

**PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
MENGUNAKAN TRAVEL CV. ALAM PERKASA GROUP  
RUTE SANDAI - PONTIANAK**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**DITA AFRILA  
NIM. 181310058**



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

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga pembuatan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Travel CV Alam Perkasa Group Rute Sandai - Pontianak”** ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak dan sekaligus untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Selama proses penyelesaian penulisan skripsi ini banyak pihak yang terlibat dalam memberikan bantuan tenaga, pemikiran baik moral maupun materil. Oleh karena itu peneliti pada kesempatan ini dengan kerendahan hati menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, S.T, M.Eng selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Dedi Hariyanto, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
3. Ibu Heni Safitri, SE, MM selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
4. Ibu Neni Triana M, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
5. Bapak Dr. H. Helman Fachri, SE, MM selaku dosen pembimbing utama yang rela meluangkan waktunya dan dengan penuh kesabaran memeriksa dan memberikan saran atas penulisan skripsi ini.

6. Bapak Sukardi, SE, MM selaku pembimbing kedua yang telah memberikan motivasi dan dukungan bagi peneliti serta memberikan saran dan masukan bagi peneliti dalam penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir.
7. Bapak Samsuddin, SE, M.Si selaku pembimbing akademik peneliti.
8. Bapak dan Ibu Dosen serta Seluruh Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
9. Bapak Imam Syibawaihi selaku pemilik travel CV Alam Perkasa Group yang telah memberikan izin bagi peneliti untuk melakukan penelitian di tempat usahanya.
10. Orang tua, keluarga dan sahabat tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat serta doa untuk kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini serta adik, kerabat yang telah mendukung penelitian ini.
11. Bapak/Ibu/Saudara/i responden yang telah membantu peneliti dalam memperoleh data penelitian.
12. Semua pihak yang ikut terlibat dalam proses pembuatan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu di sini.

Peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat dikemudian hari. Peneliti juga berusaha sebaik mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini namun tidak menutup kemungkinan adanya kekurangan baik isi maupun sistematika penulisan skripsi ini. Oleh karenanya kritik dan saran yang membangun senantiasa peneliti harapkan. Akhir kata peneliti ucapkan terimakasih.

Pontianak, 2022

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan travel CV Alam Perkasa Group rute Sandai-Pontianak. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa travel CV Alam Perkasa Group dengan sampel berjumlah 100 orang pelanggan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi (R), koefisien determinasi R<sup>2</sup>, dan uji kelayakan model.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan persamaan regresi yaitu  $Y = 0,891 + 0,742X$ . Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,508, artinya antara kepuasan dan loyalitas pelanggan mempunyai hubungan yang sedang. Hasil analisis koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa besarnya nilai R *square* adalah 0,258. Hal ini berarti bahwa 25,8% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan dan sisanya sebesar 74,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Dari hasil uji kelayakan model (Uji F), diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 34,063 lebih besar dari F tabel 3,94 dengan nilai signifikan (sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak, artinya model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci: Kepuasan, Loyalitas Pelanggan, Jasa Travel CV Alam Perkasa Group**

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan.....	9
C. Pembatasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	10
F. Kerangka Penelitian.....	11
G. Metode Penelitian.....	13
1. Jenis Penelitian.....	13
2. Teknik Pengumpulan Data.....	14
3. Populasi dan Sampel.....	15
4. Variabel Penelitian.....	17
5. Skala Pengukuran.....	18
6. Teknik Analisis Data.....	19

<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI</b>	
	A. Pemasaran .....	25
	B. Kepuasan Pelanggan .....	27
	C. Loyalitas Pelanggan .....	29
	D. Hubungan Antara Kepuasan dan Loyalitas .....	30
<b>BAB III</b>	<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
	A. Sejarah Singkat CV Alam Perkasa Group .....	32
	B. Visi dan Misi CV Alam Perkasa Group.....	32
	C. Jadwal Keberangkatan CV Alam Perkasa Group .....	33
	D. Sarana dan Prasarana .....	34
	E. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	35
	E. Program CV Alam Perkasa Group .....	38
	F. Karyawan dan Keuangan CV Alam Perkasa Group .....	39
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Karakteristik Responden .....	42
	B. Uji Instrumen .....	46
	C. Alat Analisis.....	50
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	A. Kesimpulan.....	54
	B. Saran .....	55
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Ketapang daftar Perusahaan Resmi Angkutan .....	
Tabel 1.2	Jenis Kendaraan, Kapasitas Penumpang dan Jumlah Kendaraan CV Alama Perkasa Group.....	3
Tabel 1.3	Daftar Harga Jenis Armada CV Alam Perkasa Group.....	4
Tabel 1.4	Data Pendapatan tahun 2018-2020 .....	5
Tabel 1.5	Hasil Pendapatan 2018-2020.....	7
Tabel 1.6	Keluhan Konsumen.....	8
Tabel 1.7	Alternatif Jawaban Responden.....	19
Tabel 1.8	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan.....	22
Tabel 3.1	Jadwal Keberangkatan Tahun 2020 .....	33
Tabel 3.2	Sarana dan Prasarana Tahun 2020 .....	34
Tabel 4.1	Usia Respoden.....	42
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4.3	Pendidikan Responden.....	43
Tabel 4.4	Pekerjaan Respoden.....	44
Tabel 4.5	Pendapatan Responden.....	45
Tabel 4.6	Status Perkawinan Responden.....	45
Tabel 4.7	Frekwensi Penggunaan Responden.....	46
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan.....	47
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas.....	48
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	48

Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	50
Tabel 4.13	Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi (r) .....	51
Tabel 4.14	Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R) .....	52
Tabel 4.15	Hasil Uji Kelayakan Model.....	52



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran.....	14
Gambar 3.1	Struktur Organisasi.....	35

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Kuesioner.....	57
Lampiran 2	Daftar Nama Responden .....	61
Lampiran 3	Tabulasi Nilai Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan....	63
Lampiran 4	Tabulasi Nilai Jawaban Responden untuk Variabel Loyalitas.....	66
Lampiran 5	Uji Validitas Variabel X( Variabel Kepuasan) .....	69
Lampiran 6	Uji Validitas Variabel Y ( Variabel Loyalitas).....	72
Lampiran 7	Uji Reliabilitas Variabel X .....	74
Lampiran 8	Uji Reliabilitas Variabel Y .....	75
Lampiran 9	Uji Normalitas.....	76
Lampiran 10	Alat Analisis .....	77

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada saat ini, perkembangan jaman semakin pesat salah satunya dibidang transportasi. Transportasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia karena transportasi berkontribusi besar pada kehidupan dalam kaitannya dengan aktivitas manusia sehari-hari. Di kehidupan sekarang, kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat lebih banyak dan semakin beragam jenisnya. Untuk menunjang berbagai aktivitas tersebut transportasi memainkan peranannya untuk menunjang kebutuhan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain. Dengan adanya transportasi maka masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai daerah baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh yang umumnya tidak dapat ditempuh dengan berjalan kaki.

Perkembangan di bidang transportasi menjadikan berbagai industri pelayanan jasa transportasi umum semakin berkembang di Indonesia. Bagi masyarakat yang ingin pergi dari satu tempat ke tempat lain untuk melakukan kegiatan tertentu tanpa menggunakan transportasi pribadi maka jasa transportasi umum atau biro perjalanan (travel) menjadi sarana transportasi pilihan. Travel dianggap sebagai salah satu cara transportasi antar daerah yang lebih nyaman dibanding dengan kereta atau bus karena tidak harus berdesakan atau berdiri sepanjang perjalanan seperti yang biasa terjadi pada transportasi kereta atau bus.

Dengan meningkatnya mobilitas masyarakat maka bisnis biro perjalanan (travel) semakin marak di berbagai daerah di Kalimantan Barat khususnya di kabupaten Ketapang. Berbagai pelaku bisnis jasa ini kemudian bersaing untuk dapat menarik konsumen menggunakan jasa travel masing-masing. Dalam menarik konsumen, pemilik bisnis berusaha sebaik mungkin memberikan segala yang terbaik untuk memenuhi kepuasan konsumen.

CV Alam Perkasa Group merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa biro perjalanan (travel) yang berdiri di Kecamatan Sandai Kabupaten Ketapang, Kalimantan Barat. Dengan banyaknya usaha yang bergerak dibidang jasa transportasi saat ini, merupakan satu bentuk persaingan didalam industri jasa transportasi darat di Kalimantan Barat khususnya trayek Pontianak-Sandai.

Berikut ini dapat dilihat perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi taksi di Kecamatan Sandai dengan rute Pontianak-Sandai.

**Tabel 1.1**  
**Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu**  
**Kabupaten Ketapang**  
**Daftar Perusahaan Resmi Angkutan**  
**Tahun 2021**

Nama Perusahaan	Jurusan	Alamat Perusahaan
CV Bos O Trans	Ketapang-Sandai Sandai-Pontianak	Jl. Serdam, Komplek Pondok Agung Utama.
CV Dani Travel	Sandai-Pontianak	Dsn. Tngga Tanah, RT. 4, RW 2.Desasandai Kiri, Kec. Sandai.
CV Aneka Pratama	Ketapang – Tayap Tayap – Pontianak	Jl. Ampera Raya, Komplek Darussalam Sejahtera.
CV Adam Group Transport	Sandai –Pontianak	Sungai Kinjil, Jl Martadinata, Ketapang
CV BPA Transport	Ketapang-Pontianak	Jl. Istana Raya, Kec. Sandai
CV Alam Perkasa Group	Sandai – Pontianak	Desa Muara Jekak, Kec. Sandai, Ketapang
CV Sandai Travel St	Sandai-Pontianak	Sandai Kiri, Penggelaman, Kec. Sandai
CV Bolang Travel S	Sandai –Pontianak Ketapang-Pontianak	Komplek Bila Gading Mansion 2

Sumber: Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Ketapang,2021

Pada tabel tersebut menunjukkan sejumlah pesaing CV Alam Perkasa Group yang memiliki rute yang sama yaitu Pontianak-Sandai dan Ketapang-Sandai, Ada salah satu dari kecamatan yang berbeda yaitu kecamatan Nanga Tayap mejadi pesaing karena juga melewati kecamatan Sandai jadi berpotensi mengangkut penumpang di kecamatan Sandai.

Pada tabel berikut dapat dilihat jumlah Kendaraan biro perjalanan (travel) di CVAlam Perkasa Group, sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**CVAlam Perkasa Group**  
**Jenis Kendaraan, Kapasitas Penumpang dan Jumlah Kendaraan**  
**Tahun 2018-2020**

Jenis Kendaraan	Kapasitas Penumpang (Orang)	Jumlah Kendaraan (Tahun)		
		2018	2019	2020
Kijang Inova	8	2	2	2
Inova Reborn	7	0	1	2
<b>Total Kendaraan</b>		<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

Sumber: CV Alam Perkasa Group 2021

Pada tabel 1.2 dapat dilihat CV Alam Perkasa Group menyediakan 2 jenis kendaraan sebagai kebutuhan akan jasa transportasi darat yaitu kijang inova yang berkapasitas 8 penumpang dan jenis kendaraan inova reborn yang berkapasitas 7 penumpang. Untuk jumlah kendaraannya yaitu, pada tahun 2018 berjumlah 2 kendaraan yaitu jenis kendaraan kijang inova. Pada tahun 2019 berjumlah 3 kendaraan yaitu 2 jenis kendaraan kijang inova dan 1 jenis kendaraan inova reborn. Pada tahun 2020 berjumlah 4 kendaraan yaitu 2 jenis kendaraan kijang inova dan 2 jenis kendaraan inova reborn.

Adapun mengenai harga pada tahun 2018-2020 berdasarkan bermacam jenis armadanya dapat dilihat pada tabel 1.3:

**Tabel 1.3**  
**CV Alam Perkasa Group**  
**Daftar Harga Menurut Jenis Armada**  
**Tahun 2018-2020**

<b>Tahun</b>	<b>Jenis Armada</b>	<b>Jurusan (Trayek)</b>	<b>Tarif /Orang</b>
2018	Kijang Inova	Pontianak – Sandai	Rp. 300.000
		Sandai – Pontianak	
2019-2020	Kijang Inova	Pontianak – Sandai	Rp. 200.000
	Inova Reborn	Sandai – Pontianak	

Sumber: CV Alam Perkasa Group 2021

Pada tabel 1.3 dapat dilihat terdapat bermacam-macam perbedaan harga berdasarkan jenis armada dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018 jenis armada Kijang Inova jurusan (trayek) Pontianak-Sandai dan Sandai-Pontianak dikenakan tarif/orangnya yaitu Rp. 300.000. Pada tahun 2019-2020 jenis armada Kijang Inova dan Inova Reborn jurusan (trayek) Pontianak-Sandai dan Sandai-Pontianak dikenakan tarif/orangnya yaitu

Rp.200.000. Dapat dilihat pada tahun 2018 ke tahun 2019-2020 mengalami penurunan sebesar 33,33% dikarenakan pada tahun 2018 kondisi jala rute Pontianak-Sandai mengalami kerusakan parah dan pada tahun 2019-2020 kondisi jalan sudah diperbaiki.

Pada tabel 1.4 dapat dilihat jumlah pendapatan CV Alam Perkasa Group dari tahu 2018-2020, sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**CV Alam Perkasa Group**  
**Data Pendapatan Per Bulan**  
**Tahun 2018-2020**

No	Bulan	Tahun		
		2018	2019	2020
1	Januari	Rp. 11.129.000	Rp. 17.829.000	Rp. 36.080.000
2	Februari	Rp. 9.934.000	Rp. 14.962.000	Rp. 34.400.000
3	Maret	Rp. 16.004.000	Rp. 26.200.000	Rp. 11.090.000
4	April	Rp. 14.422.000	Rp. 19.606.000	Rp. 23.370.000
5	Mei	Rp. 16.316.000	Rp. 23.360.000	Rp. 17.060.000
6	Juni	Rp. 12.697.000	Rp. 26.009.000	Rp. 42.315.000
7	Juli	Rp. 14.827.000	Rp. 18.250.000	Rp. 39.490.000
8	Agustus	Rp. 17.553.000	Rp. 15.000.000	Rp. 30.991.000
9	September	Rp. 16.824.000	Rp. 22.940.000	Rp. 36.512.000
10	Oktober	Rp. 15.740.000	Rp. 23.110.000	Rp. 40.894.000
11	November	Rp. 12.819.000	Rp. 27.565.000	Rp. 37.385.000
12	Desember	Rp. 19.249.000	Rp. 30.523.000	Rp. 47.926.000
<b>Jumlah</b>		<b>Rp. 177.514.000</b>	<b>Rp. 265.354.000</b>	<b>Rp. 397.513.000</b>

Sumber: CV Alam Perkasa Group 2021

Dari data tabel 1.4 diatas dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan CV Alam Perkasa Group selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2019 CVAlam Perkasa Group mulai memberlakukan sistem kartu member (*loyalty card*) dimana diberikan pada saat konsumen pertama kali menggunakan jasa travel dan untuk memberikan promosi potongan Rp.50.000 kepada konsumen jika kolom stempel pada card member tersebut sudah penuh. Dikarenakan mulai berlakunya promosi tersebut

sehingga pada tahun berikutnya terus mengalami peningkatan pendapatan yaitu, ditahun 2019 penjualan CV Alam Perkasa Group mengalami kenaikan sebesar 49,48% dari tahun 2018. Dan pada tahun 2020 penjualan CV Alam Perkasa Group juga mengalami kenaikan sebesar 49,80% dari tahun 2019.

Pada tabel 1.5 dapat dilihat jumlah penumpang CV Alam Perkasa Group dari tahun 2019-2020, sebagai berikut:

**Tabel 1.5**  
**CV Alam Perkasa Group**  
**Data Jumlah Penumpang**  
**Tahun 2019-2020**

<b>Bulan</b>	<b>Tahun</b>	
	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Januari	89	180
Februari	74	165
Maret	125	55
April	98	116
Mei	110	85
Juni	130	208
Juli	90	197
Agustus	75	154
September	114	180
Oktober	115	204
November	130	180
Desember	150	236
<b>Jumlah</b>	<b>1.300</b>	<b>1960</b>

Sumber: CV Alam Perkasa Group

Dari data tabel 1.5 diatas dapat dilihat bahwa jumlah penumpang CV Alam Perkasa Group selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya. Pada tahun 2020 penumpang CV Alam Perkasa Group mengalami kenaikan sebesar 33,67% dari tahun 2019. Hal tersebut dikarenakan pada tahun 2019 CV Alam Perkasa Group mulai memberlakukan kartu member



bagi penumpang sehingga bisa menghitung jumlah penumpang pada tahun 2019 dan 2020.

Menurut Sumarwan (2004) dalam Sumarwan, dkk (2011 : 141) : Konsumen tidak akan berhenti sampai pada tahap konsumsi tanpa melakukan proses selanjutnya yaitu evaluasi pada produk yang di konsumsinya tersebut. Proses ini kemudian disebut dengan pascakonsumsi, dimana setelah mengkonsumsi produk barang/jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk yang di konsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengonsumsi ulang produk tersebut, sebaliknya perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut.

Ketika pelanggan memperoleh kenyamanan dan memperoleh kesan yang positif terhadap pelayanan, fasilitas dan harga yang sesuai dengan harapan konsumen itu artinya pelanggan merasa puas atas pelayanan jasa yang diberikan CV Alam Perkasa Group. Hal tersebut berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan melalui kepuasan pelanggan tersebut akan membangun suatu hubungan atau relasi antara CV Alam Perkasa Group dan pelanggan, dan pada akhirnya berpengaruh terhadap naik/turunnya (*growth*) penjualan pada CV Alam Perkasa Group. Dapat diketahui hasil penjualan jasa biro perjalanan (travel) CV Alam Perkasa Group mengalami kenaikan terus menerus setiap tahunnya. Ditahun 2019 penjualan CV Alam Perkasa Group mengalami kenaikan sebesar 49,48% dari tahun 2018. Dan pada tahun 2020 penjualan CV Alam Perkasa Group juga mengalami kenaikan sebesar 49,80% dari tahun 2019.

Griffin (2002 : 4) dalam Hurriyati (2018 : 128) menyatakan bahwa “*Loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*”. Berdasarkan definisi tersebut terlihat bahwa

loyalitas lebih ditunjukkan dengan pembelian rutin, didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Bapak Imam Syibawaihi Pimpinan CV Alam Perkasa Group bahwa masih ada keluhan dari pelanggan baik itu yang disampaikan melalui media sosial seperti *whatsapp*, via telepon, maupun yang disampaikan secara langsung ke bagian *customer service*.

Adapun keluhan pelanggan pada CV Alam Perkasa Group dapat dilihat pada tabel 1.6 berikut ini:

**Tabel 1.6**  
**CV Alam Perkasa Group**  
**Keluhan Konsumen**  
**Tahun 2018-2020**

No	Jenis Keluhan Pelanggan	Jumlah Keluhan Pelanggan (Tahun)		
		2018	2019	2020
1	Supir mengerem secara mendadak	4 Kali	2 Kali	1 kali
2	Mobil mogok	2 Kali	0	0
3	Tidak tepat dalam waktu keberangkatan	5 kali	4 kali	2 Kali

Sumber: CV Alam Perkasa Group 2021

Pada tabel 1.6 dapat diketahui keluhan yang disampaikan oleh pelanggan menurun dari tahun ketahun dikarenakan dari keluhan-keluhan

tersebut segera ditanggapi oleh perusahaan berupa teguran terhadap supir agar lebih disiplin waktu penjemputan dan berhati-hati dalam mengemudi dan juga perusahaan rutin dalam service kendaraan sehingga sebelum keberangkatan kendaraan dipastikan dalam kondisi prima sehingga keselamatan dan kenyamanan berkendara lebih terjamin, dilihat pada tahun 2020 mengalami penurunan jumlah keluhan dari pada tahun 2018 dan 2019 untuk jenis keluhan supir mengerem secara mendadak dan tidak tepat dalam waktu keberangkatan, keluhan ini disampaikan melalui via *whatsapp*, via telepon dan di sampaikan langsung ke bagian *customer service* pada CV Alam Perkasa Group. Pada tabel 1.6 juga dapat diketahui bahwa permasalahan pada CV Alam Perkasa Group tidak terlepas dari keluhan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas membuat penulis mengambil judul **“Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Travel CV Alam Perkasa Group Rute Sandai-Pontianak”**.

## **B. Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah “Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan menggunakan travel CV Alam Perkasa Group rute Sandai – Pontianak”.

### C. Pembatasan Masalah

- 1) Variabel kepuasan konsumen diukur dengan menggunakan lima indikator yaitu:
  - a. Reliabilitas (*reliability*)
  - b. Daya Tanggap (*responsiveness*)
  - c. Jaminan (*assurance*)
  - d. Empati (*emphaty*)
  - e. Bukti Fisik (*tangible*).
- 2) Sedangkan untuk variabel loyalitas pelanggandiukur dengan menggunakan indikator dari loyalitas yaitu:
  - a. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*makes regular repeat purchases*).
  - b. Melakukan pembelian antar lini produk atau jasa (*purchase across product and server lines*).
  - c. Merekomendasikan produk lain (*refers other*).
  - d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk dari pesaing (*demonstratesan immunity to the full of competition*).

### D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitaspelanggan menggunakan travel CV Alam Perkasa Group rute Sandai - Pontianak.

## **E. Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan suatu tambahan pengetahuan bagi penulis, juga dapat menambah pemahaman teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan yang dikaitkan dengan pemecahan suatu permasalahan yang dihadapi oleh suatu perusahaan.

### 2. Bagi Perusahaan

Sebagaimana evaluasi dan hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi CV Alam Perkasa Group dalam menyusun kebijakan yang tepat dalam mempertahankan pelanggan dan berusaha memberikan yang terbaik bagi pelanggan.

### 3. Bagi Almater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi dan informasi bagi peneliti lainnya yang tertarik untuk meneliti masalah ini pada masa yang akan datang.

## **F. Kerangka Penelitian**

Menurut Kotler dan Keller (2012:177) : “Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”.

Menurut Parasuraman (1998) dalam Tjiptono (2012:174) mengemukakan kepuasan pelanggan menggunakan lima dimensi:

1. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
2. Daya Tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confident*).
4. Empati, bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (*tangible*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Menurut Oliver (1996:392) dalam Hurriyati (2018:128) mengungkapkan definisi loyalitas pelanggan sebagai berikut, *customer loyalty is deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service consistently in the future, despite situasional influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior*. Dari definisi diatas dapat terlihat bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

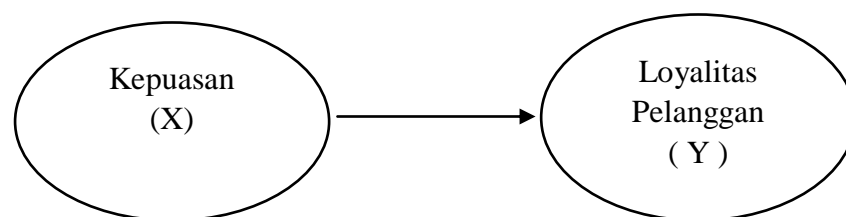
Griffin dalam Hurriyati (2018:130) pelanggan yang loyal memiliki karakteristik dan indikator loyalitas sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*makes regular repeat purchases*).  
Pelanggan membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. Melakukan pembelian antar lini produk / jasa (*purchase across product and service lines*).  
Pelanggan melakukan pembelian antar lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
3. Merekomendasikan produk (*refears other*).  
Pelanggan merekomendasikan produk kepada orang lain tentang produk yang ditawarkan perusahaan.
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of competition*).  
Pelanggan tidak akan tertarik terhadap tawaran produk sejenis yang dihasilkan oleh pesaing.

Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan referensi atau dasar dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah penelitian yang dilakukan oleh Widyawati pada tahun 2017 yang berjudul Pengaruh Personal Selling, Persepsi Nilai, dan Kepuasan konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Lokon Wisata Travel Tomohon, pada penelitian ini menunjukkan hasil secara bersama-sama variabel personal *sellin*, persepsi nilai, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen. Dan penelitian yang dilakukan oleh Tuwisna pada tahun 2019 yang berjudul Pengaruh Komunikasi Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Cendana Tour & Travel Banda Aceh, penelitian ini menunjukkan hasil secara parsial kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Cendana Tour & Travel Banda Aceh dan secara simultan komunikasi pelayanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan PT. Cendana Tour & Travel Banda Aceh.

Berdasarkan teori yang dikemukakan di atas maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dituangkan dalam gambar berikut:

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



Keterangan:

1. Variabel (X) yaitu kepuasan, yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (Y)
2. Loyalitas (Y) yaitu loyalitas pelanggan, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (X)

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Siregar (2018:15): "Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih".

### **2. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber primer. Menurut Siregar (2018:37): "Sumber 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:

#### **1) Wawancara**

Menurut Siregar (2018:40): "Wawancara adalah proses memperoleh keterangan / data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan



panduan wawancara”. Pada penelitian ini penulis mengadakan tanya jawab atau wawancara langsung kepada pimpinan pada CV. Alam Perkasa Group untuk memperoleh data.

## 2) Kuesioner

Menurut Siregar (2018:44): “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 dalam penelitian ini ditujukan kepada pelanggan yang menggunakan travel CV Alam Perkasa Group rute Sandai-Pontianak.

### **b. Data Sekunder**

Menurut Siregar (2018:37): “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya”. Data sekunder dalam penelitian ini berupa data daftar jumlah kendaraan, data daftar harga, data daftar jenis armada, data laporan pendapatan, dan data keluhan pelanggan pada CV Alam Perkasa Group, *literature*, penelitian terdahulu, dan buku.

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Siregar (2018:56): “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 pelanggan yang menggunakan travel CV Alam Perkasa Group rute Sandai-Pontianak.

#### b. Sampel

Menurut Siregar (2018:56): “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”.

Dalam penelitian ini, responden adalah pelanggan CV Alam Perkasa Group. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Rao Purba. Menurut Purba (1996) dalam Sujarweni (2015:155), jika populasi tidak diketahui, maka jumlah sampel minimal ditentukan dengan rumus:

$$n = \frac{z^2}{4(MOE)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penelitian (95 % = 1.96)

MOE = *Margin of Error* (kesalahan maksimum yang bisa ditolerir sebesar 10 %)

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

berdasarkan perhitungan, maka jumlah sampel yang diteliti adalah berjumlah 96 responden. Untuk memudahkan perhitungan, maka penulis mengambil sampel sebanyak 100 responden.

#### Teknik

pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling*. Menurut Siregar (2018:60): “*Purposive sampling* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu”. Dalam hal ini peneliti memberikan kriteria sebagai berikut:

- 1) Sudah menggunakan travel CV Alam Perkasa Group rute Sandai-Pontianak minimal dua kali dilihat dari *loyalty card*.

- 2) Pelanggan yang menggunakan jasa travel CV Alam Perkasa Group rute Sandai-Pontianak atas keputusannya sendiri.
- 3) Usia minimal 18 tahun.

#### **4. Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2018:38): “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”. Jadi, yang dimaksud variabel dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang menjadi objek penelitian yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu:

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2018:39) : “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepuasan yang diberi tanda X.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2018:39) : “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan yang diberi tanda Y.

## 5. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2018:92): “Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif”.

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2018:93) : “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagian titik tolak untuk menyusun item-item pertanyaan atau pernyataan yang diajukan kepada responden. Skala ini diberi bobot secara kuantitatif yang berguna untuk dipakai dalam perhitungan yaitu:

**Tabel 1.7**  
**Alternatif Jawaban Responden**

<b>Kepuasan</b>	<b>Nilai</b>	<b>Loyalitas</b>	<b>Nilai</b>
SangatPuas	5	SangatSetuju	5
Puas	4	Setuju	4
KurangPuas	3	KurangSetuju	3
TidakPuas	2	TidakSetuju	2
SangatTidakPuas	1	SangatTidakSetuju	1

## 6. Teknik Analisis Data

### a. Uji Instrumen

#### 1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2018:75): “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin di ukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*)”.

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Teknik yang digunakan untuk validitas instrument dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel menggunakan bantuan software SPSS 19 for windows.

Menurut Ghozali (2013:53): Untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak, kita lihat tampilan *output Cronbach Alpha* pada kolom *correlated item – total correlation*. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

#### 2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2018:87) :“Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula”.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 19 *for windows* dan apabila dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* > 0.60.

## **b. Uji Normalitas**

Menurut Siregar (2018:153) : “Tujuan dilakukannya uji terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak”.

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

## **c. Alat Analisis**

### **1. Analisis Regresi Linier Sederhana**

Menurut Siregar (2018:379) : “Regresi linear sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*dependent*) dan satu variabel tidak bebas (*independent*)”.

Dari hubungan tersebut akan dicari bentuk hubungannya dengan tujuan prediksi mengenai nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui atau ditentukan. Adapun persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b.X$$

Keterangan:

Y = Loyalitas pelanggan

$\alpha$  = Intercept

b = Koefisien regresi

X = Kepuasan

## 2. Analisis Koefisien Korelasi (r)

Menurut Siregar (2018:337):

“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 kepuasan (X) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas konsumen (Y) dengan menggunakan bantuan program *Software SPSS 19 for windows*.

Adapun pedoman untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari nilai perhitungan koefisien korelasi dari hasil perhitungan penelitian pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.8**  
**Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan**

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Siregar (2018:337)



### 3. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Siregar (2018:338): “Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)”.

Koefisien determinasi menentukan besar kecilnya kontribusi variabel bebas kepuasan terhadap variabel terikat loyalitas pelanggan travel CVA Alam Perkasa Group rute Sandai-Pontianak. Rumus yang dapat digunakan untuk mencari nilai determinasi menurut Siregar (2018:338) yaitu:

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

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinasi

$r^2$  = Nilai koefisien korelasi

### 4. Uji kelayakan Model (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kepuasan.

Langkah pengujian uji kelayakan model adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan hipotesis

Ho: Model regresi linear sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kepuasan.

Ha: Model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kepuasan.

2) Menentukan nilai F tabel dengan kriteria:  $\alpha = 0,05$  (5%) dan derajat kebebasan  $(df)n-2$ .

3) Menentukan kriteria keputusan:

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima,

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

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

1. Responden dalam penelitian ini sebagian besar berusia 18-27 tahun, berjenis kelamin laki-laki, berpendidikan SMA, bekerja sebagai wiraswasta, berpendapatan Rp. 2.000.000,00 – Rp. 2.999.999,00, berstatus kawin dan frekuensi penggunaan 2-4 kali.
2. Persamaan regresi linier sederhana yaitu  $Y = 0,891 + 0,742X$
3. Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,508, artinya antara kepuasan dan loyalitas pelanggan mempunyai hubungan yang sedang.
4. Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa besarnya nilai *R square* adalah 0,258, artinya pengaruh kepuasan terhadap variasi naik turunnya loyalitas pelanggan pada jasa travel CV Alam Perkasa Group adalah sebesar 25,8% dan sisanya sebesar 74,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.
5. Dari hasil uji kelayakan model (Uji-F), diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 34,063 lebih besar dari F tabel 3,94 dengan nilai signifikan (sig) sebesar 0,000 lebih kecil 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan.

## **B. Saran**

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen maka CV Alam Perkasa Group sebaiknya lebih memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Agar konsumen lebih loyal pihak CV Alam Perkasa Group harus memperhatikan keteraturan jadwal keberangkatan agar pelanggan tidak perlu menunggu lama.
2. Meningkatkan layanan seperti selain angkutan orang, pelanggan juga bisa mengirim barang melalui supir langsung atau ke kantor CV Alam Perkasa Group.
3. CV Alam Perkasa Group sebaiknya menyediakan kotak saran untuk mengetahui apa yang pelanggan butuhkan sehingga perusahaan bisa menciptakan rasa nyaman agar pelanggan menjadi lebih loyal dan merekomendasikan travel CV Alam Perkasa Group kepada orang lain.
4. Perusahaan harus lebih memperhatikan kebersihan mobil, fasilitas di dalam mobil, dan menghindari kerusakan (mogok) yang tidak terduga diperguruan, sehingga pelanggan akan selalu melakukan pembelian ulang jasa travel CV Alam Perkasa Group.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, Basu Swasta dan Hani Handoko. 2018. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Cetakan Ketujuh. BPEE. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss. Edisi 7*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hurriyati, Ratih. 2018. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Alih bahasa : Benyamin Molan. Indeks. Jakarta.
- Siregar, Syofian. 2018. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. PT Bumi Aksara: Jakarta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Sumarwan, Ujang, Ahmad Jauzi, Asep Mulyana, Bagio Nugroho karno, Ponti Kurniawan Mawardi dan Wahyu Nugroho. 2011. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Penerbit IPB Press. Bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management – Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2, Andi. Yogyakarta.
- . 2018. *Pemasaran Jasa*. Andi, Yogyakarta.
- Tuwisna, 2019. Pengaruh Komunikasi Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Cendana Tour & Travel Banda Aceh. *JIMMA: Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh*. Vol 9, No 2.
- Widiyawati, Asih. 2017. Pengaruh Personal Selling, Persepsi Nilai, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Lokon Wisata Travel Tomohon. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 2, No 1.

**Lampiran 1****KUESIONER****“PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MENGGUNAKAN TRAVEL CV ALAM  
PERKASA GROUP  
RUTE SANDAI - PONTIANAK”**

Sehubung dengan penyusunan skripsi dengan judul diatas, maka dengan hormat saya:

Nama : Dita Afrila  
NIM : 181310058  
Program Study : Manajemen (S1)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas : Muhammadiyah Pontianak

Memohon untuk kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang diajukan dengan baik dan benar sesuai kondisi yang Bapak/Ibu rasakan. Daftar pertanyaan yang diajukan ini berisi tentang kepuasan dan loyalitas pelanggan menggunakan travel CV Alam Perkasa Group rute Sandai - Pontianak.

Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata hanya untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Akhir kata, saya mengucapkan terimakasih banyakatas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu dalam mengisi daftar pertanyaan ini.

Hormat Saya,  
Dita Afrila

**BAGIAN I : IDENTITAS RESPONDEN)**

1. Nama :.....
2. Usia :.....
3. Jenis Kelamin :.....
4. Pendidikan Terakhir :.....
5. Pekerjaan :.....
6. Pendapatan PerBulan :.....
7. Status Perkawinan :.....
8. Frekuensi Penggunaan: .....
9. No Hp :.....

Petunjuk Pengisian:

1. Berilah tanda (X) atau (√) pada jawaban yang sesuai dengan apa yang anda rasakan.

2. Kriteria penilaian adalah sebagai berikut:

a. Kepuasan

Sangat Puas = SP

Puas = P

Kurang Puas = KP

Tidak Puas = TP

Sangat Tidak Puas = STP

b. Loyalitas

Sangat Setuju = SS

Setuju = S

Kurang Setuju = KS

Tidak Setuju = TS

Sangat Tidak Setuju = STS

## BAGIAN II : DAFTAR PERTANYAAN DAN PERNYATAAN

### Kepuasan Pelanggan

No	DAFTAR PERTANYAAN	Alternatif Kriteria Penilaian				
		SP	P	KP	TP	STP
<b>1. Reliabilitas (<i>Reliability</i>)</b>						
1	Kecepatan dalam memproses pesanan pelanggan					
2	Keteraturan jadwal keberangkatan travel CV Alam Perkasa Group.					
3	Sopir yang berpengalaman					
4	Pengetahuan dan keterampilan karyawan CV Alama Perkasa Group dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.					
<b>2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>						
5	Kemudahan konsumen menyampaikan keluhan.					
6	Kecepatan dalam menanggapi keluhan pelanggan.					
7	Sopir memberikan respon terhadap pelanggan dengan baik.					
<b>3. Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>						
8	Kejelasan informasi mengenai harga dan waktu keberangkatan.					
9	Kemampuan sopir dalam menjawab tempat yang dituju meyakinkan pelanggan merasa aman.					
10	Kejujuran karyawan ketika memberikan informasi tentang armada yang digunakan dan harga pada CV Alam Perkasa Group.					
<b>4. Empati (<i>Emphaty</i>)</b>						
11	Karyawan selalu mengucapkan terimakasih di akhir pelayanan.					
12	Sikap ramah dan sopan karyawan CV Alam Perkasa Group dalam memberikan layanan kepada pelanggan.					
<b>5. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)</b>						
13	Mobil yang digunakan selalu bersih.					
14	Fasilitas di dalam mobil seperti AC, pembuka jendela, dll, berfungsi dengan baik.					
15	Mobil yang digunakan memiliki mesin yang baik sehingga jarang mengalami kerusakan di jalan.					
16	Menyediakan fasilitas seperti kursi, ruang tunggu dan lahan parkir untuk para pelanggan di CV Alam Perkasa Group.					



## Loyalitas Pelanggan

No	DAFTAR PERNYATAAN	Alternatif Kriteria Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>1. Melakukan Pembelian Ulang Secara Teratur</b> <i>(Makes Regular Repeat Purchase)</i>						
1	Anda akan menggunakan kembali jasa travel pada CV Alam Perkasa Group.					
<b>2. Melakukan Pembelian Antar Lini Produk Atau Jasa</b> <i>(Purchase Across Product and Server Lines)</i>						
	Anda akan menggunakan jasa travel CV Alam Perkasa Group untuk rute lainnya.					
<b>3. Merekomendasikan Produk Lain</b> <i>(Refers Other)</i>						
3	Anda akan memberikan info yang positif tentang CV Alam Perkasa Group.					
4	Anda akan merekomendasikan jasa travel CV Alam Perkasa Group kepada kerabat dan orang lain.					
5	Anda akan mengajak orang lain untuk menggunakan jasa travel CV Alam Perkasa Group					
<b>4. Menunjukkan Kekebalan dari Daya Tarik Produk dari Pesaing</b> <i>(Demonstrates an Immunity to the Full of the Competition)</i>						
6	Anda percaya terhadap jasa travel CV Alam Perkasa Group.					
7	Anda tetapkan loyal dengan CV Alam Perkasa Group.					
8	Anda tidak akan terpengaruh pada jasa travel yang lainnya.					
9	Anda tidak berkeinginan untuk pindah ke jasa travel yang lain.					

## Lampiran 2

## DAFTAR NAMA RESPONDEN

No	Nama Responden	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	Status	Frekuensi
1	Wiwin. R	23	Perempuan	DIII	Swasta	2,500,000	Belum Kawin	8 Kali
2	Nindi Silfiani	20	Perempuan	SMA	Swasta	1,500,000	Belum Kawin	10 Kali
3	Yakup Andri	36	Laki-Laki	S1	Swasta	5,000,000	Kawin	5 Kali
4	Mayna	25	Perempuan	SMA	Wiraswasta	3,000,000	Kawin	4 Kali
5	Yuxen .V	21	Laki-Laki	SMA	Wiraswasta	5,500,000	Belum Kawin	6 Kali
6	Suan	43	Perempuan	SMP	Wiraswasta	2,000,000	Kawin	3 Kali
7	Ahmad Fadli	18	Laki-Laki	SMA	Pelajar	1,500,000	Belum Kawin	6 Kali
8	Sulianto	51	Laki-Laki	SMP	Swasta	3,000,000	Kawin	5 Kali
9	Agus Wahyuni	21	Perempuan	DIII	Wiraswasta	3,500,000	Kawin	7 Kali
10	Widya Sari	21	Perempuan	SMA	Mahasiswa	2,000,000	Belum Kawin	5 Kali
11	Nindia Vega	20	Perempuan	SMA	Mahasiswa	2,000,000	Belum Kawin	4 Kali
12	Mimi	26	Perempuan	S1	Swasta	5,000,000	Belum Kawin	8 Kali
13	Titin Salahsiah	23	Perempuan	S1	Swasta	2,000,000	Belum Kawin	3 Kali
14	Dinda Purwati	20	Perempuan	SMA	Wiraswasta	2,000,000	Belum Kawin	5 Kali
15	Sisi	19	Perempuan	SMA	Pelajar	1,500,000	Belum Kawin	5 Kali
16	Khalif Dika	23	Laki-Laki	SMA	Wiraswasta	5,000,000	Belum Kawin	7 Kali
17	Ival	22	Laki-Laki	SMA	Mahasiswa	1,500,000	Belum Kawin	5 Kali
18	Renoet Ari	24	Laki-Laki	SMA	Mahasiswa	1,500,000	Kawin	8 Kali
19	Owen	22	Laki-Laki	SMA	Wiraswasta	4,500,000	Belum Kawin	5 Kali
20	Yuda Wendo	23	Laki-Laki	SMA	Swasta	2,500,000	Belum Kawin	3 Kali
21	Sri Rahmawati	30	Perempuan	SMP	Wiraswasta	4,000,000	Kawin	5 Kali
22	Jelfa	24	Laki-Laki	DIII	Honor	2,000,000	Belum Kawin	4 Kali
23	Derry Andy	26	Laki-Laki	D4	Honor	3,000,000	Kawin	5 Kali
24	Jessika	22	Perempuan	SMA	Mahasiswa	1,500,000	Belum Kawin	7 Kali
25	Wan Kiak	37	Laki-Laki	SMA	Swasta	3,000,000	Kawin	8 Kali
26	Suryati	40	Perempuan	SMP	Wiraswasta	5,000,000	Kawin	5 Kali
27	Reni Wati	34	Perempuan	SMA	IRT	1,500,000	Kawin	4 Kali
28	Fitri Nur	27	Perempuan	DIII	PNS	4,500,000	Kawin	10 Kali
29	M Ilham	28	Laki-Laki	SMA	PNS	2,000,000	Kawin	4 Kali

30	Adi	34	Laki-Laki	S1	Swasta	7,000,000	Kawin	3 Kali
31	Viona	20	Perempuan	SMA	Mahasiswa	2,000,000	Kawin	6 Kali
32	Rana Anggara	21	Laki-Laki	SMA	Wirausaha	5,000,000	Kawin	2 Kali
33	Diana Kase	48	Perempuan	SMP	IRT	1,500,000	Kawin	5 Kali
34	Jevi Sandri	27	Laki-Laki	DIII	Honor	2,500,000	Belum Kawin	3 Kali
35	Tanti Novita	28	Perempuan	S1	Honor	5,000,000	Kawin	5 Kali
36	Renal	26	Laki-Laki	SMA	PNS	2,000,000	Kawin	4 Kali
37	Meydia Wati	25	Perempuan	S1	Swasta	5,000,000	Kawin	5 Kali
38	Garvin	28	Laki-Laki	SMA	Swasta	2,500,000	Belum Kawin	3 Kali
39	Sadar Rudin	47	Laki-Laki	DIII	PNS	3,000,000	Kawin	5 Kali
40	Renggi	28	Laki-Laki	S1	Wirausaha	5,000,000	Belum Kawin	4 Kali
41	Lim Kui Huy	48	Laki-Laki	SMP	Wirausaha	1,500,000	Kawin	6 Kali
42	Saremah	38	Perempuan	D3	PNS	3,000,000	Kawin	2 Kali
43	Onok	40	Perempuan	SD	Wirausaha	6,000,000	Kawin	3 Kali
44	Dimas Eka	27	Laki-Laki	DIII	Honor	1,500,000	Belum Kawin	4 Kali
45	Roni	39	Laki-Laki	SMA	Swasta	2,000,000	Kawin	6 Kali
46	Burhannudin	27	Laki-Laki	S1	Wiraswasta	5,000,000	Kawin	3 Kali
47	Zenab	40	Perempuan	S1	PNS	3,000,000	Kawin	5 Kali
48	Budi	35	Laki-Laki	SMA	Wirausaha	2,000,000	Kawin	8 Kali
49	Deni	28	Laki-Laki	SMA	Wirausaha	5,000,000	Kawin	5 Kali
50	Miatik	53	Perempuan	DIII	Honor	2,000,000	Kawin	4 Kali
51	Febby	23	Perempuan	SMA	Mahasiswa	2,000,000	Belum Kawin	3 Kali
52	Abrianti	40	Perempuan	SMP	Wirausaha	6,000,000	Kawin	3 Kali
53	Yola Martina	24	Perempuan	SMA	Wiraswasta	3,000,000	Kawin	2 Kali
54	Dojan	25	Laki-Laki	SMA	Swasta	4,000,000	Kawin	3 Kali
55	Dava noviandy	19	Laki-Laki	SMA	Mahasiswa	2,000,000	Belum Kawin	4 Kali
56	Wahyu	30	Laki-Laki	S1	Wirausaha	5,000,000	Belum Kawin	3 Kali
57	Fredy	27	Laki-Laki	S1	Wirausaha	5,500,000	Belum Kawin	5 Kali
58	Masdiana	50	Perempuan	SD	IRT	1,500,000	Kawin	4 Kali
59	Sahra	37	Perempuan	SMP	Wirausaha	3,000,000	Kawin	3 Kali
60	Susi Rahma	35	Perempuan	SMA	Honor	2,500,000	Kawin	3 Kali
61	Maudy dian	24	Perempuan	S1	PNS	4,500,000	Belum Kawin	2 Kali
62	Eny Lora	32	Perempuan	SMP	Wirausaha	4,000,000	Kawin	5 Kali
63	Army wati	34	Perempuan	SMA	Wirausaha	2,500,000	Kawin	4 Kali
64	Eka Safitri	21	Perempuan	SMA	Mahasiswa	2,000,000	Belum Kawin	3 Kali
65	Albert	30	Laki-Laki	S1	Wirausaha	3,000,000	Kawin	3 Kali
66	Agus Rudianto	23	Laki-Laki	SMA	Swasta	3,500,000	Belum Kawin	4 Kali
67	Berto	26	Laki-Laki	SMA	Swasta	2,500,000	Belum Kawin	2 Kali

68	Putri Bagus	25	Perempuan	SMA	Swasta	2,500,000	Belum Kawin	4 Kali
69	Resa	27	Perempuan	SMP	Wirausaha	4,000,000	Belum Kawin	5 Kali
70	Dea Permata	25	Perempuan	DIII	Wirausaha	3,000,000	Belum Kawin	2 Kali
71	Syarif Alpien	23	Laki-Laki	SMA	Wiraswasta	2,500,000	Belum Kawin	2 Kali
72	Purwanti	32	Perempuan	SMA	IRT	1,500,000	Kawin	4 Kali
73	Pran	48	Laki-Laki	SMP	Wirausaha	4,000,000	Kawin	2 Kali
74	Sarina Wati	33	Perempuan	SMA	IRT	1,500,000	Kawin	4 Kali
75	Ayu	30	Perempuan	SMA	Wirausaha	2,000,000	Kawin	4 Kali
76	Duta	27	Laki-Laki	SMA	Swasta	3,000,000	Belum Kawin	3 Kali
77	Ezha Kirana	24	Laki-Laki	SMA	Swasta	2,500,000	Belum Kawin	4 Kali
78	Sadewo	26	Laki-Laki	S1	Wiraswasta	3,000,000	Belum Kawin	3 Kali
79	Amat Caco	28	Laki-Laki	SMA	Swasta	3,000,000	Kawin	2 Kali
80	Virgio	26	Laki-Laki	DIII	Swasta	3,500,000	Belum Kawin	4 Kali
81	Sasy	21	Perempuan	SMA	Mahasiswa	2,000,000	Belum Kawin	5 Kali
82	Windy	20	Perempuan	SMA	Mahasiswa	1,500,000	Belum Kawin	4 Kali
83	Hady	25	Laki-Laki	SMA	Swasta	3,000,000	Belum Kawin	3 Kali
84	Erpa	29	Laki-Laki	DIII	Wiraswasta	4,000,000	Kawin	2 Kali
85	Moge	28	Laki-Laki	S1	Swasta	3,500,000	Kawin	3 Kali
86	Ongky	27	Laki-Laki	DIII	Wiraswasta	2,000,000	Belum Kawin	4 Kali
87	Neti	30	Perempuan	SMP	IRT	1,500,000	Kawin	2 Kali
88	Prabu	28	Laki-Laki	S1	PNS	4,500,000	Kawin	4 Kali
89	Wahyuni	26	Perempuan	DIII	Honor	2,500,000	Kawin	2 Kali
90	Rianti	50	Perempuan	SD	Wirausaha	3,000,000	Kawin	4 Kali
91	Lebek	47	Perempuan	SD	IRT	1,500,000	Kawin	5 Kali
92	Aris	28	Laki-Laki	S1	Swasta	3,000,000	Kawin	2 Kali
92	Beni Arian	32	Laki-Laki	SMA	Wiraswasta	5,000,000	Belum Kawin	3 Kali
94	Bambang	29	Laki-Laki	SMA	Swasta	2,500,000	Belum Kawin	4 Kali
95	Uti Fahrul	28	Laki-Laki	SMA	Swasta	2,000,000	Belum Kawin	3 Kali
96	Oko	30	Perempuan	SMA	IRT	1,500,000	Kawin	4 Kali
97	M.Refan	26	Laki-Laki	SMA	Swasta	2,500,000	Belum Kawin	2 Kali
98	Angel Febiola	28	Perempuan	S1	Swasta	3,000,000	Belum Kawin	3 Kali
99	Eka Pijai	27	Laki-Laki	SMA	PNS	2,000,000	Belum Kawin	5 Kali
100	Cindy Gibson	26	Perempuan	SMA	Wiraswasta	4,000,000	Belum Kawin	3 Kali

## Lampiran 3

Tabulasi Nilai Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	Tot al	Rata- Rata
1	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	3	3	4	4	57	3.5625
2	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	61	3.8125
3	5	4	5	3	4	5	3	4	3	3	4	5	4	4	4	3	63	3.9375
4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	5	3	4	4	4	5	65	4.0625
5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	71	4.4375
6	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	65	4.0625
7	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	76	4.75
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	79	4.9375
9	4	4	3	3	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	64	4
10	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	71	4.4375
11	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	3	4	5	70	4.375
12	4	3	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	5	66	4.125
13	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	71	4.4375
14	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	64	4
15	5	4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	68	4.25
16	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	70	4.375
17	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	63	3.9375
18	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	2	68	4.25
19	3	3	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	63	3.9375
20	3	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74	4.625
21	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	60	3.75
22	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	73	4.5625
23	3	3	3	5	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	5	5	59	3.6875
24	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	67	4.1875
25	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	67	4.1875
26	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	67	4.1875
27	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	3	4	3	3	4	62	3.875
28	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	5	4	3	4	3	65	4.0625
29	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	62	3.875
30	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	5	3	5	63	3.9375
31	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	65	4.0625
32	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	68	4.25
33	4	3	5	4	3	5	5	4	5	5	3	4	3	4	4	5	66	4.125
34	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	5	69	4.3125
35	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3	61	3.8125
36	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	74	4.625
37	4	5	3	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	68	4.25
38	5	4	5	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5	64	4
39	3	4	3	4	4	3	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	67	4.1875
40	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	76	4.75

41	3	5	5	3	5	5	3	5	3	4	4	4	5	5	4	4	67	4.1875
42	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	67	4.1875
43	5	3	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	68	4.25
44	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	69	4.3125
45	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	70	4.375
46	5	3	3	5	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	58	3.625
47	4	5	3	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	69	4.3125
48	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	73	4.5625
49	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	65	4.0625
50	4	3	3	5	3	3	3	4	3	4	5	5	3	4	4	5	61	3.8125
51	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	71	4.4375
52	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	71	4.4375
53	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	68	4.25
54	4	5	5	3	5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	69	4.3125
55	4	4	5	5	4	5	3	4	3	5	5	4	4	4	5	5	69	4.3125
56	3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	73	4.5625
57	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	70	4.375
58	3	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	68	4.25
59	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	4	3	5	71	4.4375
60	4	4	3	5	4	3	4	5	4	3	5	5	4	5	4	4	66	4.125
61	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	70	4.375
62	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	73	4.5625
63	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	76	4.75
64	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	70	4.375
65	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	70	4.375
66	4	3	5	4	3	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	4	68	4.25
67	5	5	5	3	5	5	5	3	5	4	5	3	5	3	5	4	70	4.375
68	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	67	4.1875
69	5	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	3	4	5	4	64	4
70	4	4	5	3	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	3	68	4.25
71	4	4	3	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	66	4.125
72	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	69	4.3125
73	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	75	4.6875
74	4	5	4	5	5	4	3	4	3	5	4	5	5	4	4	4	68	4.25
75	5	3	5	4	3	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	4	68	4.25
76	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	72	4.5
77	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	68	4.25
78	4	5	3	4	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	70	4.375
79	5	3	5	3	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	5	4	67	4.1875
80	5	4	5	4	4	5	3	3	3	5	5	5	4	3	4	4	66	4.125
81	5	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	4	4	3	4	5	62	3.875
82	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	74	4.625
83	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	73	4.5625
84	4	5	5	5	5	5	3	5	3	4	4	5	5	5	5	5	73	4.5625
85	5	3	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	3	5	4	4	68	4.25
86	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	73	4.5625
87	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	73	4.5625
88	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	73	4.5625

89	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	5	63	3.9375
90	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	73	4.5625
91	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	72	4.5
92	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	77	4.8125
93	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	75	4.6875
94	5	3	5	3	3	5	3	4	3	5	4	5	3	4	5	4	64	4
95	4	4	3	5	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	64	4
96	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	70	4.375
97	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	69	4.3125
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	77	4.8125
99	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	3	5	5	4	4	69	4.3125
100	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	71	4.4375

## Lampiran 4

### Tabulasi Nilai Jawaban Responden Untuk Variabel Loyalitas

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Total	Rata-Rata
1	3	3	4	3	3	4	3	3	3	29	3.22222222
2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	29	3.22222222
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30	3.33333333
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	33	3.66666667
5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	42	4.66666667
6	4	3	4	3	4	2	5	3	4	32	3.55555556
7	5	5	5	4	4	5	5	4	5	42	4.66666667
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
9	4	5	5	4	3	5	4	5	3	38	4.22222222
10	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38	4.22222222
11	5	5	5	5	5	5	5	4	3	42	4.66666667
12	3	5	4	4	4	2	3	3	3	31	3.44444444
13	5	3	4	4	4	4	4	5	4	37	4.11111111
14	3	4	3	3	3	3	3	3	3	28	3.11111111
15	4	4	4	5	3	3	3	3	3	32	3.55555556
16	4	4	4	3	4	3	4	4	3	33	3.66666667
17	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	3.88888889
18	4	3	4	5	4	4	5	5	5	39	4.33333333
19	4	4	4	4	3	3	4	4	3	33	3.66666667
20	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44	4.88888889
21	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	4.11111111
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
23	5	4	4	5	3	3	3	4	4	35	3.88888889
24	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29	3.22222222
25	4	4	4	3	4	3	3	3	3	31	3.44444444
26	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34	3.77777778
27	4	4	3	4	5	3	3	3	3	32	3.55555556
28	4	4	4	5	3	3	4	5	3	35	3.88888889
29	4	4	3	3	3	4	3	3	3	30	3.33333333
30	3	4	4	4	3	4	3	3	3	31	3.44444444
31	3	3	4	4	3	4	3	4	3	31	3.44444444
32	3	3	3	2	4	4	3	3	3	28	3.11111111
33	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34	3.77777778



34	4	3	3	4	4	4	4	3	4	33	3.66666667
35	4	4	3	4	5	4	4	4	5	37	4.11111111
36	5	4	4	4	4	5	5	5	3	39	4.33333333
37	3	5	4	5	4	4	3	3	3	34	3.77777778
38	4	5	4	4	5	3	3	3	5	36	4
39	5	4	5	4	4	5	5	5	3	40	4.44444444
40	4	5	4	5	4	5	5	3	3	38	4.22222222
41	3	3	4	4	4	3	3	3	4	31	3.44444444
42	3	3	5	3	5	4	4	3	4	34	3.77777778
43	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3.88888889
44	4	5	3	4	5	4	4	4	3	36	4
45	4	4	4	4	4	3	3	3	4	33	3.66666667
46	4	4	4	4	4	3	4	4	5	36	4
47	4	4	4	4	5	5	5	5	3	39	4.33333333
48	5	4	4	5	4	3	3	3	3	34	3.77777778
49	4	5	4	3	3	3	3	3	3	31	3.44444444
50	4	4	5	3	3	3	3	3	5	33	3.66666667
51	3	5	3	4	3	3	5	4	4	34	3.77777778
52	4	5	3	5	4	5	4	3	5	38	4.22222222
53	4	5	4	5	5	4	5	3	5	40	4.44444444
54	3	5	4	5	4	5	4	4	5	39	4.33333333
55	4	3	5	4	4	4	5	4	4	37	4.11111111
56	4	5	5	4	5	4	4	5	4	40	4.44444444
57	5	5	5	4	5	3	5	4	3	39	4.33333333
58	4	5	4	3	5	3	4	3	3	34	3.77777778
59	4	4	5	4	5	3	5	4	3	37	4.11111111
60	4	4	5	4	4	5	3	4	5	38	4.22222222
61	3	4	5	4	5	4	5	3	5	38	4.22222222
62	3	4	5	4	4	5	5	5	5	40	4.44444444
63	4	4	4	5	3	4	4	5	5	38	4.22222222
64	5	3	4	4	5	4	4	5	5	39	4.33333333
65	5	3	4	4	5	5	5	3	4	38	4.22222222
66	5	4	4	4	4	5	4	5	4	39	4.33333333
67	4	5	3	5	5	4	5	5	5	41	4.55555556
68	4	4	5	4	5	5	4	4	3	38	4.22222222
69	4	5	5	4	4	5	5	4	4	40	4.44444444
70	3	4	5	3	4	5	4	3	4	35	3.88888889
71	3	5	4	3	5	4	4	5	3	36	4
72	4	4	4	4	5	4	4	5	5	39	4.33333333

73	4	5	5	5	4	4	5	4	3	39	4.33333333
74	4	4	5	4	4	3	5	5	3	37	4.11111111
75	5	5	4	5	5	4	4	3	4	39	4.33333333
76	4	3	5	4	4	5	5	3	5	38	4.22222222
77	5	3	5	5	5	4	4	4	5	40	4.44444444
78	4	3	4	5	5	4	5	5	4	39	4.33333333
79	3	5	5	5	4	4	5	4	4	39	4.33333333
80	5	4	4	4	4	5	5	3	4	38	4.22222222
81	5	4	5	5	5	5	4	4	5	42	4.66666667
82	4	4	4	4	4	4	5	4	3	36	4
83	5	5	4	4	3	5	5	5	4	40	4.44444444
84	4	5	5	5	4	4	4	5	5	41	4.55555556
85	4	5	3	5	3	3	5	4	4	36	4
86	3	5	4	5	5	3	4	3	5	37	4.11111111
87	3	4	5	4	4	4	5	5	5	39	4.33333333
88	5	4	4	5	3	5	4	4	5	39	4.33333333
89	5	4	5	4	3	5	5	3	3	37	4.11111111
90	4	5	5	3	5	4	4	4	3	37	4.11111111
91	5	5	4	4	4	5	5	3	4	39	4.33333333
92	5	5	4	5	4	4	5	3	5	40	4.44444444
93	5	3	4	4	5	5	4	5	4	39	4.33333333
94	4	5	5	4	5	4	5	4	3	39	4.33333333
95	4	4	5	5	4	5	4	5	5	41	4.55555556
96	5	5	3	4	5	4	5	4	4	39	4.33333333
97	4	4	5	5	4	4	4	5	4	39	4.33333333
98	5	5	3	4	4	4	5	3	4	37	4.11111111
99	4	4	5	5	3	5	5	3	5	39	4.33333333
100	3	5	5	4	4	4	5	4	5	39	4.33333333

## Lampiran 5

## Uji Validitas Variabel Kepuasa

## CORRELATIONS

/VARIABLES=Pernyataan\_1 Pernyataan\_2 Pernyataan\_3 Pernyataan\_4  
 Pernyataan\_5 Pernyataan\_6 Pernyataan\_7 Pernyataan\_8 Pernyataan\_9  
 Pernyataan\_10 Pernyataan\_11 Pernyataan\_12 Pernyataan\_13  
 Pernyataan\_14 Pernyataan\_15 Pernyataan\_16 Total  
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG

## Correlations

	Pernyataan_1	Pernyataan_2	Pernyataan_3	Pernyataan_4	Pernyataan_5	Pernyataan_6	Pernyataan_7	Pernyataan_8	Pernyataan_9	Pernyataan_10	Pernyataan_11	Pernyataan_12	Pernyataan_13	Pernyataan_14	Pernyataan_15	Pernyataan_16	Total
Pernyataan_1	1	,065	,125	-,015	,065	,125	,169	-,042	,169	,066	-	-	,065	-	-	,109	,269**
Pearson Correlation																	
Sig. (2-tailed)		,518	,214	,884	,518	,214	,093	,675	,093	,514	,720	,912	,518	,675	,817	,281	,007
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan_2	,065	1	,067	,064	1,000**	,067	,170	,192	,170	,148	,100	,074	1,000**	,192	,066	,068	,685**
Pearson Correlation																	
Sig. (2-tailed)	,518		,510	,526	,000	,510	,091	,055	,091	,141	,323	,466	,000	,055	,517	,504	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan_3	,125	,067	1	-,217*	,067	1,000**	-	,071	-	,100	,042	,083	,067	,071	,172	-	,386**
Pearson Correlation																	
Sig. (2-tailed)	,214	,510		,030	,510	,000	,623	,482	,623	,323	,678	,411	,510	,482	,087	,714	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan_4	-,015	,064	-,217*	1	,064	-,217*	-,011	,052	-,011	,019	,059	,036	,064	,052	,065	,296*	,209*
Pearson Correlation																	
Sig. (2-tailed)	,884	,526	,030		,526	,030	,914	,609	,914	,851	,558	,719	,526	,609	,518	,003	,037
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan_5	,065	1,000**	,067	,064	1	,067	,170	,192	,170	,148	,100	,074	1,000**	,192	,066	,068	,685**
Pearson Correlation																	
Sig. (2-tailed)	,518	,000	,510	,526		,510	,091	,055	,091	,141	,323	,466	,000	,055	,517	,504	,000



_13	Sig. (2-tailed)	,518	,000	,510	,526	,000	,510	,091	,055	,091	,141	,323	,466		,055	,517	,504	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan	Pearson Correlation	- ,042	,192	,071	,052	,192	,071	,010	1,00	,010	,004	- ,041	,037	,192	1	,221*	- ,132	,403**
_14	Sig. (2-tailed)	,675	,055	,482	,609	,055	,482	,922	,000	,922	,965	,688	,713	,055		,027	,191	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan	Pearson Correlation	- ,023	,066	,172	,065	,066	,172	,215*	,221*	,215*	,266*	,056	,141	,066	,221*	1	- ,065	,431**
_15	Sig. (2-tailed)	,817	,517	,087	,518	,517	,087	,031	,027	,031	,008	,581	,161	,517	,027		,523	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan	Pearson Correlation	,109	,068	- ,037	,296*	,068	- ,037	,052	- ,132	,052	,191	,035	- ,082	,068	- ,132	- ,065	1	,224*
_16	Sig. (2-tailed)	,281	,504	,714	,003	,504	,714	,609	,191	,609	,057	,728	,417	,504	,191	,523		,025
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,269**	,685*	,386*	,209*	,685*	,386*	,458*	,403*	,458*	,397*	,225*	,269*	,685*	,403*	,431*	,224*	1
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,000	,037	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,024	,007	,000	,000	,000	,025	
	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

### Uji Validitas Variabel Loyalitas

CORRELATIONS

/VARIABLES=Pernyataan\_1 Pernyataan\_2 Pernyataan\_3 Pernyataan\_4  
Pernyataan\_5 Pernyataan\_6 Pernyataan\_7 Pernyataan\_8 Pernyataan\_9  
Total

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

### Correlations

		Perny ataan _1	Perny ataan _2	Perny ataan _3	Perny ataan _4	Perny ataan _5	Perny ataan _6	Perny ataan _7	Perny ataan _8	Perny ataan _9	Total
Pernyataan_1	Pearson Correlation	1	,078	,041	,275**	,189	,311**	,270**	,214*	,114	,498**
	Sig. (2-tailed)		,439	,686	,006	,060	,002	,007	,032	,257	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan_2	Pearson Correlation	,078	1	,012	,260**	,124	,055	,183	,023	,007	,347**
	Sig. (2-tailed)	,439		,905	,009	,220	,586	,069	,819	,942	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan_3	Pearson Correlation	,041	,012	1	,156	,155	,310**	,299**	,257**	,158	,471**
	Sig. (2-tailed)	,686	,905		,121	,122	,002	,002	,010	,117	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan_4	Pearson Correlation	,275**	,260**	,156	1	,141	,251*	,310**	,269**	,391**	,618**
	Sig. (2-tailed)	,006	,009	,121		,163	,012	,002	,007	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan_5	Pearson Correlation	,189	,124	,155	,141	1	,174	,286**	,190	,211*	,500**
	Sig. (2-tailed)	,060	,220	,122	,163		,084	,004	,058	,035	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan_6	Pearson Correlation	,311**	,055	,310**	,251*	,174	1	,407**	,330**	,306**	,650**
	Sig. (2-tailed)	,002	,586	,002	,012	,084		,000	,001	,002	,000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan_7	Pearson Correlation	,270**	,183	,299**	,310**	,286**	,407**	1	,339**	,234*	,678**
	Sig. (2-tailed)	,007	,069	,002	,002	,004	,000		,001	,019	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan_8	Pearson Correlation	,214*	,023	,257**	,269**	,190	,330**	,339**	1	,214*	,588**
	Sig. (2-tailed)	,032	,819	,010	,007	,058	,001	,001		,033	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Pernyataan_9	Pearson Correlation	,114	,007	,158	,391**	,211*	,306**	,234*	,214*	1	,555**
	Sig. (2-tailed)	,257	,942	,117	,000	,035	,002	,019	,033		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,498**	,347**	,471**	,618**	,500**	,650**	,678**	,588**	,555**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	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 7

### Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=Pernyataan_1 Pernyataan_2 Pernyataan_3 Pernyataan_4
Pernyataan_5 Pernyataan_6 Pernyataan_7 Pernyataan_8 Pernyataan_9
Pernyataan_10 Pernyataan_11 Pernyataan_12 Pernyataan_13
Pernyataan_14 Pernyataan_15 Pernyataan_16
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.
```

### Reliability Variabel X

[DataSet0]

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

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

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,675	16



## Lampiran 8

### Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=Pernyataan_1 Pernyataan_2 Pernyataan_3 Pernyataan_4
Pernyataan_5 Pernyataan_6 Pernyataan_7 Pernyataan_8 Pernyataan_9
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA
  /SUMMARY=TOTAL.
```

### Reliability Variabel Y

[DataSet0]

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

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

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,707	9

## Lampiran 9

### Uji Normalitas

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Loyalitas
  /METHOD=ENTER Kepuasan
  /SAVE RESID.

```

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,16540994
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,047
	Negative	-,072
Kolmogorov-Smirnov Z		,722
Asymp. Sig. (2-tailed)		,674

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Lampiran 10

### ALAT ANALISIS

#### Regresi Linier Sederhana

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,891	,544		1,638	,105
	Kepuasan	,742	,127	,508	5,836	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

#### Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,508 <sup>a</sup>	,258	,250	,354

a. Predictors: (Constant), Kepuasan

b. Dependent Variable: Loyalitas

#### Uji Kelayakan Model

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,257	1	4,257	34,063	,000 <sup>a</sup>
	Residual	12,246	98	,125		
	Total	16,503	99			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan

b. Dependent Variable: Loyalitas