sepatu Awal Pontianak memiliki kemampuan yang baik untuk menanggapi masalah yang timbul.					
10.	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik akan jasa penjualan sepatu yang diberikan.					
11.	Garansi atas keamanan sepatu setelah pembelian.					

No.	Loyalitas Konsumen (Y)	Alternatif Jawaban				
A.	Melakukan Pembelian Ulang Secara Teratur	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya akan kembali konsisten menggunakan produk yang ada di Toko Sepatu Awal.					
2.	Saya selalu membeli produk yang lain juga.					
3.	Saya selalu membeli produk yang sama.					
B.	Merekomendasikan Kepada Orang lain					
4.	Saya akan merekomendasikan Toko Sepatu Awal kepada orang lain.					
5.	Saya akan mengajak orang lain/keluarga saya untuk membeli produk di Toko Sepatu Awal.					
C.	Menunjukkan Kekebalan dari Daya Tarik Produk Sejenis dari Pesaing					
6.	Saya tidak tertarik dengan toko sepatu lain selain Toko Sepatu Awal.					
7.	Saya senang berkunjung ke Toko Sepatu Awal.					

LAMPIRAN 2

Data Responden Toko Sepatu Awal Pontianak

N O	NAMA	JENIS KELAM IN	USIA	PENDIDIK AN	PEKERJA AN	PENGHASIL AN	STATUS PERKAWIN AN	PREKUEN SI KUNJUNG AN
1	Kamsida	Laki - Laki	28	SMA	Swasta	2.500.000	Belum Kawin	3
2	Masri	Perempu an	38	S1	Wirausaha	5.000.000	Kawin	5
3	Rudi Hartono	Laki - Laki	39	SMA	Swasta	1.500.000	Kawin	3
4	Yuniarti	Perempu an	41	SMA	Swasta	2.000.000	Kawin	5
5	Fauzi	Laki - Laki	33	SMA	Swasta	3.500.000	Kawin	2
6	Misdawat i	Laki - Laki	46	SMP	Buruh	3.000.000	Kawin	2
7	Divoh	Laki - Laki	48	SMA	Buruh	2.000.000	Kawin	3
8	Suryadi	Laki - Laki	30	SMP	Buruh	2.000.000	Kawin	4
9	Alfian	Laki - Laki	25	SMP	Swasta	3.500.000	Kawin	3
10	Sunindri	Perempu an	24	SMA	Swasta	3.000.000	Belum Kawin	3
11	Septy	Perempu an	28	SMA	Swasta	3.300.000	Kawin	6
12	Martini	Perempu an	29	SMA	Swasta	3.500.000	Kawin	2
13	Ismail Kadir	Laki - Laki	26	SMA	Wiraushaa	3.000.000	Kawin	3
14	Maryana	Perempu an	29	SMK	Wirausaha	4.000.000	Kawin	3
15	Junaidi	Laki - Laki	31	SMK	Swasta	2.000.000	Kawin	3
16	Jimi Supiandi	Laki - Laki	28	SMK	Swasta	3.750.000	Belum Kawin	3
17	Suliyansy ah	Laki - Laki	40	D3	Swasta	3.200.000	Kawin	3
18	Yanto	Laki - Laki	30	SMA	Swasta	2.500.000	Kawin	3
19	Ardiman	Laki - Laki	39	SMP	Buruh	2.800.000	Kawin	2
20	Rosita	Perempu an	25	D3	Swasta	2.100.000	Belum Kawin	2
21	Hamdani Idris	Laki - Laki	35	SMA	Buruh	2.500.000	Kawin	3
22	Usman	Laki - Laki	45	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	2
23	Erdwin	Laki - Laki	29	SMA	Swasta	2.500.000	Belum Kawin	2
24	Yohanes	Laki - Laki	32	SMA	Wirausaha	5.000.000	Kawin	2
25	Hendra	Laki - Laki	25	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	3
26	Rudi Hermawa n	Laki - Laki	38	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	4
27	Mizah	Perempu an	20	SMA	Swasta	1.800.000	Belum Kawin	5
28	Suluwati	Perempu an	20	SMA	Swasta	1.800.000	Kawin	3

29	Juliyanti	Perempuan	62	SMA	IRT	-	Kawin	3
30	Ernawati	Perempuan	39	S1	PNS	4.000.000	Kawin	3
31	Hermansyah	Laki - Laki	37	SMA	Buruh	2.800.000	Kawin	2
32	Suryansyah	Laki - Laki	36	SMA	Buruh	2.000.000	Kawin	2
33	Edi Kusuma	Laki - Laki	39	S1	Swasta	4.000.000	Kawin	2
34	Fahmi	Laki - Laki	30	D3	BUMN	7.500.000	Kawin	2
35	Rini Oktaviani	Perempuan	31	SMA	Swasta	3.200.000	Kawin	3
36	Siti Masdah	Perempuan	48	SMP	IRT	-	Kawin	3
37	Annisa Nurcahya	Perempuan	24	SMA	Swasta	2.280.000	Kawin	3
38	Basmawati	Perempuan	37	SMA	IRT	-	Kawin	4
39	Arista Widawara	Perempuan	29	SMA	Swasta	2.600.000	Kawin	1
40	Nur Azmi Wijayanti	Perempuan	19	SMA	Mahasiswa	-	Kawin	2
41	Aini	Perempuan	34	S1	Swasta	5.000.000	Kawin	2
42	Maya Sari	Perempuan	20	SMA	Swasta	2.500.000	Belum Kawin	2
43	Pia Aprilia	Laki - Laki	20	SMA	Mahasiswa	-	Belum Kawin	2
44	Ahmad	Laki - Laki	44	S1	BUMN	5.000.000	Kawin	2
45	Dela Kurniawani	Perempuan	18	SMA	Mahasiswa	-	Belum Kawin	2
46	Karya Putra	Laki - Laki	37	SMA	Wirausaha	4.000.000	Kawin	3
47	Novi Safitri	Perempuan	32	SMA	Swasta	2.500.000	Kawin	3
48	Andina Suryani	Perempuan	33	SMA	Swasta	2.500.000	Kawin	2
49	Uli	Perempuan	33	D3	Swasta	3.000.000	Belum Kawin	3
50	Indri Putri	Perempuan	23	SMA	Swasta	1.800.000	Kawin	2
51	Upik	Perempuan	44	SMA	IRT	-	Kawin	5
52	Ratna	Perempuan	27	SMA	Swasta	2.200.000	Kawin	3
53	Rendi Azhari	Laki - Laki	35	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	3
54	Aditya Putra Pratama	Laki - Laki	22	SMA	Swasta	2.200.000	Belum Kawin	2
55	Vivi	Perempuan	27	SMA	Swasta	2.300.000	Kawin	2
56	Lutfi	Perempuan	23	SMK	Swasta	2.500.000	Belum Kawin	2
57	Apriliawati	Perempuan	35	SMA	Swasta	2.300.000	Kawin	2
58	Lilis	Perempuan	24	SMP	Swasta	1.300.000	Kawin	2

59	Heni	Perempuan	31	D3	Swasta	3.000.000	Kawin	2
60	Agustin Inayah	Perempuan	44	SMP	IRT	-	Kawin	2

61	Zainab	Perempuan	36	SMP	Swasta	1.500.000	Kawin	4
62	Daryanto	Laki Laki	48	SMK	Swasta	3.000.000	Kawin	3
63	Wulandari	Perempuan	33	SMA	PNS	2.500.000	Kawin	3
64	Melisa	Perempuan	29	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	3
65	Icha	Perempuan	38	SMA	Swasta	2.500.000	Kawin	5
66	David	Laki Laki	30	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	3
67	Wahyu Hidayat	Laki Laki	28	SMA	Swasta	2.400.000	Belum Kawin	3
68	Desi	Perempuan	27	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	3
69	Nur Frimansyah	Laki Laki	20	SMA	Mahasiswa	-	Belum Kawin	2
70	Elvi Susanti	Perempuan	39	SMA	PNS	2.500.000	Kawin	2
71	Fatimah	Perempuan	49	SMP	IRT	-	Kawin	2
72	Maryam	Perempuan	39	SMP	IRT	-	Kawin	3
73	M. Arifin	Laki Laki	37	S1	Swasta	3.500.000	Kawin	2
74	Dahlia	Perempuan	33	SMA	Swasta	2.800.000	Kawin	3
75	Septi Oktavia	Perempuan	26	SMA	Swasta	2.500.000	Belum Kawin	3
76	Dwi Zultiansyah	Laki Laki	28	SMA	Swasta	3.000.000	Belum Kawin	2
77	Anggraini	Perempuan	22	SMK	Swasta	2.300.000	Belum Kawin	2
78	Umar	Laki Laki	22	SMA	Swasta	1.500.000	Belum Kawin	2
79	Sri Winarsih	Perempuan	37	SMA	Swasta	2.800.000	Kawin	3
80	Reza Imam Pratama	Laki Laki	39	S1	Wirausaha	3.000.000	Kawin	2
81	Nurhijah	Perempuan	37	D3	Wirausaha	4.000.000	Kawin	3
82	Amir	Laki Laki	54	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	2
83	Eva Ningsih	Perempuan	40	SMA	IRT	-	Kawin	3
84	Annisa	Perempuan	23	SMA	Mahasiswa	-	Belum Kawin	2
85	Dian Ayu Pratiwi	Perempuan	23	SMA	Swasta	1.500.000	Belum Kawin	2
86	Mulyadi	Laki Laki	44	S1	Wirausaha	5.000.000	Kawin	2
87	Rafeah	Perempuan	34	SMA	Swasta	3.500.000	Kawin	3
88	Anggi Safitri	Perempuan	27	SMA	Swasta	2.500.000	Kawin	4
89	Anggelia	Perempuan	22	SMA	Swasta	3.000.000	Belum Kawin	3

90	Iskandar	Laki Laki -	28	SMA	Swasta	2.500.000	Belum Kawin	1
91	Rita Suswanti	Perempu an	42	S1	PNS	5.000.000	Kawin	3
92	Anggi	Laki Laki -	28	D3	Wirasaha	5.000.000	Kawin	3
93	Yulianti	Perempu an	45	SMA	Swasta	2.600.000	Kawin	5
94	Rosmawa ti	Perempu an	29	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	2
95	Aditya Saputra	Laki Laki -	45	D3	Wirasaha	4.000.000	Kawin	2
96	Zainal	Laki Laki -	38	D3	Swasta	4.500.000	Kawin	2
97	Rushna	Perempu an	30	SMA	Wirasaha	6.000.000	Kawin	3
98	Heriyans yha	Laki Laki -	38	SMA	Swasta	2.700.000	Kawin	2
99	Helmi	Laki Laki -	41	SMA	Swasta	4.500.000	Kawin	3
100	Bayu Anggara	Laki Laki -	35	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	3

LAMPIRAN 3

Kepuasan Konsumen (X)

No	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	X.13	X.14	X.15	X.16	X.Total	X.Rata
1	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	73	4,56
2	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	72	4,50
3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	2	4	5	4	5	68	4,25
4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	73	4,56
5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	69	4,31
6	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	70	4,38
7	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	72	4,50
8	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	72	4,50
9	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	74	4,63
10	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	72	4,50

11	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	73	4,56
12	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	74	4,63
13	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	71	4,44
14	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	73	4,56
15	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	74	4,63
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	66	4,13
17	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	4,06
18	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	73	4,56
19	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	73	4,56
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	75	4,69
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4,00

22	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66	4,13
23	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	69	4,31
24	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	68	4,25

25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	69	4,31
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	63	3,94
27	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	69	4,31
28	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65	4,06
29	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	65	4,06
30	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	66	4,13
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	66	4,13
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	5	62	3,88
33	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	64	4,00
34	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	71	4,44
35	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	69	4,31
36	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	72	4,50
37	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	69	4,31
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	69	4,31
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	70	4,38
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	65	4,06
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	63	3,94
42	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	70	4,38
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	63	3,94
44	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	70	4,38
45	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	75	4,69

66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	66	4,13
67	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	75	4,69
68	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	3,88
69	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	73	4,56
70	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	2	4	4	4	5	72	4,50
71	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	3	5	74	4,63

72	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	65	4,06	
73	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	78	4,88	
74	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	73	4,56	
75	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	69	4,31	
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	5,00	
77	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	71	4,44	
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	78	4,88	
79	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	70	4,38	
80	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	75	4,69	
81	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	75	4,69	
82	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	71	4,44	
83	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	4,69	
84	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	67	4,19	
85	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	66	4,13	
86	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	72	4,50	
87	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	2	4	67	4,19

88	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	72	4,50
89	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	70	4,38
90	4	5	4	4	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	5	5	67	4,19
91	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	70	4,38
92	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	69	4,31
93	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	72	4,50
94	3	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	58	3,63
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	5,00
96	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	59	3,69
97	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	59	3,69
98	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	73	4,56
99	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	71	4,44
100	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	2	3	4	5	4	66	4,13
Xt	439	432	433	444	428	448	433	433	437	430	435	419	425	431	418	453		
Xr	4,39	4,32	4,33	4,44	4,28	4,48	4,33	4,33	4,37	4,30	4,35	4,19	4,25	4,31	4,18	4,53		

LAMPRAN 4
Loyalitas Konsumen (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.Total	Y.Rata
1	5	5	5	5	4	5	5	34	4,86
2	5	5	5	5	4	3	3	30	4,29
3	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00
4	5	5	5	5	5	5	4	34	4,86
5	4	4	4	4	3	4	3	26	3,71
6	4	4	4	4	4	4	3	27	3,86
7	5	5	5	5	3	4	3	30	4,29
8	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00
9	4	4	4	4	4	4	3	27	3,86
10	4	5	5	5	4	4	4	31	4,43
11	5	5	5	5	4	4	4	32	4,57
12	4	4	5	4	4	4	5	30	4,29
13	4	4	4	4	4	4	3	27	3,86
14	4	5	4	5	5	5	5	33	4,71
15	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00
16	4	4	4	5	5	5	4	31	4,43
17	4	4	4	4	4	4	3	27	3,86
18	4	4	4	4	4	4	3	27	3,86
18	5	5	5	5	4	4	4	32	4,57
20	4	4	4	4	4	4	3	27	3,86
21	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00
22	5	5	5	4	4	4	4	31	4,43
23	4	4	4	4	5	5	5	31	4,43
24	4	4	4	4	5	5	5	31	4,43
25	4	4	5	4	4	5	5	31	4,43
26	4	4	4	4	5	5	5	31	4,43
27	4	4	4	5	4	5	4	30	4,29
28	4	4	5	4	4	4	4	29	4,14
29	4	4	4	4	5	5	5	31	4,43
30	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00
31	3	4	4	5	4	3	3	26	3,71

67	5	5	5	5	4	5	4	33	4,71
68	4	4	4	5	4	4	4	29	4,14
69	5	4	4	4	5	4	4	30	4,29
70	5	5	4	4	5	4	4	31	4,43
71	5	5	5	5	4	3	3	30	4,29
72	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00
73	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00
74	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00
75	4	4	4	4	5	4	4	29	4,14
76	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00
77	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00
78	4	5	5	5	5	5	5	34	4,86
79	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00
80	5	5	5	5	4	4	3	31	4,43
81	4	4	4	4	3	4	4	27	3,86
82	5	5	4	5	5	5	4	33	4,71
83	4	4	5	4	5	4	4	30	4,29
84	4	4	5	5	4	4	5	31	4,43
85	4	4	4	4	5	5	5	31	4,43
86	4	4	4	4	5	4	4	29	4,14
87	5	5	4	4	4	3	4	29	4,14
88	3	4	4	4	4	4	4	27	3,86
89	4	4	4	3	4	4	3	26	3,71
90	5	4	4	4	4	4	4	29	4,14
91	4	4	4	5	5	5	5	32	4,57
92	4	4	3	2	5	3	5	26	3,71
93	5	4	4	5	4	4	4	30	4,29
94	5	4	4	4	3	2	4	26	3,71
95	5	5	5	5	4	4	5	33	4,71
96	5	5	4	5	4	4	4	31	4,43
97	5	5	5	5	4	5	5	34	4,86
98	5	5	4	4	5	5	5	33	4,71
99	5	5	5	5	4	4	4	32	4,57
100	5	5	5	4	4	4	4	31	4,43
X1t	430	432	432	435	419	423	406		
X1r	4,3	4,32	4,32	4,35	4,19	4,23	4,06		

X_16	Pearson Correlation	.009	.200*	.017	.022	.108	-.048	.019	.222*	.146	.003	.086	.157	.086	.308**	.147	1	.292**
	Sig. (2-tailed)	.926	.046	.868	.827	.286	.633	.852	.026	.146	.975	.396	.119	.392	.002	.145		.003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X_TO TAL	Pearson Correlation	.574**	.598**	.526**	.439**	.533**	.498**	.615**	.749**	.544**	.542**	.562**	.554**	.597**	.605**	.507**	.292**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	
	N	100	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 (Y)

Correlations

	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_TOTAL
Y_1								
Pearson Correlation	1	.789**	.510**	.486**	.094	.127	.260**	.677**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.350	.209	.009	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_2								
Pearson Correlation	.789**	1	.597**	.602**	.128	.199*	.235*	.731**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.204	.047	.018	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_3								
Pearson Correlation	.510**	.597**	1	.647**	.060	.259**	.226*	.680**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.551	.009	.024	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_4								
Pearson Correlation	.486**	.602**	.647**	1	.065	.330**	.146	.680**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.518	.001	.146	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_5								
Pearson Correlation	.094	.128	.060	.065	1	.401**	.517**	.532**
Sig. (2-tailed)	.350	.204	.551	.518		.000	.000	.000

N		100	100	100	100	100	100	100	100
Y_6	Pearson Correlation	.127	.199*	.259**	.330**	.401**	1	.529**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.209	.047	.009	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_7	Pearson Correlation	.260**	.235*	.226*	.146	.517**	.529**	1	.677**
	Sig. (2-tailed)	.009	.018	.024	.146	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_TOTAL	Pearson Correlation	.677**	.731**	.680**	.680**	.532**	.639**	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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 7

Hasil Uji Analisis Data

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan (X) dan Loyalitas (Y)

Variabel Kepuasan (X)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.837	16

Variabel Loyalitas (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.774	7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.49639561
		.066
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		.659
Asymp. Sig. (2-tailed)		.777

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Uji Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.520	3.620		4.563	.000
	KEPUASAN	.191	.052	.348	3.669	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.348 ^a	.121	.112	2.509

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.743	1	84.743	13.461	.000 ^a
	Residual	616.967	98	6.296		
	Total	701.710	99			

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS