

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI TOKO BUAH ASUA PONTIANAK**

SKRIPSI

OLEH :

**HERONIKA
NIM. 151310557**



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

2021

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI TOKO BUAH ASUA PONTIANAK**

Tanggung jawab Yuridis Kepada:

**HERONIKA
NIM. 151310557**

Program Studi Manajemen

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Dan Lulus
Dalam Ujian Skripsi / Komprehensif
Pada Tanggal : 24 Februari 2022**

Pembimbing Utama

Penguji Utama

**Samsuddin, SE, M.SI
NIDN. 11-131177-01**

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

Pembimbing Pembantu

Penguji Pembantu

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

**Sukardi, SE, MM
NIDN. 11-220282-01**

Pontianak, 24 Februari 2022

Disahkan Oleh:

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

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

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Buah Asua Pontianak”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat akhir untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Tidak lupa pula shalawat serta salam penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan syafaatnya, yang membawa umatnya dari alam kegelapan menuju ke alam yang terang benderang seperti saat ini yang diridhai Allah SWT.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, ST.,M.Eng, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Dedi Heriyanto, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
3. Bapak Samsuddin, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dorongan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik.
4. Bapak Fenni Supriadi, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah bersedia membimbing penulis dengan memberikan arahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.

5. Pimpinan beserta karyawan Toko Buah Asua Pontianak yang telah bersedia memberikan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangannya. Oleh karena itu segala koreksi maupun saran-saran yang konstruktif demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan dari semua pihak.

Sebagai penutup, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri penulis dan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Semoga Allah SWT menerima amal kebaikan kita. *Amin Ya Robbal Alamin.*

Pontianak, Maret 2022

Penulis

Heronika
NIM: 151310557

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Toko Buah Asua Pontianak. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif/hubungan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Pontianak yang pernah membeli buah-buahan di Toko Buah Asua di Pontianak Adapun sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang pelanggan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien derterminasi (R^2) dan uji kelayakan model (uji F).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persamaan regresi linier sederhana adalah $Y = -0,528 + 1,115X$. Koefisien kolerasi, yaitu $r = 0,720$. Artinya hubungan kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan dikategorikan kuat. Koefisien determinasi R^2 yang diperoleh adalah 0,519, artinya variabel loyalitas pelanggan (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan sebesar 51,9%. Sedangkan sisanya yaitu 48,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam penelitian ini. Uji kelayakan regresi menunjukkan bahwa nilai probabilitas *value* $< 0,05$, sehingga H_0 ditolak yang artinya model regresi bisa digunakan untuk memprediksi variabel loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan..

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Kerangka Pemikiran	8
G. Metode Penelitian	10
1. Jenis Penelitian	10
2. Teknik Pengumpulan Data	11
3. Populasi dan Sampel	12
4. Skala Pengukuran	15
5. Teknik Analisis Data	15
BAB II LANDASAN TEORI	20
A. Pemasaran.....	20
1. Pengertian Pemasaran.....	20

2.	Proses Pemasaran	20
3.	Strategi Pemasaran	21
B.	Kualitas Pelayanan	21
1.	Pengertian Pelayanan	21
2.	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	22
C.	Loyalitas Pelanggan.....	23
1.	Pengertian Loyalitas Pelanggan	23
2.	Tahap Peningkatan Loyalitas Pelanggan.....	24
3.	Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	25
BAB III	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	26
A.	Sejarah Berdirinya Toko Buah Asua.....	26
B.	Tujuan.....	27
C.	Struktur Organisasi	27
D.	Karyawan.....	29
E.	Sistem Penggajian dan Tunjangan.....	30
F.	Cuti	30
G.	Pemasaran.....	31
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	32
A.	Karakteristik Responden	32
B.	Uji Instrumen.....	36
C.	Uji Normalitas	38
D.	Analisis Regresi Linier Sederhana	39
E.	Koefisien Korelasi	39

F. Koefisien Determinasi (R^2)	40
G. Uji Kelayakan Model	40
BAB V PENUTUP	41
A. Kesimpulan	41
B. Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Nama Usaha Usaha Toko Buah di Kecamatan Kota Pontianak Tahun 2020.....	2
Tabel 1.2	Toko Buah Asua Pontianak Peralatan Pendukung Tahun 2020....	3
Tabel 1.3	Toko Buah Asua Daftar Harga Buah Tahun 2018-2020.....	4
Tabel 1.4	Toko Buah Asua Pontianak Laba Bersih Tahun 2017-2019.....	5
Tabel 1.5	Skala Pengukuran dan Bobot Penilaian	15
Tabel 1.6	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	18
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	34
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	34
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Menurut Pendapatan per Bulan	35
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	36
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan.....	36
Tabel 4.8	Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner Penelitian Kualitas Layanan (X)	37
Tabel 4.9	Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner Penelitian Loyalitas Pelanggan (Y).....	38
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	38
Tabel 4.11	Pengujian Normalitas	39
Tabel 4.12	Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana	39
Tabel 4.13	Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	40
Tabel 4.14	Hasil Perhitungan Uji F.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran	10
Gambar 3.1	Struktur Organisasi Toko Buah Asua Pontianak.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	45
Lampiran 2	Data.....	49
	A. Karakteristik Responden	49
	B. Kualitas Layanan.....	53
	C. Loyalitas Pelanggan	57
Lampiran 3	Hasil Uji.....	61
	A. Validitas dan Reliabilitas.....	61
	B. Karakteristik Responden	66
	C. Uji Normalitas	67
	D. Analisis Regresi Linier Sederhana	68
	E. Koefisien Korelasi (R).....	68
	F. Koefisien Determinasi (R^2)	68
	G. Uji Kelayakan Model	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kota Pontianak merupakan wilayah potensial untuk melakukan bisnis, khususnya hortikultura. Produk hortikultura khususnya buah-buahan sangat banyak dijual di toko-toko buah di Kota Pontianak. Kebutuhan akan buah-buahan selalu ada karena buah-buahan menjadi pelengkap konsumsi masyarakat. Usaha pemenuhan kebutuhan pelanggan akan buah-buahan tercermin dengan semakin membanjirnya buah impor baik dari ragam jenis buah maupun volumenya.

Tingginya permintaan akan buah-buahan di Kota Pontianak ditandai dengan banyaknya masyarakat yang berjualan buah dengan membuka kios-kios di pinggir jalan dan mendirikan toko buah bahkan ada yang menjual buah-buahan dengan cara membuka lapak di trotoar jalan serta menjual buah-buahan dengan cara berkeliling dari gang ke gang lain.

Para pelaku bisnis buah-buahan berupaya mempertahankan pelanggan sebagai prioritas utama dibandingkan mendapatkan pelanggan baru. Dengan demikian, mempertahankan pelanggan merupakan persoalan strategi kunci yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Menurut Firmansyah (2019:219): “Yang terpenting adalah mendapatkan pelanggan seumur hidup dari pada mendapatkan keuntungan yang lebih besar dalam transaksi-transaksi individual. Pada akhirnya, pelanggan loyal anda akan membeli lebih banyak dan mungkin bisa menjadi sarana iklan terbaik untuk bisnis anda”.

Berikut data toko buah di Kecamatan Pontianak Kota pada Tabel 1.1

berikut:

Tabel 1.1
DMPTSP Kota Pontianak
Nama Usaha Toko Buah di Kecamatan Pontianak Kota
Tahun 2021

No	Nama Usaha	Alamat Usaha
1	Toko Buah NZE Fresh Fruits 3	Jalan Dr. Wahidin, Sungai Jawi, Kecamatan Pontianak Kota, Kota Pontianak.
2	Toko Buah Jaya	Jalan Patimura No. 25-26, Darat Sekip, Kecamatan Pontianak Kota, Kota Pontianak, Kalimantan Barat.
3	Toko Buah Asuh	Jalan Putri Dara Hitam Gg. Tani I, Sungai Bangkong, Kecamatan Pontianak Kota, Kota Pontianak, Kalimantan Barat.
4	Toko Buah Humaira	Ps. Kemuning, Jl. Prof. M. Yamin, Sungai Bangkong, Kecamatan Pontianak Kota, Kota Pontianak.
5	Toko Buah Didi	Jalan Aliyang Kelurahan Sungai Bangkong, Kecamatan Pontianak Kota, Kota Pontianak, Kalimantan Barat.
6	Kios / Los Hartati	Ps. Pagi, Jl. Dr. Wahidin, Sungai Bangkong, Kecamatan Pontianak Kota, Kota Pontianak.
7	Warung Sayur dan Buah	Jalan Ampera No.12, Sungai Bangkong, Kecamatan Pontianak Kota, Kota Pontianak, Kalimantan Barat.
8	Kios / Los Kasim	Ps. Pagi, Jl. Dr. Wahidin, Sungai Bangkong, Kecamatan Pontianak Kota, Kota Pontianak, Kalimantan Barat.

Sumber: DMPTSP Kota Pontianak, 2021.

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terdapat 8 (delapan) perusahaan toko buah yang tersebar di Kecamatan Pontianak Kota. Salah satu toko buah di Kecamatan Pontianak Kota adalah Toko Buah Asua yang beralamat di Jalan Putri Dara Hitam Gg. Tani 1, Kelurahan Sungai Bangkong, Kecamatan Pontianak Kota, Kota Pontianak, Provinsi Kalimantan Barat.

Berikut data harga buah di Toko Buah Asua Pontianak, sebagaimana pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2
Toko Buah Asua
Daftar Harga Buah Tahun 2021

No	Jenis Buah	Harga Per Kilo (Rp)
1	Apel	20.000,00-60.000,00
2	Anggur	60.000,00-80.000,00
3	Alpukat	22.000,00-30.000,00
4	Buah Naga Merah	20.000,00-30.000,00
5	Buah Naga Putih	11.000,00-20.000,00
6	Durian Montong	30.000,00-35.000,00
7	Jeruk	12.000,00-35.000,00
8	Jambu Air	12.000,00-15.000,00
9	Jambu Biji	10.000,00-12.000,00
10	Kurnam	38.000,00-40.000,00
11	Lengkeng	25.000,00-40.000,00
12	Langsat	10.000,00-15.000,00
13	Nanas	5.000,00-15.000,00
14	Mangga	13.000,00-30.000,00
15	Melon	10.000,00-15.000,00
16	Pear	18.000,00-40.000,00
17	Sawo	13.000,00-18.000,00
18	Salak	14.000,00-18.000,00
19	Semangka	7.000,00-10.000,00
20	Pisang	12.000,00-18.000,00

Sumber: Toko Buah Asua Pontianak, 2021

Berdasarkan Tabel 1.2 diketahui bahwa harga buah di Toko Buah Asua Pontianak Tahun 2021 fluktuatif sesuai musim buah.

Toko Buah Asua merupakan salah satu toko buah yang menjual buah lokal dan *import* di Pontianak. Toko Buah Asua ini memiliki peralatan dalam mendukung kegiatan operasional penjualan buah-buahan, sebagaimana pada Tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.3
Toko Buah Asua Pontianak
Peralatan Pendukung
Tahun 2020

No	Peralatan Pendukung	Jumlah
1	Mesin Kasir	3
2	Timbangan Digital	3
3	Kursi	7
4	Kulkas	9
5	Kendaraan	2
6	Meja	12
7	<i>Closed Cirkuit Television (CCTV)</i>	3
8	WC	2

Sumber: Toko Buah Asua Pontianak, 2020

Tabel 1.2 di atas, menunjukkan bahwa peralatan pendukung penjualan buah-buahan paling banyak adalah meja yaitu sebanyak 12 (dua belas) unit. Meja tersebut dipergunakan untuk menyimpang jenis buah-buahan yang diperjual belikan untuk mempermudah pelanggan dalam memilih jenis buah yang diinginkan, terdapat 9 (sembilan) unit Kulkas yang dipergunakan untuk menyimpan jenis buah-buahan yang sudah masak agar tetap segar, terdapat 7 (tujuh) kursi dipersiapkan untuk tempat duduk pelanggan yang membawa serta keluarga yang menunggu, terdapat 3 (tiga) unit mesin kasir dan 3 (tiga) unit timbangan digital yang berfungsi mempercepat proses pelayanan, kemudian terdapat 3 (tiga) unit *Closed Cirkuit Television (CCTV)* untuk mengawasi dan memberikan perlindungan terhadap kemungkinan ancaman pencurian, dan meningkatkan produktivitas karyawan dalam bekerja. Selanjutnya terdapat 2 (dua) unit WC yang dapat digunakan oleh karyawan dan pelanggan.

Peralatan pendukung yang dimiliki Toko Buah Asua untuk mendukung karyawan dalam memberikan pelayanan terbaik terhadap para pelanggan,

sehingga pelanggan merasa puas dan akhirnya menjadi pelanggan setia. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama. Menurut Wijaya (2018:22): “Memberikan kualitas dan layanan pelanggan yang superior secara konsisten akan memungkinkan perusahaan membangun sejumlah kekuatan penting seperti rintangan masuk bagi para pesaing, loyalitas pelanggan, produk yang dibedakan, biaya pemasaran yang lebih rendah, dan harga yang lebih tinggi”.

Berikut laporan penjualan buah pada Toko Buah Asua sebagai berikut:

Tabel 1.4
Toko Buah Asua Pontianak
Laba Bersih
Tahun 2017-2019

No	Tahun	Total Penjualan	Total Belanja Modal	Laba Bersih	Naik/Turun (%)
1	2017	3.339.561.000	2.335.910.000	654.272.950	-
2	2018	4.143.710.000	3.164.440.000	679.476.250	3,85
3	2019	4.908.085.000	3.764.570.000	859.376.000	26,48

Sumber: Toko Buah Asua Pontianak, 2021

Berdasarkan Tabel 1.4 di atas, dapat diketahui bahwa laba bersih Toko Buah Asua Pontianak Tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 3,85% dari Tahun 2017 dan Tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 26,48% dari Tahun 2018.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Mu'ah dan Masram (2014:56): “Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan pelanggan”.

Menurut Wijaya (2018:3): “Dalam strategi pemasaran, mengelola kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan tujuan jangka panjang

perusahaan. Pelanggan merupakan aktor utama dalam bisnis sehingga memberikan kepuasan bagi pelanggan merupakan tantangan perusahaan. Kualitas juga menjadi bagian perusahaan untuk tetap bertahan (*survive*) dalam persaingan”.

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Bapak Asua selaku pemilik Toko Buah Asua yang Toko Buah Asua ini dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan dengan menyediakan buah-buahan dengan kualitasnya terbaik, harganya lebih murah, memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan dengan membantu pelanggan memilih buah yang segar, berpenampilan yang menarik, menggunakan bahasa yang sopan dengan pelanggan, dan menyediakan kursi untuk pelanggan menunggu.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Toko Buah Asua Pontianak.

B. Permasalahan

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas maka penulis mengangkat suatu permasalahan yaitu: “Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Toko Buah Asua Pontianak?”

C. Pembatasan Masalah

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka dalam penelitian ini dibatasi pada:

1. Kualitas layanan diukur dengan *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Emphaty* (Empati).
2. Loyalitas pelanggan diukur dengan melakukan pembelian secara teratur (*Makes Regular Repeat Purchases*), merekomendasikan produk lain (*Refers Other*), dan menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an Immunity to the Full of the Competition*).

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Toko Buah Asua Pontianak.

E. Manfaat Penulisan

1. Bagi Penulis

Penulisan ini menjadi pengalaman dan pemahaman tentang terapan teori-teori yang di peroleh selama perkuliahan khususnya pada pemecahan masalah yang di hadapi.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan berharap bahwa penulisan ini dapat memberi manfaat sebagai sumbangan pemikiran atau masukan bagi perusahaan yang bersangkutan dalam menentukan kebijakan-kebijakan sehingga akan memudahkan bagi pihak perusahaan untuk mengetahui tingkat perkembangan perusahaan yang mereka miliki.

3. Bagi Almamater

Penelitian diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan bagi para pembaca dalam menilai kebijakan perusahaan serta menjadi referensi untuk mahasiswa yang masa akan datang.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Mulyawan (2016:14): “Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan prinsip: lebih mudah, lebih baik, cepat, tepat, akurat, ramah, sesuai dengan harapan pelanggan”.

Kotler dalam Alma (2018:287) mengungkapkan ada 5 faktor dominan atau penentu kualitas jasa disingkat dengan TERRA yaitu:

1. *Tangible* (berwujud) yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, terawat lancer dsb.
2. *Empaty* yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan. Misalnya karyawan harus mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan. Jika pelanggan mengeluh maka harus dicari solusi segera, agar selalu terjaga hubungan harmonis, dengan menunjukkan rasa peduli yang tulus.
3. *Responsiveness* (cepat tanggap) yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/*complaint* dari konsumen.
4. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten.
Assurance (kepastian) yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Menurut Kotler dan Keller, (2007) dalam Firmansyah (2019:46): “Loyalitas atau kesetiaan didefinisikan sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli atau berlangganan lagi produk atau jasa tertentu di masa

depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perubahan perilaku”.

Menurut Griffin (2002:31) dalam Hurriyati (2015:130) pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

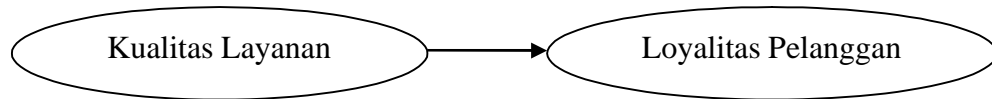
1. Melakukan pembelian secara teratur (*Makes Regular Repeat Purchases*)
2. Membeli diluar lini produk/jasa (*Purchases across Product and Service Lines*)
3. Merekomendasikan produk lain (*Refers Other*)
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesain (*Demonstrates an Immunity to the Full of the Competition*)

Penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Irjayanti, dkk (2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Esther House of Beauty Manado (Studi Kasus Pada Pelanggan Klinik Esther House of Beauty Manado)” menunjukkan bahwa secara parsial menunjukkan pengaruh variabel bebas yang terdiri dari Keandalan (X₁), Daya Tanggap (X₂), Jaminan (X₃), Empati (X₄) berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Esther House of Beauty Manado.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Rizkillah dan Suryani (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Bamboo Coffee dan Resto di Lhokseumawe” menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, kelima dimensi tersebut mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah dilihat pada Gambar 1.1:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif/hubungan. Menurut Abdullah (2015:123): “Penelitian asosiatif merupakan penelitian untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih”. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Toko Buah Asua Pontianak.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut Abdullah (2015:246): “Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner”. Dengan demikian, data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara dan hasil kuesioner. Data primer dikumpulkan dengan cara:

1) Wawancara

Menurut Abdullah (2015:250): “Wawancara adalah salah satu cara pengumpulan data penelitian yang dilakukan secara langsung (tatap muka) antara peneliti dengan responden”.

Dengan demikian, wawancara dilakukan dengan pemilik Toko Buah Asua di Pontianak.

2) Kuesioner / Angket.

Menurut Abdullah (2015:248): “Kuesioner (angket) adalah cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut”. Kuesioner diberikan kepada pelanggan yang membeli buah-buahan di Toko Buah Asua di Pontianak.

b. Data Sekunder

Menurut Abdullah (2015:247): “Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain, data primer disajikan antara lain dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.”. Data sekunder dalam penelitian berupa nama usaha toko buah di Kota Pontianak, peralatan pendukung Toko Buah Asua, harga buah Toko Buah Asua dan laporan laba rugi Toko Buah Asua.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Siyoto, dkk (2015:63): “Populasi adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Itulah definisi populasi dalam penelitian.”.

Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Pontianak yang pernah membeli buah-buahan di Toko Buah Asua di Pontianak dan telah memiliki KTP tetap di Kota Pontianak.

b. Sampel

Menurut Siyoto, dkk (2015:64): “Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya”. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dengan menggunakan teknik *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2015:68): “*Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

Tujuan dari pengambilan sampel ini adalah untuk memperoleh keterangan mengenai objeknya hanya dengan mengamati sebagian dari populasi. Jadi sampel merupakan bagian dari populasi. Untuk jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka digunakan rumus Michel dalam Siregar, (2017:62) sebagai berikut:

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

Sumber: Siregar (2017:62)

Keterangan:

n = Sampel

p = Proporsi populasi

q = $1-p$

Z = Tingkat kepercayaan/signifikan

e = *Margin of error*

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau distribusi normal 1,64 dan proporsi membeli buah di Toko Buah Asua sebesar 0,2 dengan tingkat signifikan 90% dan *margin error* 10%, maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$= 1-0,9=0,1$$

$$/2 = 0,1/2=0,05$$

$$Z = 1-0,05$$

$$= 0,95 \text{ (dari distributor normal 1,64)}$$

$$p = 0,4$$

$$q = 1-0,4=0,6$$

$$e = 0,1$$

Sehingga minimum jumlah sampel yang harus diambil adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{(1,64)^2 0,4 \cdot 0,6}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(2,6896) 0,24}{0,01}$$

$$n = \frac{645504}{0,01} = 64,5504$$

Berdasarkan rumus di atas dapat diperoleh sampel minimal sebanyak 65 orang, namun dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah 100 orang masyarakat yang membeli buah di Toko Buah Asua.

Adapun kriteria pemilihan sampel antara lain:

- 1) Pelanggan yang sudah pernah melakukan pembelian buah-buahan di Toko Buah Asua minimal dua kali pembelian.
- 2) Pelanggan yang melakukan pembelian buah-buahan di Toko Buah Asua atas keputusan sendiri.

4. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur kuesioner merujuk pada skala likert. Menurut Hardani, dkk (2020:390): “Skala Likert terdiri dari serangkaian pernyataan tentang sikap responden terhadap objek yang diteliti”.

Model angket di sini berupa daftar ceklis () yang terdiri dari 5 alternatif jawaban, sebagaimana tabel berikut:

Tabel 1.5
Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Kriteria
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

5. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

Menurut Siregar (2017:75): “Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama”.

Menurut Hardani, dkk (2020:116): “Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data”.

Adapun uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas:

1) Uji Validitas

Menurut Umar (2014:59):

Validitas dalam penelitian dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Paling tidak yang dapat kita lakukan dalam menetapkan validitas suatu instrumen pengukuran adalah menghasilkan derajat yang tinggi dari kedekatan data yang diperoleh dengan apa yang kita yakini dalam pengukuran.

Uji validitas menggunakan teknik uji validitas internal dengan korelasi *product moment* dari *Pearson* dengan menggunakan SPSS. Menurut Siregar (2017:77): “Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila: koefisien korelasi

$product\ moment > r_{tabel} (; n - 2)$ $n =$ jumlah sampel dan nilai sig ”.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Umar (2014:58): “Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran”. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Teknik *Cronbach's Alpha* menurut Siregar (2017:90): “Teknik atau rumus ini dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berskala, seperti 1-3, 1-5 dan 1-7 atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian sikap”.

Menurut Siregar (2017:90): “Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$ ”.

b. Uji Normalitas

Menurut Nuryadi, dkk (2017:79): “Uji normalitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal. Distribusi normal adalah distribusi simetris dengan modus, mean dan median berada dipusat”.

Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* dengan SPSS versi 19.0.

Menurut Purnomo (2016:112): “Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, poisson, uniform, atau exponential. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi

residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05”.

c. Regresi Linear Sederhana

Sugiyono (2015:261) menyatakan bahwa: “Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”. Dengan demikian, tujuan penggunaan regresi linier sederhana adalah untuk mengetahui pengaruh antara kepuasan pelanggan (X) dan loyalitas pelanggan (Y) dengan menggunakan persamaan regresi linear sederhana dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b.X$$

Sumber: Umar (2014:114)

Keterangan:

Y = Variabel tidak bebas

X = Variabel bebas

a = Nilai *intercept* (konstan)

b = Koefisien arah regresi

Dalam melakukan analisis regresi linear sederhana penulis menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS.

d. 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”.

Penentuan koefisien korelasi dengan menggunakan metode analisis korelasi *Pearson Product Moment* dari *Pearson* dengan bantuan SPSS.

Cara mengetahui kekuatan hubungan korelasi digunakan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1.6
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi

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

Sumber: Siregar (2017:337)

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Siregar (2017:338): “Koefisien determinasi KD adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap Y (terikat)”. Menurut Suyono (2015:82): “Definisi umum koefisien determinasi, disimbolkan dengan R^2 ”.

f. Uji F (Uji Kelayakan Model)

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

Menurut Suyono (2015:48):

Model regresi linier sederhana yang digunakan untuk memodelkan hubungan linier antara variabel independen X dan variabel dependen Y dikatakan sesuai jika β_0 dan β_1 keduanya tidak sama dengan 0. Oleh karena itu, rumusan hipotesis untuk menguji kesesuaian model (*model adequacy*) adalah:

$H_0: \beta_0 = \beta_1 = 0$ (model tidak sesuai)

H_1 : Paling sedikit ada satu tanda β (model sesuai).

Adapun hipotesis untuk menguji regresi adalah:

H_0 = Model regresi sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi variabel loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan.

H_a = Model regresi sederhana dapat digunakan untuk memprediksi variabel loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan.

Kriteria pengujian:

H_0 diterima H_a ditolak apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}, \alpha = 5\%$

H_0 ditolak H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}, \alpha = 5\%$

Atau

Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima H_a ditolak

Jika nilai signifikan $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak H_a diterima

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar berjenis kelamin perempuan, berusia 18-27 Tahun, berpendidikan SMA, mempunyai pekerjaan swasta, penghasilan antara Rp. 3.000.000-Rp. 3.999.999, berstatus kawin, dan mempunyai tanggungan sebanyak 3 orang.
2. Persamaan regresi linier sederhana adalah $Y = -0,528 + 1,115X$.
3. Koefisien kolerasi, yaitu $r = 0,720$. Artinya hubungan kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan dikategorikan kuat.
4. Koefisien determinasi R^2 yang diperoleh adalah 0,519, artinya variabel loyalitas pelanggan (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan sebesar 51,9%. Sedangkan sisanya yaitu 48,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam penelitian ini.
5. Uji kelayakan regresi menunjukkan bahwa nilai probabilitas *value* < 0,05, sehingga H_0 ditolak yang artinya model regresi bisa digunakan untuk memprediksi variabel loyalitas pelanggan yang dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan.

B. Saran

Dari penelitian yang peneliti lakukan maka dapat disampaikan beberapa saran yang kiranya dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Toko Buah Asua hendaknya memberikan arahan kepada karyawan untuk berbicara dengan sopan dalam memberikan informasi jenis buah-buahan dan harga terhadap seluruh pelanggan yang datang membeli buah, karena hal ini dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas dan tidaknya pelanggan, menambah jenis-jenis buah-buahan, karena banyaknya pilihan buah akan mempengaruhi keputusan pelanggan membeli buah, memperbaiki lahan parkir untuk memberikan kenyamanan bagi pelanggan.
2. Toko Buah Asua hendaknya meningkatkan pelayanan sehingga pelanggan merasa nyaman dan menjadi pelanggan tetap dan tidak terpengaruh terhadap toko buah lain yang menawarkan harga yang lebih murah, walaupun harga buah di Toko Buah Asua berubah-ubah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo, Yogyakarta.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Global Research and Consulting Institute, Selawesi Selatan.
- Darmanto dan Sri Wardaya. 2012. *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Deepublish Publisher, Surakarta.
- Dwiastuti, Rini, Agustina Shinta, Riyanti, Isaskar. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. UB Press, Malang.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Qiara Media, Surabaya.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media, Surabaya.
- Firmansyah, M. Anang. 2019. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media, Surabaya.
- Gani, Irfan dan Amalia, Siti. 2015. *Alat Analisis Data Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Andi, Yogyakarta.
- Hardani, Nur Hikmatul Auliya, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, dan Jumari Ustiaty, Evi Fatmi Utami, Dhika Juliana Sukmana, Ria Rahmatul Istiqomah. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Pustaka Ilmu, Yogyakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Irjayanti, Endah, Johny Revo Elia Tampi, Danny David Samuel Mukuan. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Esther House of Beauty Manado (Studi Kasus Pada Pelanggan Klinik Esther House of Beauty Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 6 (2) 1-9.
- Lusiah, 2018. *Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Hasil Penelitian pada Mahasiswa Universitas Swasta di Kota Medan*. Deepublish Publisher, Medan.

- Mu'ah dan Masram. 2014. *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Zifatama Publisher, Sidoarjo.
- Mulyawan, Rahman. 2016. *Birokrasi Dan Pelayanan Publik*. UNPAD, Jawa Barat.
- Nuryadi, Turu Dewi Astuti, Endang Sri Utami, dan M. Budiantara, 2017. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Sibuku Media, Yogyakarta.
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS Untuk Mahasiswa, Dosen, dan Praktisi*. Wade Group, Unmuh Ponorogo Press.
- Rahayu, Sri. 2019. *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata*. Penerbit Anugrah Jaya, Palembang.
- Rizkillah, Amanda, dan Rahmawati Suryani. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Bamboo Coffee dan Resto di Lhokseumawe. *MBIA*. Vol. 19 (1). 87-96.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Ubpress, Malang.
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Siyoto, Sandu, dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing, Yogyakarta.
- Sumarwan, Ujang, Ahmad Jauzi, Asep Mulyana, Bagio Nugroho Karno, Ponti Kurniawan Mawardi, dan Wahyu Nugroho. 2013. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor : PT Penerbit IPB Press.
- Sugiyono, 2015. *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- _____, 2015. *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Publisher, Sleman.
- Umar, Husein. 2014. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Wijaya, Tony. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano*. Indeks, Jakarta.
- Yulianti, Farida, Lamsah, dan Feriyadi. 2019. *Pemasaran: Konsep dan Aplikasi*. IPB Press, Bogor.

Lampiran 1

KUESIONER

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir atau skripsi yang sedang saya lakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak, maka saya melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI TOKO BUAH ASUA PONTIANAK”**.

Salah satu cara untuk mendapatkan data adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Untuk itu, saya mohon bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk memberikan keterangan dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan. Daftar pertanyaan yang saya sampaikan semata-mata untuk mendapatkan data yang sesungguhnya yang ada di lapangan, yang nantinya akan digunakan untuk menyusun skripsi. Oleh karena itu sangat diharapkan bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/Saudari sekalian. Atas bantuan dan kerja samanya saya ucapkan terima kasih.

A. Data Peneliti

1. Nama : Heronika
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. NIM : 151310557
4. Program Studi : Manajemen
5. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
6. Universitas : Muhammadiyah Pontianak

B. Data Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Pekerjaan :
6. Penghasilan Per Bulan :
7. Status Perkawinan :
8. Jumlah Tanggungan :
9. No Hp :

C. Petunjuk

Berilah tanda centang () pada jawaban yang anda anggap paling mewakili diri anda di kolom yang telah disediakan. Anda diminta untuk memberikan opini atas pernyataan yang telah disediakan. Alternatif jawaban:

- SS = Sangat Setuju
 ST = Setuju
 KS = Kurang Setuju
 TS = Tidak Setuju
 STS = Sangat Tidak Setuju

D. Daftar Pernyataan

1. Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
A	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)					
1	Toko buah Asua memiliki penyimpan buah-buahan tertata dengan rapi dan baik					
2	Toko buah Asua memiliki peralatan seperti timbangan di gital dan mesin kasir yang berfungsi dengan baik					
3	Toko buah Asua memiliki lingkungan yang bersih dan rapi					
4	Toko buah Asua menyediakan halaman parkir yang memadai					
B	<i>Reliability</i> (Keandalan dalam Pelayanan)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
5	Jam buka toko buah Asua tepat waktu					
6	Karyawan di toko buah Asua berbicara dengan sopan kepada pelanggan					
7	Karyawan di toko buah Asua berbicara dengan ramah kepada pelanggan					
8	Karyawan di toko buah Asua menyelesaikan pelayanan pembayaran dengan waktu yang cepat					

C	Responsiveness (Tanggapan dalam Pelayanan)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
9	Karyawan selalu tanggap terhadap masalah yang timbul					
10	Karyawan selalu tanggap terhadap keluhan dari pelanggan					
11	Karyawan selalu cepat merespon pelanggan yang datang.					
12	Karyawan selalu memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan.					
D	Assurance (Jaminan Layanan)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
13	Karyawan Toko Buah Asua mampu menanamkan kepercayaan terhadap kualitas buah-buahan yang dibeli pelanggan.					
14	Karyawan bertanggung jawab terhadap keamanan pelanggan di lingkungan Toko Buah Asua.					
15	Karyawan bertanggung jawab terhadap kenyamanan pelanggan saat belanja di Toko Buah Asua.					
E	Empathy (Empati Layanan)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
16	Karyawan Toko Buah Asua memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan.					
17	Karyawan memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan Toko Buah Asua.					
18	Karyawan Toko Buah Asua tidak membedakan perlakuan pelayanan terhadap pelanggan					

2. Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
A	Pembelian Secara Teratur (Makes Regular Repeat Purchases)					
1	Saya akan selalu berbelanja buah-buahan di Toko Buah Asua.					

2	Saya akan tetap berbelanja buah-buahan di Toko Buah Asua walaupun harga buah-buahannya berubah-ubah.					
B	Merekomendasikan Produk Lain (<i>Refers Other</i>)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
3	Saya menentukan hal yang positif tentang Toko Buah Asua.					
4	Saya tetap memilih buah-buahan di Toko Buah Asua meski ada tawaran dari toko buah yang lain					
5	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli buah-buahan di Toko Buah Asua.					
C	Menunjukkan Kekebalan Dari Daya Tarik Produk Sejenis Dari Pesaing (<i>Demonstrates an Immunity to the Full of the Competition</i>)	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
6	Saya tidak tertarik untuk pindah ke toko buah lain walaupun toko buah lain menawarkan beragam diskon harga.					
7	Saya tidak pernah membeli buah-buahan di toko buah lain, selain di Toko Buah Asua.					
8	Saya menolak tawaran dari teman untuk membeli buah-buahan di toko buah lain					
9	Saya menolak tawaran dari keluarga untuk membeli buah-buahan di toko buah lain					

Lampiran 2

DATA

A. Karakteristik Responden

Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan	Status_Perkawinan	Jumlah_Tanggungan
R-1	P	34	SMA	Swasta	5.000.000	Kawin	3
R-2	P	40	SMP	Swasta	4.000.000	Kawin	3
R-3	L	20	SMA	Mahasiswa	3.000.000	Belum Kawin	0
R-4	P	40	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	3
R-5	P	30	PT	Swasta	5.000.000	Kawin	3
R-6	P	21	SMA	Mahasiswa	3.000.000	Belum Kawin	0
R-7	L	18	SMP	Swasta	3.000.000	Belum Kawin	0
R-8	L	20	SMA	Mahasiswa	3.000.000	Belum Kawin	0
R-9	P	40	SMA	PNS	3.000.000	Kawin	2
R-10	P	30	SMP	Swasta	2.500.000	Kawin	3
R-11	P	35	PT	Swasta	4.000.000	Kawin	2
R-12	L	34	SMA	Swasta	4.000.000	Kawin	3
R-13	P	33	PT	Swasta	5.000.000	Kawin	3
R-14	P	34	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	2
R-15	L	18	SMP	Swasta	3.500.000	Belum Kawin	0
R-16	L	20	SMA	Mahasiswa	2.500.000	Belum Kawin	0
R-17	P	40	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	3
R-18	L	30	SMA	Swasta	4.000.000	Kawin	3
R-19	L	35	SMP	Swasta	3.500.000	Kawin	2

R-20	L	24	PT	Mahasiswa	5.000.000	Belum Kawin	0
R-21	P	23	SMA	Mahasiswa	4.000.000	Belum Kawin	0
R-22	P	24	PT	Mahasiswa	3.000.000	Belum Kawin	0
R-23	L	26	SMA	Mahasiswa	2.500.000	Belum Kawin	0
R-24	P	20	SMP	Swasta	2.500.000	Belum Kawin	0
R-25	L	40	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	4
R-26	P	30	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	3
R-27	P	25	SMA	Swasta	3.500.000	Kawin	4
R-28	L	26	SMP	Swasta	5.000.000	Kawin	3
R-29	L	23	PT	Mahasiswa	2.500.000	Kawin	3
R-30	P	24	SMA	Mahasiswa	3.000.000	Kawin	3
R-31	P	26	SMA	Mahasiswa	3.000.000	Kawin	3
R-32	P	20	SMA	Mahasiswa	3.000.000	Belum Kawin	0
R-33	P	30	SMP	Mahasiswa	2.500.000	Kawin	3
R-34	L	30	SMA	Mahasiswa	2.500.000	Kawin	3
R-35	L	25	SMA	Mahasiswa	2.500.000	Kawin	2
R-36	P	24	SMA	Mahasiswa	3.000.000	Kawin	3
R-37	P	53	SMA	PNS	3.000.000	Kawin	2
R-38	L	24	SMA	Mahasiswa	3.500.000	Kawin	3
R-39	P	36	SMA	PNS	3.000.000	Kawin	2
R-40	P	20	SMA	Mahasiswa	5.000.000	Belum Kawin	0
R-41	L	40	PT	PNS	5.000.000	Kawin	3
R-42	L	30	SMP	PNS	5.000.000	Kawin	2
R-43	P	25	SMA	Mahasiswa	6.000.000	Kawin	3
R-44	L	23	SMA	Mahasiswa	3.000.000	Kawin	3

R-45	P	33	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	2
R-46	L	34	SMP	Swasta	3.000.000	Kawin	2
R-47	L	32	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	3
R-48	P	20	SMA	Mahasiswa	3.500.000	Belum Kawin	0
R-49	P	30	SMA	Swasta	3.500.000	Kawin	3
R-50	P	30	SMA	Swasta	3.500.000	Kawin	2
R-51	L	24	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	2
R-52	L	40	SMP	Swasta	3.500.000	Kawin	3
R-53	L	20	SMP	Swasta	3.500.000	Belum Kawin	0
R-54	L	40	SMA	Swasta	2.500.000	Kawin	3
R-55	L	30	PT	Swasta	2.500.000	Kawin	3
R-56	L	21	SMA	Swasta	4.000.000	Belum Kawin	0
R-57	L	33	SMP	Swasta	5.000.000	Kawin	3
R-58	P	20	SMA	Swasta	3.500.000	Belum Kawin	0
R-59	P	40	SMA	PNS	3.500.000	Kawin	3
R-60	P	30	PT	PNS	4.000.000	Kawin	3
R-61	L	38	PT	PNS	4.500.000	Kawin	3
R-62	P	34	SMA	PNS	3.000.000	Kawin	2
R-63	L	23	PT	PNS	3.500.000	Belum Kawin	0
R-64	P	23	SMA	PNS	3.500.000	Belum Kawin	0
R-65	P	26	PT	PNS	3.500.000	Kawin	3
R-66	P	20	SMA	PNS	3.000.000	Belum Kawin	0
R-67	P	40	SMA	PNS	3.000.000	Kawin	3
R-68	L	30	SMA	PNS	4.500.000	Kawin	2
R-69	P	55	PT	PNS	4.000.000	Kawin	3

R-70	P	30	PT	PNS	3.000.000	Kawin	2
R-71	P	33	SMA	PNS	3.000.000	Kawin	3
R-72	P	34	PT	Swasta	5.500.000	Kawin	3
R-73	L	26	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	2
R-74	P	20	SMP	Swasta	3.000.000	Belum Kawin	0
R-75	L	40	SMA	Swasta	2.500.000	Kawin	3
R-76	P	30	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	2
R-77	P	35	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	3
R-78	P	34	SMP	Swasta	3.500.000	Kawin	3
R-79	L	33	PT	Swasta	3.500.000	Kawin	3
R-80	L	23	PT	Swasta	5.500.000	Kawin	3
R-81	L	23	SMA	Swasta	4.000.000	Belum Kawin	0
R-82	L	23	SMP	Swasta	3.500.000	Belum Kawin	0
R-83	L	23	SMA	Swasta	3.000.000	Belum Kawin	0
R-84	L	23	SMA	Swasta	2.500.000	Belum Kawin	0
R-85	L	23	SMA	Swasta	3.000.000	Belum Kawin	0
R-86	L	23	SMP	Swasta	3.500.000	Belum Kawin	0
R-87	P	34	SMA	Swasta	3.000.000	Kawin	3
R-88	P	40	SMP	Swasta	3.000.000	Kawin	3
R-89	L	20	SMA	Swasta	3.500.000	Belum Kawin	0
R-90	P	40	SMA	Swasta	4.500.000	Kawin	3
R-91	P	30	PT	Swasta	5.000.000	Kawin	3
R-92	P	21	SMA	Swasta	3.500.000	Belum Kawin	0
R-93	L	18	SMP	Swasta	2.500.000	Belum Kawin	0
R-94	L	20	SMA	PNS	3.000.000	Belum Kawin	0

R-95	P	40	SMA	PNS	4.500.000	Kawin	3
R-96	P	30	SMP	Swasta	5.500.000	Kawin	2
R-97	P	35	PT	PNS	4.000.000	Kawin	3
R-98	L	34	SMA	PNS	2.500.000	Kawin	3
R-99	P	35	PT	PNS	3.000.000	Kawin	2
R-100	L	34	SMA	PNS	3.500.000	Kawin	3

B. Kualitas Layanan

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	X	Kualitas Layanan
R-1	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	58	3,22
R-2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	3	2	62	3,44
R-3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	2	3	2	59	3,28
R-4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2	55	3,06
R-5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	64	3,56
R-6	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	54	3,00
R-7	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	2	2	2	2	57	3,17
R-8	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2	58	3,22
R-9	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	58	3,22
R-10	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	53	2,94
R-11	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	2	2	2	2	55	3,06
R-12	3	3	2	3	2	1	1	2	1	2	2	3	2	3	2	2	3	2	39	2,17
R-13	3	3	2	3	2	1	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	37	2,06
R-14	3	4	1	3	1	1	1	1	2	1	1	3	1	3	2	3	2	3	36	2,00
R-15	4	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	4	1	2	2	3	2	3	37	2,06
R-16	4	3	1	4	1	1	1	1	1	2	1	4	1	2	3	2	2	2	36	2,00

R-17	3	3	2	3	2	1	1	2	2	1	2	3	2	3	2	3	2	3	40	2,22
R-18	3	4	2	3	2	1	1	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	37	2,06
R-19	4	3	1	4	1	1	1	1	1	2	1	4	1	2	2	2	3	2	36	2,00
R-20	2	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	3	3	3	3	33	1,83
R-21	4	2	2	4	2	1	1	2	1	1	2	4	2	4	5	4	4	4	49	2,72
R-22	3	3	2	3	2	1	1	2	2	1	2	3	2	3	3	3	3	3	42	2,33
R-23	3	3	2	3	2	2	2	2	1	1	2	3	2	3	3	5	3	5	47	2,61
R-24	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	36	2,00
R-25	3	3	1	3	1	2	1	1	2	1	1	3	1	3	3	3	3	3	38	2,11
R-26	3	3	2	3	2	2	2	2	1	1	2	3	2	3	5	5	3	5	49	2,72
R-27	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	36	2,00
R-28	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	5	3	3	3	38	2,11
R-29	3	3	5	3	5	5	5	5	2	1	5	3	5	3	3	3	5	3	67	3,72
R-30	3	3	5	3	5	2	2	5	2	5	5	3	5	3	3	5	3	5	67	3,72
R-31	3	3	5	3	5	5	5	5	2	2	5	3	5	3	3	3	3	3	66	3,67
R-32	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	78	4,33
R-33	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	71	3,94
R-34	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	81	4,50
R-35	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	80	4,44
R-36	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	77	4,28
R-37	3	3	5	3	5	3	3	5	5	4	5	3	5	3	4	5	4	5	73	4,06
R-38	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	77	4,28
R-39	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	71	3,94
R-40	3	3	3	3	3	3	4	3	5	2	3	3	3	4	3	3	5	3	59	3,28
R-41	4	2	4	4	4	4	2	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	3	67	3,72
R-42	3	3	4	3	4	4	3	4	3	5	4	3	4	4	3	4	3	3	64	3,56
R-43	3	3	5	3	5	4	2	5	4	5	5	3	5	3	4	5	3	5	72	4,00

R-71	3	4	1	3	1	1	1	1	2	1	1	3	1	3	2	3	2	3	36	2,00
R-72	4	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	4	1	2	2	3	2	3	37	2,06
R-73	4	3	1	4	1	1	1	1	1	2	1	4	1	2	3	2	2	2	36	2,00
R-74	3	3	2	3	2	1	1	2	2	1	2	3	2	3	2	3	2	3	40	2,22
R-75	3	4	2	3	2	1	1	2	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	37	2,06
R-76	4	3	1	4	1	1	1	1	1	2	1	4	1	2	2	2	3	2	36	2,00
R-77	2	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	3	3	3	3	33	1,83
R-78	4	2	2	4	2	1	1	2	1	1	2	4	2	4	5	4	4	4	49	2,72
R-79	3	3	2	3	2	1	1	2	2	1	2	3	2	3	3	3	3	3	42	2,33
R-80	3	3	2	3	2	2	2	2	1	1	2	3	2	3	3	5	3	5	47	2,61
R-81	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	36	2,00
R-82	3	3	1	3	1	2	1	1	2	1	1	3	1	3	3	3	3	3	38	2,11
R-83	3	3	2	3	2	2	2	2	1	1	2	3	2	3	5	5	3	5	49	2,72
R-84	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	36	2,00
R-85	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	5	3	3	3	38	2,11
R-86	3	3	5	3	5	5	5	5	2	1	5	3	5	3	3	3	5	3	67	3,72
R-87	3	3	5	3	5	2	2	5	2	5	5	3	5	3	3	5	3	5	67	3,72
R-88	3	3	5	3	5	5	5	5	2	2	5	3	5	3	3	3	3	3	66	3,67
R-89	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	78	4,33
R-90	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	71	3,94
R-91	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	81	4,50
R-92	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	80	4,44
R-93	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	77	4,28
R-94	3	3	5	3	5	3	3	5	5	4	5	3	5	3	4	5	4	5	73	4,06
R-95	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	77	4,28
R-96	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	71	3,94
R-97	3	3	3	3	3	3	4	3	5	2	3	3	3	4	3	3	5	3	59	3,28

R-98	4	2	4	4	4	4	2	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	3	67	3,72
R-99	3	3	4	3	4	4	3	4	3	5	4	3	4	4	3	4	3	3	64	3,56
R-100	2	2	4	2	4	3	2	5	4	5	5	3	5	3	4	4	2	4	63	3,50

C. Loyalitas Pelanggan

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y	Loyalitas Pelanggan
4	4	4	4	3	4	3	5	5	36	4,00
2	3	4	4	4	3	3	4	4	31	3,44
2	3	3	4	4	3	3	3	4	29	3,22
2	3	4	3	3	3	3	4	3	28	3,11
3	3	4	4	4	3	3	4	4	32	3,56
3	3	4	3	3	3	3	4	3	29	3,22
2	2	3	3	4	4	2	3	3	26	2,89
2	2	3	4	4	3	2	3	4	27	3,00
3	3	3	3	3	4	3	3	3	28	3,11
2	3	3	3	3	4	3	3	3	27	3,00
2	2	3	3	4	4	2	3	3	26	2,89
2	3	1	1	2	1	3	1	1	15	1,67
2	2	1	1	2	2	2	1	1	14	1,56
3	2	1	1	1	2	2	1	1	14	1,56
3	2	1	1	1	1	2	1	1	13	1,44
2	2	1	1	1	1	2	1	1	12	1,33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5,00
2	2	1	1	2	1	2	1	1	13	1,44
2	3	1	1	1	1	3	1	1	14	1,56
3	3	1	2	1	1	3	1	2	17	1,89

4	4	1	1	2	1	4	1	1	19	2,11
3	3	1	1	2	2	3	1	1	17	1,89
5	3	2	2	2	1	3	2	2	22	2,44
3	3	1	1	1	1	3	1	1	15	1,67
3	3	2	1	1	2	3	2	1	18	2,00
5	3	2	2	2	1	3	2	2	22	2,44
3	3	1	1	1	1	3	1	1	15	1,67
3	3	1	1	1	1	3	1	1	15	1,67
3	5	5	5	5	2	5	5	5	40	4,44
5	3	2	2	5	2	3	2	2	26	2,89
3	3	5	5	5	2	3	5	5	36	4,00
4	5	4	4	5	3	5	4	4	38	4,22
4	4	3	3	4	4	4	3	3	32	3,56
5	4	5	4	5	4	4	5	4	40	4,44
5	4	5	4	5	5	4	5	4	41	4,56
4	4	4	5	5	4	4	4	5	39	4,33
5	4	3	3	5	5	4	3	3	35	3,89
4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	4,22
3	5	3	3	3	3	5	3	3	31	3,44
3	5	3	3	3	5	5	3	3	33	3,67
3	3	3	2	3	3	3	3	2	25	2,78
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3,00
5	3	3	2	5	3	3	3	2	29	3,22
3	3	3	3	3	5	3	3	3	29	3,22
3	3	3	5	5	5	3	3	5	35	3,89
5	3	3	5	2	3	3	3	5	32	3,56
3	3	5	5	5	3	3	5	5	37	4,11

3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3,00
3	5	5	3	3	3	5	5	3	35	3,89
5	3	3	3	3	3	3	3	3	29	3,22
5	5	2	1	5	5	5	2	1	31	3,44
5	5	1	1	3	3	5	1	1	25	2,78
2	2	2	2	3	3	2	2	2	20	2,22
5	3	1	1	3	3	3	1	1	21	2,33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3,00
2	3	3	2	5	5	3	3	2	28	3,11
3	3	3	3	5	5	3	3	3	31	3,44
3	3	4	4	3	3	3	4	4	31	3,44
2	3	4	4	4	3	3	4	4	31	3,44
2	3	3	4	4	3	3	3	4	29	3,22
2	3	4	3	3	3	3	4	3	28	3,11
3	3	4	4	4	3	3	4	4	32	3,56
3	3	4	3	3	3	3	4	3	29	3,22
2	2	3	3	4	4	2	3	3	26	2,89
2	2	3	4	4	3	2	3	4	27	3,00
3	3	3	3	3	4	3	3	3	28	3,11
2	3	3	3	3	4	3	3	3	27	3,00
2	2	3	3	4	4	2	3	3	26	2,89
2	3	1	1	2	1	3	1	1	15	1,67
2	2	1	1	2	2	2	1	1	14	1,56
3	2	1	1	1	2	2	1	1	14	1,56
3	2	1	1	1	1	2	1	1	13	1,44
2	2	1	1	1	1	2	1	1	12	1,33
3	2	1	1	2	2	2	1	1	15	1,67

2	2	1	1	2	1	2	1	1	13	1,44
2	3	1	1	1	1	3	1	1	14	1,56
3	3	1	2	1	1	3	1	2	17	1,89
4	4	1	1	2	1	4	1	1	19	2,11
3	3	1	1	2	2	3	1	1	17	1,89
5	3	2	2	2	1	3	2	2	22	2,44
3	3	1	1	1	1	3	1	1	15	1,67
3	3	2	1	1	2	3	2	1	18	2,00
5	3	2	2	2	1	3	2	2	22	2,44
3	3	1	1	1	1	3	1	1	15	1,67
3	3	1	1	1	1	3	1	1	15	1,67
3	5	5	5	5	2	5	5	5	40	4,44
5	3	2	2	5	2	3	2	2	26	2,89
3	3	5	5	5	2	3	5	5	36	4,00
4	5	4	4	5	3	5	4	4	38	4,22
4	4	3	3	4	4	4	3	3	32	3,56
5	4	5	4	5	4	4	5	4	40	4,44
5	4	5	4	5	5	4	5	4	41	4,56
4	4	4	5	5	4	4	4	5	39	4,33
5	4	3	3	5	5	4	3	3	35	3,89
4	4	4	4	5	5	4	4	4	38	4,22
3	5	3	3	3	3	5	3	3	31	3,44
3	5	4	4	4	5	5	4	4	38	4,22
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5,00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5,00
5	4	4	5	4	4	4	5	5	40	4,44

Lampiran 3

HASIL UJI

A. Validitas dan Reliabilitas

1. Kualitas Layanan

		Correlations																		
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	X1.17	X1.18	Kualitas_Layanan
X1.1	Pearson Correlation	1	.297*	.299*	1.000**	.299*	.365*	.339*	.299*	.268*	.400**	.299**	1.000**	.299**	.176	.157	.022	.198*	-.032	.458**
	Sig. (2-tailed)		.003	.003	.000	.003	.000	.001	.003	.007	.000	.003	.000	.003	.079	.118	.826	.049	.754	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.297*	1	.214*	.297*	.214*	.220*	.235*	.214*	.251*	.183	.214*	.297**	.214*	.074	-.123	-.066	.043	-.068	.274**
	Sig. (2-tailed)	.003		.033	.003	.033	.028	.019	.033	.012	.068	.033	.003	.033	.464	.224	.512	.671	.501	.006
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.299*	.214*	1	.299*	1.000**	.796*	.740*	1.000**	.733*	.691**	1.000**	.299**	1.000**	.418**	.197	.352**	.425**	.288**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.003	.033		.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.050	.000	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	1.000**	.297*	.299*	1	.299*	.365*	.339*	.299*	.268*	.400**	.299**	1.000**	.299**	.176	.157	.022	.198*	-.032	.458**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.003		.003	.000	.001	.003	.007	.000	.003	.000	.003	.079	.118	.826	.049	.754	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.299*	.214*	1.000**	.299*	1	.796*	.740*	1.000**	.733*	.691**	1.000**	.299**	1.000**	.418**	.197	.352**	.425**	.288**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.003	.033	.000	.003		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.050	.000	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.365*	.220*	.796*	.365*	.796*	1	.891*	.796*	.666*	.668**	.796**	.365**	.796**	.352**	.263**	.257**	.392**	.162	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.028	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.010	.000	.108	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1.15	Pearson Correlation	.157	-.123	.197	.157	.197	.263*	.162	.197	.164	.258**	.197	.157	.197	.582**	1	.644**	.432**	.551**	.268**
	Sig. (2-tailed)	.118	.224	.050	.118	.050	.008	.107	.050	.103	.010	.050	.118	.050	.000		.000	.000	.000	.007
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.16	Pearson Correlation	.022	-.066	.352*	.022	.352*	.257*	.174	.352*	.260*	.291**	.352**	.022	.352**	.647**	.644**	1	.513**	.952**	.428**
	Sig. (2-tailed)	.826	.512	.000	.826	.000	.010	.083	.000	.009	.003	.000	.826	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.17	Pearson Correlation	.198*	.043	.425*	.198*	.425*	.392*	.380*	.425*	.379*	.230*	.425**	.198*	.425**	.719**	.432**	.513**	1	.482**	.451**
	Sig. (2-tailed)	.049	.671	.000	.049	.000	.000	.000	.000	.000	.021	.000	.049	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.18	Pearson Correlation	-.032	-.068	.288*	-.032	.288*	.162	.108	.288*	.181	.141	.288**	-.032	.288**	.573**	.551**	.952**	.482**	1	.364**
	Sig. (2-tailed)	.754	.501	.004	.754	.004	.108	.283	.004	.071	.163	.004	.754	.004	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas_Layanan	Pearson Correlation	.458*	.274*	.884*	.458*	.884*	.791*	.730*	.884*	.785*	.717**	.884**	.458**	.884**	.470**	.268**	.428**	.451**	.364**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																				
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																				

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.937	18

YMean	Pearson Correlation	.398**	.642**	.930**	.896**	.829**	.741**	.630**	.931**	.897**	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).											

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.930	9

B. Karakteristik Responden

Jenis_Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	46	46.0	46.0	46.0
	P	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Ktg_Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-27 Tahun	45	45.0	45.0	45.0
	28-37 Tahun	38	38.0	38.0	83.0
	38-47 Tahun	15	15.0	15.0	98.0
	48-57 Tahun	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PT	20	20.0	20.0	20.0
	SMA	60	60.0	60.0	80.0
	SMP	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	21	21.0	21.0	21.0
	PNS	24	24.0	24.0	45.0
	Swasta	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Ktg_Penghasilan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp. 2.000.000-Rp. 2.999.999	14	14.0	14.0	14.0
	Rp. 3.000.000-Rp. 3.999.999	56	56.0	56.0	70.0
	Rp. 4.000.000-Rp. 4.999.999	16	16.0	16.0	86.0
	Rp. 5.000.000-Rp. 5.999.999	13	13.0	13.0	99.0
	>/= Rp. 6.000.000	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Status_Perkawinan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Kawin	31	31.0	31.0	31.0
	Kawin	69	69.0	69.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jumlah_tanggungan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	31	31.0	31.0	31.0
	2	19	19.0	19.0	50.0
	3	48	48.0	48.0	98.0
	4	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

C. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Normalitas
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	244.720000
	Std. Deviation	36.9173469
Most Extreme Differences	Absolute	.132
	Positive	.132
	Negative	-.132

Kolmogorov-Smirnov Z	1.322
Asymp. Sig. (2-tailed)	.061
a. Test distribution is Normal.	

D. Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.528	.311		-1.700	.092
	Xkualitas layanan	1.115	.108	.720	10.282	.000
a. Dependent Variable: Yloyalitas						

E. Koefisien Korelasi (R)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.519	.514	.7946326
a. Predictors: (Constant), X (Kualitas layanan)				

F. Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 ^a	.519	.514	.7946326
a. Predictors: (Constant), X (Kualitas layanan)				

G. Uji Kelayakan Model

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	66.759	1	66.759	105.725	.000 ^a
	Residual	61.881	98	.631		
	Total	128.640	99			
a. Predictors: (Constant), XKualitas layanan						
b. Dependent Variable: YLoyalitas						