

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN MEMBELI NASI GORENG 21 DI  
KOTA PONTIANAK**

**Tanggung Jawab Yuridis Kepada :**

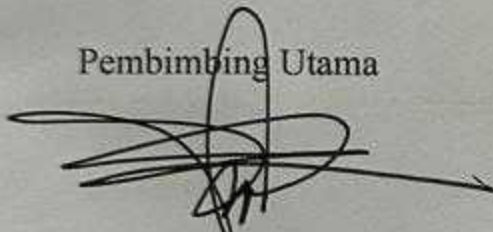
**IMAM AHMAD AL HAFIZ**  
**NIM : 141310123**

**Program Studi Manajemen**

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian  
Skripsi/Komprehensif  
Pada Tanggal : 02 Juni 2021**

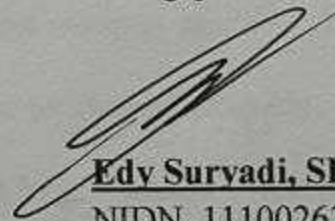
**Majelis Penguji :**

Pembimbing Utama



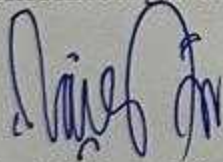
**Samsuddin, SE, M.Si**  
NIDN. 1113117701

Penguji Utama



**Edy Suryadi, SE, MM**  
NIDN. 1110026301

Pembimbing Pembantu



**Neni Triana M., SE, MM**  
NIDN. 1009028104

Penguji Pembantu




**Ryani Yulian, S.Pd, M.Pd**  
NIDN. 1107078401

**Pontianak, 02 Juni 2021**

**Disahkan Oleh :**

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



**Dedi Hariyanto, SE, MM**  
NIDN. 1113117702

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN MEMBELI NASI GORENG 21 DI KOTA PONTIANAK**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**IMAM AHMAD AL HAFIZ  
NIM. 141310123**



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

**2021**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan atas rahmat dan karunia Allah SWT, sehingga dengan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengambil judul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MEMBELI NASI GORENG 21 DI KOTA PONTIANAK”**. Penulisan skripsi ini merupakan tanggung jawab akademis yang wajib ditempuh dalam penyelesaian akhir kuliah untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, ST, M.Eng, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Dedi Hariyanto, SE, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
3. Bapak Samsuddin, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan saran dan bimbingan sehingga dapat terselesaikan penulisan skripsi ini.
4. Ibu Neni Triana M. SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak dan Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan saran dan bimbingan sehingga dapat terselesaikan penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf dan seluruh Civitas Akademika yang membimbing selama proses belajar mengajar serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak serta membantu pelayanan secara Akomodasi.
6. Pemilik Nasi Goeng 21 Pontianak yang telah banyak membantu penulis dalam menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan selama penelitian.
7. Semua saudara, keluarga, sahabat dan teman-teman seperjuangan di kampus, atas segala dukungan baik moral dan materil sehingga penulis termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga atas segala dorongan dan bantuan yang kalian berikan kepada penulis akan mendapat ganjaran pahala yang setimpal dari Allah Swt. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, hal ini disebabkan karena berbagai keterbatasan dari penulis. Semoga skripsi dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi para mahasiswa lainnya. Terima Kasih.

Pontianak, 15 Juni 2021

Penulis

**IMAM AHMAD AL HAFIZ**  
**NIM: 141310123**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Membeli Nasi Goreng 21 Di Kota Pontianak. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Nasi Goreng 21. Jumlah sampel sebanyak 100 responden dari seluruh pengunjung Nasi Goreng 21 yang makan di warung Nasi Goreng 21. dengan teknik sampel *proporsional sampling*.

Hasil analisis regresi linear sederhana didapat persamaan:  $Y = 0,255 + 0,936 X$ . Hasil koefisien korelasi ( $r$ ) didapat nilai 0,490 artinya korelasi antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Kosumen adalah cukup. Koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,570, artinya 57% kualitas pelayanan dapat dijelaskan oleh loyalias konsumen, sedangkan sisanya yaitu sebesar 43% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Hasil uji pengaruh simultan didapat nilai  $F_{hitung} 13,029 > F_{tabel} 2,47$ , dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari pada nilai signifikan sebesar 0,05, maka disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen memilih di warung Nasi Goreng 21 di kota Pontianak yang di pengaruhi kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Permasalahan .....	6
C. Pembatasan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian .....	7
F. Kerangka Pemikiran .....	7
G. Metode Penelitian.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>20</b>
A. Pengertian Pemasaran .....	20
B. Manaemen Pemasaran.....	21
C. Jasa .....	21
D. Kalitas Jasa.....	22
E. Loyaltas Konsumen.....	23
<b>BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
A. Profil Singkat Nasi Goreng 21 Pontianak .....	25
B. Struktu Organisasi Nasi Goreng 21 Pontiank.....	26
C. Aspek SDM .....	29
D. Aspek Pemasaran.....	30
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
A. Karakteristik Responden .....	34
B. Uji Instrumen .....	37
C. Uji Asumsi Klasik .....	41

D. Analisis Regresi Linear Sederhana .....	42
E. Koefisien Korelasi .....	43
F. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44
G. Uji Simultan (Uji F) .....	44
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>47</b>
A. Kesimpulan.....	47
B. Saran .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Dinas Koperas Usaha Mikro dan Perdagangan Kota Pontianak.....	3
Tabel 1.2 Daftar Harga Makanan dan Minuman .....	4
Tabel 1.3 Hasil Penjualan Nasi Goreng 21.....	5
Tabel 1.4 Pernyataan Responden.....	14
Tabel 1.5 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	17
Tabel 3.1 Warung Nasi Goreng 21 Jumlah Karyawan Tahun 2020.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Rata-Rata.....	36
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen(Y).....	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas X .....	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Y.....	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.12 Hasil Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	42
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Korelasi.....	43
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	44
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	45



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	9
Gambar 3.1 Nasi Goreng 21 Pontianak.....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	51
Lampiran 2 Karakteristik Responden .....	55
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden Kelompok Kualitas Pelayanan(X).....	59
Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Responden Keputusan Loyalitas Konsumen(Y).....	63
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	66
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	71
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	73
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	74
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas .....	75
Lampiran 10 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	76
Lampiran 11 Hasil Uji F.....	78

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Suatu perusahaan atau organisasi dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia setiap kali akan mengalami perubahan, baik dalam bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan juga pengaruh pada pola perilaku pesaing di dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini membuat timbulnya persaingan semakin ketat dalam dunia bisnis.

Setiap perusahaan pada umumnya ingin berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Usaha-usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan adalah salah satunya melalui kegiatan pemasaran, yaitu suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapat apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Dengan alasan itu, manusia tidak dapat melepaskan kebutuhannya untuk makan karena hanya dengan makan

manusia dapat melangsungkan hidupnya. Dalam menikmati hidangan atau makanan, setiap orang memiliki cara yang berbeda untuk memenuhinya. Disamping itu, adapula yang cenderung memilih rumah makan yang biasa tetapi memberikan kepuasan dalam rasa makanan yang disantapnya. Sebagian konsumen ada yang beranggapan daripada makan makanan yang mewah dan mahal tetapi tidak lezat rasanya, lebih baik memilih rumah makan yang biasa tetapi cukup lezat sesuai dengan selera mereka.

Bisnis makanan bukan milik kaum wanita saja, banyak pria yang menjadi koki kelas dunia. Dan kebanyakan penjual makanan yang sukses adalah pria. Rasa masakannya pun tidak kalah dari masakan wanita. Rumah makan adalah istilah umum untuk menyebut usaha yang menyajikan hidangan kepada masyarakat dan menyediakan tempat untuk menikmati hidangan itu serta menetapkan tarif tertentu untuk makanan dan pelayanannya.

Rumah makan biasanya menyediakan harga relatif cukup terjangkau, yang khusus menjual menu yang lengkap dari hidangan pembuka sampai hidangan penutup, dan tertentu dengan harga yang telah ditentukan. Terutama disediakan untuk tamu-tamu keluarga maupun rombongan dengan suasana sangat dekat dan ramah dengan konsumennya serta menyediakan hidangan yang enak. Dimana hidangan makanan dirumah makan bebas memilih sendiri makanan yang sesuai dengan keinginan konsumen tiap makanan yang tersedia di rumah makan.

Berikut daftar warung nasi goreng yang ada di Pontianak dapat di lihat pada table berikut:

**Tabel 1.1**  
**Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Perdagangan**  
**Kota Pontianak**

No	Nama warung	Alamat
1.	Nasi Goreng Abu	Jl. H. Rais. A Rahman
2.	Nasi Goreng 21	Jl. H. Rais. A Rahman No. 1B-1C
3.	Nasi Goreng Siti Fatimah	Jl. H. Rais. A Rahman
4.	Nasi Goreng Orgeta 95	Jl. H. Rais. A Rahman
5.	Nasi Goreng Betuah Raye	Jl. H. Rais. A Rahman

Sumber : Dinas Koperasi Usaha Mikro Dan Perdagangan kota Pontianak, 2020

Tabel diatas menunjukkan warung nasi goreng yang ada di Kota Pontianak. Salah satu Rumah Makan Nasi Goreng 21 yang terletak di Jalan H. Rais. A Rahman No. 1B-1C.

Rumah Makan Nasi Goreng 21 menyediakan beraneka macam menu makanan dan minuman untuk para konsumen sesuai dengan selera dan keinginan. Untuk aspek pemasaran pada Nasi Goreng 21, dari segi produk menyediakan beberapa menu makanan dan minuman, dari segi harga Nasi Goreng 21 menyediakan harga Rp. 10.000 – Rp. 20.000 dan untuk minuman dari harga Rp. 3.000 – Rp. 6.000, untuk promosi Nasi Goreng 21 mempromosikan menu makanan lewat plang nama, untuk tempat Nasi Goreng 21 bertempat di tepi jalan raya Sui Jawi Pontianak dan juga bisa diakses melalui transportasi umum dan pribadi serta tempat parkir luas dan aman. Untuk harga makanan dan minuman yang ditawarkan oleh rumah makan Nasi Goreng 21 dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 1.2**  
**Rumah Makan Nasi Goreng 21**  
**Daftar Harga Makanan Dan Minuman**  
**Tahun 2018 – 2020**

No	Jenis Menu	Tahun Dan Harga (dalam Rp)		
		2018	2019	2020
<b>Jenis Makanan</b>				
1	Nasi Setengah	9000	9000	10000
2	Nasi Setengah + Telur	12000	12000	13000
3	Nasi Setengah + Hati Ayam	14000	14000	15000
4	Nasi Biasa	12000	12000	13000
5	Nasi Biasa + Telur	15000	15000	16000
6	Nasi Biasa + Hati Ayam	17000	17000	18000
7	Nasi Jumbo	14000	14000	15000
8	Nasi Jumbo + Telur	17000	17000	18000
9	Nasi Jumbo + Hati Ayam	19000	19000	20000
<b>Jenis Minuman</b>				
1	Teh Es	3000	3000	3000
2	Teh Panas	3000	3000	3000
3	Air mineral Kecil	3000	3000	3000
4	Air mineral Sedang	4000	4000	5000
5	Teh Botol Sosro	5000	5000	6000

Sumber : Nasi Goreng 21, 2020

Tabel di atas menjelaskan bahwa ada beberapa jenis menu makanan dan minuman pada Tahun 2018 – 2019. Menu makanan tidak berubah dan harganya tetap, hanya pada Tahun 2020 harga makanan naik dari sebesar Rp.2.000 – Rp.3.000, sedangkan untuk menu minuman pada Tahun 2018 – 2019 tidak mengalami perubahan jumlah dan untuk harganya pun tidak berubah hanya pada Tahun 2020 harga minuman naik hingga sebesar Rp.1.000. Terjadinya kenaikan harga pada Tahun 2020 dipengaruhi oleh harga-harga bahan baku.

Sedangkan untuk hasil penjualan Nasi Goreng 21 untuk lebih jelasnya dapat pada Tabel berikut :

**Tabel 1.3**  
**Nasi Goreng 21**  
**Hasil Penjualan Nasi Goreng 21**  
**Tahun 2017 – 2019**

No	Tahun	Hasil Penjualan/Rp
1	2017	<b>1.017.333.000</b>
2	2018	<b>1.049.477.000</b>
3	2019	<b>1.510.062.000</b>

Sumber : Nasi Goreng 21,2020

Tabel di atas menjelaskan bahwa pendapatan pada Tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 3% dengan jumlah pendapatan sebesar Rp.1.049.477.000 dari Tahun 2017 yaitu sebesar Rp.1.017.333.000 dan pada Tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 44% dengan pendapatan sebesar Rp.1.510.062.000 dari Tahun 2018 yaitu sebesar Rp.1.049.477.000

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pembeli, adapun keluhan dari konsumen seperti, pelayanan yang kurang cekatan, pelayanan yang kurang memuaskan, porsi yang tidak sesuai, harga yang naik.

Berdasarkan penjelasan yang diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul proposal **“Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas konsumen membeli nasi goreng 21 di Kota Pontianak”**.

## **B. Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana “Pengaruh kualitas pelayan terhadap loyalitas konsumen membeli nasi goreng 21 di kota pontianak”.

## **C. Pembatasan Masalah**

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

1. Variable dimensi Kualitas pelayanan:
  - a. Keandalan
  - b. *Responsivitas*
  - c. Jaminan
  - d. Empati
  - e. Wujud
2. Variable Dimensi Loyalitas dengan:
  - a. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*);
  - b. Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa (*purchases across product and service lines*);
  - c. Merekomendasikan kepada orang lain (*refers other*);
  - d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates on immunity to the full of the competition*).

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang penulis lakukan ini adalah untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayan terhadap loyalitas konsumen membeli nasi goreng 21 di kota Pontianak.



## **E. Manfaat Penelitian**

### a. Bagi Penulis

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

### b. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan bagi perusahaan.

### c. Bagi Almamater

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

## **F. Kerangka Pemikiran**

Menurut Kotler dan Keller (2009:36) : “jasa/layanan (service) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun”.

Kotler dan Keller (2009: 52) mengidentifikasikan 5 (lima) determinan kualitas jasa, yaitu:

1. Keandalan, meliputi kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.
2. Responsivitas, meliputi kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.
3. Jaminan, meliputi pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati, meliputi kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.

5. Wujud, meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.

Griffin (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:105) menyatakan bahwa konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

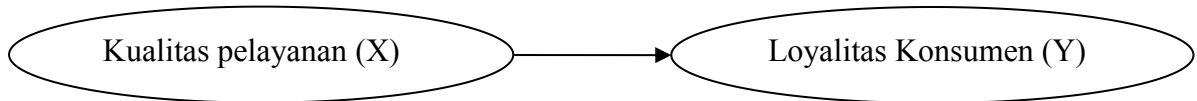
1. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*);
2. Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa (*purchases across product and service lines*);
3. Merekomendasikan kepada orang lain (*refers other*);
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing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

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kemila Rizki Aprilia (2018) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Restoran Varmound Bandung” menyimpulkan bahwa kualitas Pelayanan dan Loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di restoran.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Adelina dan M.Ridha Siregar (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Pemediasi Pada Konsumen Restoran Canai Mamak KL di Banda Aceh” menyimpulkan bahwa kualitas Pelayanan dan Loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian di restoran canai.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sumiyati, Mistiyana dan samsuddin (2022) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan RM Melayu di Kabupaten Kubu Raya” menyimpulkan bahwa kualitas Pelayanan dan Loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian di rumah makan.

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



## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

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

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

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

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

Menurut Sugiyono (2016 : 137) : “Data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

Adapun cara mendapatkan data primer yaitu sebagai berikut :

#### **1) Wawancara**

Menurut Sugiyono (2016 : 137) : Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-

hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik warung makan nasi goreng 21 kota pontianak untuk memperoleh informasi atau data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

## 2) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2016:142) : “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah konsumen yang membeli nasi goreng 21.

## b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016 : 137) adalah : “Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain, atau lewat dokumen”.

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

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2016 : 80) : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Sehingga menjadi populasi semua konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi makanan dan minuman di Rumah Makan Nasi Goreng 21 Pontianak.

#### b. Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2016 : 81): Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

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

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

Keterangan :

n = sampel

p = populasi populasi yang di gunakan jasa 0,3

q = 1-p

z = Tingkat kepercayaan/signifikan

e = margin error

Sehingga jumlah sampel minimal adalah sebagai berikut :

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

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

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling *purposive*. Menurut Sugiyono (2016:85) : “Sampling *purposive* adalah teknik penentuan dengan pertimbangan tertentu”. Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini di tentukan berdasarkan kriteria responden yaitu orang yang pernah melakukan pembelian minimal dua kali.

#### 4. Variabel penelitian

Menurut Sugiyono (2016 : 38) : “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.”

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

##### a. Variabel Bebas (*independent variable*)

Menurut Sugiyono (2016 : 39) : Variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam

bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

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

b. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Menurut Sugiyono (2016 : 39) : “Variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen yang diberi notasi tanda Y.

## 5. Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala likert. Menurut Sugiyono (2016:93) : “Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial”.

Skala likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan, dengan melihat jawaban dari responden melalui kuesioner yang disebar, kemudian dikelompokkan menurut jenisnya masing-masing. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan atau tidak mendukung pernyataan. Skala ini

diberi bobot secara kuantitatif yang berguna untuk dipakai dalam perhitungan, sebagai berikut :

**Tabel 1.4**  
**Skor Pernyataan Responden**

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

## 6. Teknik Analisis Data

### a. Uji Instrumen

#### 1) Uji Validitas

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

Menurut Sugiyono (2016 : 121) : “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

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



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

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

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

## 2) Uji Reliabilitas

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

Menurut Sugiyono (2016 : 121) : “Uji reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama”. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Menurut Siregar (2017:90): “Kriteria suatu

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

#### **b. Uji Normalitas**

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

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

#### **c. Analisis Regresi Linear Sederhana**

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

$$Y = a+bX$$

Keterangan:

Y = Loyalitas konsumen

X = Kualitas Pelayanan

a = *Intercept*

b = Koefisien Regresi

**d. Koefisien Korelasi (r)**

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

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

**Tabel 1.5**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

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

Sumber: Siregar (2017:337)

**e. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

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

bertujuan untuk menguji kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

**f. Uji Kelayakan Model (Uji F)**

Menurut Siregar (2017 : 337) : “Tujuan dilakukannya pengujian hipotesis terhadap penerapan metode regresi linear sederhana adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan (variabel bebas X) terhadap loyalitas konsumen (variabel tak bebas Y)”. Dalam penelitian ini uji F dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen membeli nasi goreng 21 di kota pontianak. Maka hipotesis yang akan diuji sebagai berikut :

- 1)  $H_0$  : Model regresi linear sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen membeli nasi goreng 21 kota pontianak.
- 2)  $H_a$  : Model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen membeli nasi goreng 21 kota pontianak.

Dasar analisis :

- a) Jika nilai sig.  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b) Jika nilai sig.  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Uji F pada dasarnya dapat digunakan untuk mengetahui apakah model *regresi linier* sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi loyalitas konsumen nasi goreng 21 kota pontianak yang dipengaruhi oleh

Kualitas pelayanan. Dimana jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak atau model *regresi linier* sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas Konsumen membeli nasi goreng 21 kota pontianak yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Dan jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima artinya model *regresi linier* sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksikan Loyalitas Konsumen membeli nasi goreng 21 kota pontianak yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

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

1. Responden dalam penelitian ini sebagian besar memiliki umur antara 26-33 tahun, berjenis kelamin pria, berpendidikan SMA, bekerja sebagai pegawai swasta, berpenghasilan Rp. 2.250.000 – Rp 3.449.999 dan status perkawinan belum menikah.
2. Hasil uji validitas, baik variable pengaruh kualitas pelayanan sebagai variable bebas maupun loyalitas konsumen sebagai variable terikat menunjukkan bahwa daftar kuesioner yang disampaikan kepada responden telah memenuhi persyaratan validitas. Karena pada uji validitas variabel X maupun variabel Y nilai korelasi antara semua *item* (pertanyaan) dengan skor totalnya ( $r_{xy}$ ) menunjukkan hasil yang lebih besar dari r tabel baik dengan tingkat signifikan 1% maupun 5%.
3. Hasil uji reliabilitas, baik variable variable kualitas pelayanan sebagai variable bebas maupun loyalitas konsumen membeli Nasi Goreng 21 di Kota Pontianak sebagai variable terikat menunjukkan bahwa daftar kuesioner yang disampaikan kepada responden telah memenuhi persyaratan reliabilitas. Karena memiliki koefisien *cronbach's alphas* sama dengan 0,60 atau lebih.

4. Hasil uji regresi linear yang telah dilakukan menunjukkan hal-hal sebagai berikut :

Persamaan atau estimasi regresi sederhana yang dapat dituliskan berdasarkan hasil pengolahan data dapat dituliskan :  $\hat{Y} = 0,255 + 0,936$

5. Di ketahui bahwa nilai  $r = 0,490$ . Dari hasil analisis korelasi sederhana ( $r$ ) didapat korelasi antara pengaruh kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang cukup antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen membeli Nasi Goreng 21 di Kota Pontianak.
6. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,570. Hal ini berarti bahwa 57% ( $1 \times 0,570 \times 100\%$ ) keputusan konsumen memilih Rumah Makan Nasi Goreng 21 Pontianak dapat dijelaskan oleh produk, harga dan tempat sedangkan sisanya yaitu sebesar 43% ( $1 - 0,570 \times 100\%$ ) keputusan atau loyalitas konsumen membeli Nasi Goreng 21 di Kota Pontianak dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
7. Uji hipotesis pengaruh simultan (uji F) menunjukkan bahwa secara bersama-sama variable independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F hitung sebesar  $13,029 > F$  tabel 2,47 serta memiliki nilai signifikan (sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, artinya model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan atau dapat dikatakan bahwa pengaruh

kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan atau loyalitas konsumen membeli Nasi Goreng 21 di Kota Pontianak.

## **B. Saran**

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

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti variabel-variabel di luar variabel yang telah diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap keputusan dan loyalitas konsumen membeli Nasi Goreng 21 di Kota Pontianak.
2. Disarankan agar perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan variabel bauran pemasaran ( pengaruh kualitas pelayanan ) sehingga konsumen setia membeli Nasi Goreng 21 di Kota Pontianak.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, Kemila Rizki. (2018), “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Restoran Varmound Bandung” menyimpulkan bahwa kualitas Pelayanan dan Loyalitas pelanggan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di restoran.”. Vol 1, (2), 1-11
- Adelina, dan M.Ridha Siregar. (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Pemeditasi Pada Konsumen Restoran Canai Mamak KL di Banda Aceh”. Vol 5. (1), 1-10
- Alma, Buchari. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Alfabeta
- Ghozali, Imam, 2016. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 23**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Penerbit Jakarta: Erlangga.
- Kotler Dan Keller. (2009). **Manajemen Pemasaran, edisi kedua belas**.
- Sugiyono, 2016, **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**, CV. Alfabeta, Bandung
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS versi 17*. Cetakan Keempat. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Sangadji, Sopiah. 2013. **Prilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian**. Penerbit CV Andi Offset
- Sumiyati, Mistiyana dan Samsuddin. (2022) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan RM Melayu di Kabupaten Kubu Raya”. Vol 9, (2), 1-8

Lampiran 1

**DAFTAR PERTANYAAN UNTUK RESPONDEN**

Kuesioner ini hanya bertujuan untuk penelitian dalam menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Membeli Nasi Goreng 21 Di Kota Pontianak”** dan diharapkan kepada Bapak /Ibu/ Saudara dapat menjawab pertanyaan dengan benar sesuai dengan petunjuk yang telah di sediakan. Sebelumnya saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan Bapak /Ibu /Saudara untuk mengisi daftar pertanyaan ini.

**I. Identitas Penulis :**

Nama : Imam Ahmad Al-hafiz  
Nim : 141310123  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen  
Universitas : Muhammadiyah Pontianak

**II. Identitas Responden :**

Nama : .....  
Jenis Kelamin : .....  
Usia : .....  
Pendidikan : .....  
Pekerjaan : .....  
Pendapatan : .....  
Status Perkawinan : .....

**Petunjuk Pengisian :**

1. Berilah tanda silang ( X ) pada pilihan jawaban yang anda anggap benar.

2. Mohon Anda mengisi sesuai dengan apa yang Anda alami Karena hal ini akan sangat membantu penulis dalam memperoleh data yang akurat.

**Pilihan jawaban adalah sebagai berikut:**

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

NO	PERNYATAAN Kualitas Pelayanan	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>A.</b>	<b>Keandalan</b>					
1.	Warung nasi goreng 21 memberi Kemudahan dalam pemesanan.					
2.	Warung nasi goreng 21 memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen.					
3.	Produk warung nasi goreng 21 memiliki kualitas rasa yang enak.					
4.	Karyawan nasi goreng 21 memberikan Pelayanan yang ramah.					
<b>B.</b>	<b>Responsivitas</b>					
5.	Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen setiap saat.					
6.	Kesiapan karyawan nasi goreng 21 dalam melayani keluhan konsumen.					
7.	Kesigapan karyawan nasi goreng 21 dalam menawarkan menu yang tersedia.					
8.	Kesediaan karyawan nasi goreng 21 dalam memberikan informasi.					
<b>C.</b>	<b>Jaminan</b>					
9.	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik mengenai setiap produk dari warung nasi goreng 21.					
10.	Porsi yang di berikan warung nasi goreng 21 tidak berubah dari yang sebelumnya.					
11.	Warung nasi goreng 21 menjamin bahwa produk yang di jual bersih dan higienis.					
<b>D.</b>	<b>Empati</b>					
12.	Karyawan warung nasi goreng 21 selalu menjawab pertanyaan yang di berikan					

	konsumen dengan ramah.					
13.	Kesopanan karyawan dalam melayani konsumen yang membeli di warung nasi goreng 21.					
14.	Pengertian karyawan dalam melayani konsumen yang membeli di warung nasi goreng 21.					
<b>E</b>	<b>Wujud</b>					
15.	Warung nasigoreng 21 memperhatikan kerapian karyawan					
16.	Warung nasi goreng 21 selalu menjaga Kebersihan warung makan.					
17.	Warung nasi goreng 21 selalu memperhatikan Kebersihan peralatan makan.					
18.	Warung nasi goreng 21 menyediakan lahan parkir yang luas.					
<b>Loyalitas Konsumen (Y)</b>		<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b>A.</b>	<b>Melakukan pembelian secara teratur</b>					
1.	Warung Nasi goreng 21 selalu menjadi tujuan saya ketika ingin membeli nasi goreng.					
2.	Saya yakin membeli nasi goreng 21 karena sesuai dengan pilihan yang terbaik					
3.	Saya yakin kualitas nasi goreng 21 yang terbaik dari warung nasi goreng lainnya					
<b>B.</b>	<b>Melakukan pembelian semua lini produk</b>					
4.	Selain membeli nasi goreng, saya juga membeli minuman yang tersedia di warung nasi goreng 21.					
<b>C.</b>	<b>Merekomendasikan kepada orang lain</b>					
5.	Saya akan menceritakan pengalaman saya membeli produk di warung nasi goreng 21 pontianak kepada teman dan kerabat.					
6.	Saya akan mengajak orang lain untuk makan di warung nasi goreng 21 pontianak.					
7.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain, keluarga, dan teman-teman saya.					

<b>D.</b>	<b>Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing</b>					
8.	Saya akan tetap membeli nasi goreng 21 meskipun ada nasi goreng terdekat.					
9.	Saya akan tetap membeli nasi goreng 21 meskipun nasi goreng lain menawarkan promo.					

Lampiran 2

**KARAKTERISTIK RESPONDEN NASI GORENG 21**

No	NAMA	JENIS KELAMIN (L/P)	USIA	PENDIDIKAN	PEKERJAAN	PENDAPATAN (Rp)	STATUS PERKAWINAN
1	MINDARSIH	P	45	S2	Swasta	5.100.000	Menikah
2	KASBIN	L	29	S1	Swasta	3.100.000	Menikah
3	AGUS PRIANTO	L	27	SMA	Swasta	2.800.000	BelumMenikah
4	SUSTRIANI	P	32	SMA	Swasta	2.500.000	Menikah
5	SUPRIADI	L	24	SMA	Swasta	3.000.000	BelumMenikah
6	SUHARTI	P	27	D3	Swasta	5.200.000	BelumMenikah
7	YADID	L	30	SMA	Wiraswasta	3.400.000	Menikah
8	WAHYU IRAWAN	L	27	S1	Swasta	3.500.000	BelumMenikah
9	SYAIFUL AKHYAR	L	27	SMA	PNS	3.200.000	BelumMenikah
10	DEDI	L	30	SMA	Swasta	3.700.000	Menikah
11	Putri	P	25	SMA	Swasta	800.000	Menikah
12	Adelia	P	26	SMA	Swasta	2.000.000	BelumMenikah
13	DewiPuspita Sari	P	22	SMA	Swasta	1.600.000	BelumMenikah
14	Dian Pratiwi	P	26	SMA	Swasta	3.000.000	BelumMenikah
15	Fatia	P	26	S1	Swasta	3.400.000	BelumMenikah
16	Suhaidah	P	42	SMA	PNS	4.000.000	Menikah
17	DwiPrasetia	L	26	SMA	Swasta	2.600.000	BelumMenikah
18	Muhartono	L	29	D3	Swasta	4.000.000	BelumMenikah
19	Rhamadani	L	26	SMA	Swasta	2.800.000	BelumMenikah
20	RAHMAN	L	45	D3	Wiraswasta	4.800.000	Menikah

21	MURNIATI	P	26	SMA	Swasta	2.200.000	BelumMenikah
22	RONI	L	22	SMA	Swasta	1.000.000	BelumMenikah
23	SULISTIAWATI	P	38	S1	PNS	5.000.000	Menikah
24	MUALIMIN	L	23	SMA	Wiraswasta	1.900.000	BelumMenikah
25	ERNANI	P	40	SMA	Swasta	3.000.000	Menikah
26	SUHAIMI	L	26	SMA	Wiraswasta	3.200.000	BelumMenikah
27	JULIANI	P	29	SMA	Wiraswasta	4.500.000	Menikah
28	YUSUF	L	41	S1	PNS	3.100.000	Menikah
29	RATINA	P	43	SMA	Swasta	2.800.000	Menikah
30	YUNUS	L	27	S1	Swasta	3.500.000	BelumMenikah
31	Ari Sukandi	L	26	SMA	Swasta	2.100.000	BelumMenikah
32	ArdianRamansyah	L	28	D3	Swasta	3.500.000	Menikah
33	Nurdiansyah	L	21	SMA	Swasta	2.000.000	BelumMenikah
34	Taslim	L	30	SMA	PNS	3.200.000	Menikah
35	Ari Purnama	L	26	SMA	Swasta	3.600.000	BelumMenikah
36	M. Pajar	L	26	SMA	Wiraswasta	2.600.000	BelumMenikah
37	RizkaNovianty	P	27	SMA	Swasta	2.500.000	BelumMenikah
38	EviSoviana	P	29	S1	PNS	3.500.000	Menikah
39	Nengsih	P	35	S1	PNS	4.300.000	BelumMenikah
40	Nuraini	P	31	SMA	PNS	3.500.000	Menikah
41	Saipul	L	29	SMA	Swasta	3.800.000	Menikah
42	Muhar	L	39	SMA	PNS	3.200.000	BelumMenikah
43	Majid	L	43	S1	Swasta	3.000.000	Menikah
44	Nasihin	L	27	SMA	Swasta	2.500.000	BelumMenikah
45	Klaudio	L	33	SMA	Wiraswasta	5.000.000	Menikah
46	HamkaJayasaputra	L	31	SMA	Swasta	3.700.000	Menikah
47	TikaFebrianti	P	28	D3	Swasta	2.800.000	BelumMenikah

48	Rica	P	26	D3	Swasta	4.800.000	BelumMenikah
49	Junaidi	L	30	S2	PNS	3.250.000	BelumMenikah
50	Hasdiandi	L	31	SMA	Wiraswasta	5.300.000	Menikah
51	Gunawan	L	33	S1	PNS	4.200.000	Menikah
52	RiniOktaviani	P	22	SMA	Swasta	1.800.000	BelumMenikah
53	Yuniindriyana	P	26	SMA	Swasta	3.000.000	BelumMenikah
54	Anisa	P	28	SMA	Swasta	2.700.000	BelumMenikah
55	NuriSyafira	P	26	S1	Swasta	3.100.000	BelumMenikah
56	SisiAmalia	P	25	D3	Swasta	3.800.000	BelumMenikah
57	Linda Setiana	P	36	S1	Swasta	3.300.000	Menikah
58	RinaMutia Sari	P	24	SMA	Swasta	2.600.000	BelumMenikah
59	Iwan	L	28	SMA	Swasta	2.700.000	BelumMenikah
60	Feriansyah	L	21	SMA	Wiraswasta	1.800.000	BelumMenikah
61	PutriAgustini	P	29	S2	Swasta	3.300.000	Menikah
62	Oktaviani	P	37	S1	Swasta	2.800.000	BelumMenikah
63	Miranda	P	27	SMA	Swasta	2.500.000	Menikah
64	AyuRahayu	P	20	SMA	Swasta	1.500.000	BelumMenikah
65	Liza Azizah	P	28	S1	Swasta	4.000.000	BelumMenikah
66	FeniKurniawati	P	24	SMA	Swasta	2.300.000	BelumMenikah
67	Rendi	L	23	SMA	Swasta	1.700.000	BelumMenikah
68	iskandar	L	39	SMA	PNS	4.000.000	Menikah
69	Dedi	L	35	SMA	Wiraswasta	3.800.000	Menikah
70	DeniKurniadi	L	23	SMA	Swasta	3.000.000	BelumMenikah
71	Surdianto	L	44	S2	Swasta	4.200.000	Menikah
72	Aji	L	26	S1	Swasta	3.200.000	BelumMenikah
73	TeguhPramana	L	27	SMA	Swasta	2.000.000	BelumMenikah
74	Hendra	L	28	D3	Swasta	3.700.000	Menikah



75	Agus	L	27	S1	Swasta	2.700.000	Menikah
76	Heri	L	19	SMA	Swasta	1.700.000	BelumMenikah
77	Iwan	L	30	SMA	Swasta	2.500.000	BelumMenikah
78	Feri	L	25	SMA	Wiraswasta	2.500.000	BelumMenikah
79	Husnaini	L	42	S1	PNS	5.200.000	Menikah
80	Indriwati	P	26	S1	Swasta	2.200.000	BelumMenikah
81	PopyAstari	P	21	SMA	Swasta	2.000.000	BelumMenikah
82	Tri Saptahadi	L	26	SMA	Swasta	2.600.000	Menikah
83	Indra	L	21	SMA	Swasta	2.100.000	BelumMenikah
84	Robet	L	42	S1	Swasta	4.300.000	Menikah
85	Agustina	P	42	SMA	PNS	3.200.000	BelumMenikah
86	Maulana	L	27	S1	Swasta	2.300.000	Menikah
87	Ricky	L	27	D3	PNS	3.000.000	BelumMenikah
88	Hermansyah	L	31	S1	PNS	3.400.000	BelumMenikah
89	Ramdani	L	35	SMA	Swasta	3.700.000	Menikah
90	SAFIUDIN	L	32	S1	Wiraswasta	4.800.000	BelumMenikah
91	WAHYUNI	P	34	S2	PNS	3.500.000	Menikah
92	JULIANA	P	27	S1	Wiraswasta	2.700.000	BelumMenikah
93	RIANA JUNIARDA	P	20	SMA	Swasta	2.500.000	BelumMenikah
94	ERNI EKA ASTUTI	P	26	SMA	Swasta	2.200.000	BelumMenikah
95	MOCH. EKO KRISTIAWAN	L	37	S1	Swasta	4.750.000	Menikah
96	HAMZAH SYAMSUDIN	L	32	SMA	Wiraswasta	3.000.000	Menikah
97	BIBIT	L	31	SMA	PNS	4.000.000	Menikah
98	AGUSTINA TUKAU, SE. SH	P	38	SMA	PNS	3.400.000	Menikah
99	ROMENSIUS	L	25	SMA	Swasta	2.000.000	BelumMenikah
100	KHALIDA ATIKAH	P	37	SMA	PNS	5.000.000	Menikah

Lampiran 3

**TABULASI JAWABAN RESPONDEN PENGARUH KUALITAS PELAYANAN**

No	Kualitas Pelayanan (x)																		Total	Rata-rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
1	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	79	4
2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	78	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
6	3	4	4	5	5	3	5	5	3	3	4	5	5	4	4	3	3	4	72	4
7	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	73	4
8	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	72	4
9	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	78	4
10	5	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	77	4
11	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	81	5
12	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	84	5
13	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	83	5
15	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	80	4
16	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	85	5
17	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	80	4
18	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	82	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
20	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	82	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	4

22	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	82	5
23	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	77	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
25	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	76	4
26	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	78	4
27	4	4	2	2	5	5	5	2	5	4	2	4	5	5	5	4	4	5	72	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	79	4
29	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	81	4
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	79	5
31	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	81	4
32	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	80	5
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	79	4
34	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	82	4
35	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	78	5
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	79	4
37	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	83	4
38	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	80	5
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	76	4
40	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	84	4
42	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	80	5
43	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	5	3	5	5	5	5	5	80	4
44	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	83	4
45	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	80	5
46	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	81	4
47	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	82	5
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	78	5



76	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	82	5
77	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	72	5
78	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	4
79	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	78	4
80	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	80	4
81	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	78	4
82	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	75	4
83	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	85	4
84	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	82	5
85	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	84	5
86	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	83	5
87	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	85	5
88	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	82	5
89	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	83	5
90	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	77	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	85	4
92	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	79	5
93	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	5	4	4	3	3	3	4	73	4
94	3	4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74	4
95	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	78	4
96	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	79	4
97	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	74	4
98	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	78	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	73	4
100	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	80	4

Lampiran 4

**TABULASI JAWABAN RESPONDEN  
LOYALITAS KONSUMEN Y**

No	(Y)									Total	Rata-rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
1	5	4	4	4	4	4	5	5	4	39	4,333333333
2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	3,888888889
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
6	3	4	4	5	5	3	5	5	3	37	4,111111111
7	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38	4,222222222
8	4	5	4	4	4	4	3	4	4	36	4
9	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39	4,333333333
10	5	3	4	5	5	5	4	5	4	40	4,444444444
11	5	5	5	5	5	4	5	5	4	43	4,777777778
12	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43	4,777777778
13	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37	4,111111111
14	5	5	5	5	5	5	5	5	3	43	4,777777778
15	5	4	5	4	5	4	5	4	4	40	4,444444444
16	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43	4,777777778
17	5	5	4	5	4	5	4	5	4	41	4,555555556
18	5	5	4	5	4	4	5	5	4	41	4,555555556
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
20	4	4	4	4	5	5	5	5	4	40	4,444444444
21	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44	4,888888889
22	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41	4,555555556
23	4	4	5	5	5	4	4	4	4	39	4,333333333
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
25	4	5	4	5	3	4	4	4	5	38	4,222222222
26	4	4	5	5	4	4	5	5	4	40	4,444444444
27	4	4	2	2	5	5	5	2	5	34	3,777777778
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
29	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42	4,666666667
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
31	5	5	4	4	4	4	5	5	5	41	4,555555556
32	4	5	4	5	4	5	5	4	4	40	4,444444444
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
34	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41	4,555555556
35	4	4	4	4	5	5	4	4	5	39	4,333333333
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
37	4	5	5	5	4	4	5	5	4	41	4,555555556
38	4	5	5	5	4	4	4	4	5	40	4,444444444
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
40	4	4	4	4	5	5	5	5	4	40	4,444444444
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
42	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40	4,444444444

43	4	4	4	5	5	5	5	5	3	40	4,444444444
44	5	4	5	5	5	5	4	4	4	41	4,555555556
45	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38	4,222222222
46	4	5	5	4	5	5	4	5	4	41	4,555555556
47	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41	4,555555556
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
49	4	4	4	4	5	5	5	5	4	40	4,444444444
50	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42	4,666666667
51	5	4	5	5	4	5	5	4	4	41	4,555555556
52	4	4	5	5	4	4	5	5	4	40	4,444444444
53	5	4	5	5	4	5	5	4	4	41	4,555555556
54	4	4	5	5	5	5	5	5	4	42	4,666666667
55	5	5	4	4	5	4	5	4	3	39	4,333333333
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
57	4	4	5	5	4	4	5	5	4	40	4,444444444
58	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4,111111111
59	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41	4,555555556
60	4	4	5	5	5	5	4	5	4	41	4,555555556
61	4	4	5	5	3	3	4	4	5	37	4,111111111
62	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41	4,555555556
63	5	4	5	5	5	4	4	5	5	42	4,666666667
64	5	4	5	5	4	5	5	4	4	41	4,555555556
65	4	5	5	4	4	5	4	4	5	40	4,444444444
66	4	5	5	5	4	4	4	5	4	40	4,444444444
67	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4,111111111
68	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41	4,555555556
69	4	5	5	5	4	4	4	4	4	39	4,333333333
70	3	4	4	4	5	5	5	5	3	38	4,222222222
71	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44	4,888888889
72	4	5	4	5	5	5	5	5	4	42	4,666666667
73	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4,111111111
74	5	5	5	4	4	4	4	4	5	40	4,444444444
75	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41	4,555555556
76	4	5	4	4	5	4	4	5	4	39	4,333333333
77	4	4	5	4	5	4	3	4	4	37	4,111111111
78	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4,111111111
79	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38	4,222222222
80	5	5	4	4	4	5	4	4	4	39	4,333333333
81	4	5	4	5	4	4	4	4	4	38	4,222222222
82	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37	4,111111111
83	4	5	5	5	5	4	5	5	4	42	4,666666667
84	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4,111111111
85	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43	4,777777778
86	5	5	4	4	4	5	5	5	5	42	4,666666667
87	5	5	4	5	5	4	5	5	4	42	4,666666667
88	5	4	5	4	5	5	4	4	5	41	4,555555556
89	5	5	4	5	5	5	5	5	4	43	4,777777778
90	5	4	4	4	4	5	4	4	5	39	4,333333333

<b>91</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	4	<b>44</b>	4,888888889
<b>92</b>	4	4	5	5	4	4	5	5	5	<b>41</b>	4,555555556
<b>93</b>	4	4	4	5	5	4	5	5	4	<b>40</b>	4,444444444
<b>94</b>	3	4	4	5	5	3	5	5	4	<b>38</b>	4,222222222
<b>95</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	5	<b>38</b>	4,222222222
<b>96</b>	5	4	4	4	5	5	4	4	5	<b>40</b>	4,444444444
<b>97</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	4	<b>37</b>	4,111111111
<b>98</b>	4	4	4	4	5	4	5	4	5	<b>39</b>	4,333333333
<b>99</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>	4
<b>100</b>	5	4	5	4	5	4	4	4	5	<b>40</b>	4,444444444









X12 Pearson Correlation	-,073	,080	,183	,216*	,037	,055	,130	,162	,074	,104	,036	1	,186	,295**	,251*	,261**	,144	,308**	,450**
Sig. (2- tailed)	,468	,429	,069	,031	,714	,587	,197	,108	,465	,301	,724		,064	,003	,012	,009	,154	,002	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X13 Pearson Correlation	-,046	-,085	-,007	,000	,104	,010	,087	-,019	,224*	-,013	,117	,186	1	,282**	,414**	,176	,334**	,395**	,417**
Sig. (2- tailed)	,647	,402	,947	1,000	,305	,925	,390	,853	,025	,898	,246	,064		,004	,000	,080	,001	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X14 Pearson Correlation	,017	,120	-,122	-,018	-,128	,116	,069	,012	-,068	,024	-,136	,295**	,282**	1	,291**	,296**	,301**	,693**	,392**
Sig. (2- tailed)	,864	,236	,226	,861	,204	,251	,494	,908	,503	,813	,177	,003	,004		,003	,003	,002	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X15 Pearson Correlation	-,069	-,003	,063	-,017	,054	,118	,214*	,072	,079	-,164	,077	,251*	,414**	,291**	1	,444**	,537**	,610**	,520**
Sig. (2- tailed)	,494	,976	,531	,864	,596	,244	,033	,474	,434	,102	,449	,012	,000	,003		,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X16 Pearson Correlation	,093	,207*	,048	,033	-,069	,305**	,016	,054	-,001	,220*	,165	,261**	,176	,296**	,444**	1	,468**	,320**	,535**

Sig. (2-tailed)	,358	,039	,638	,741	,494	,002	,875	,592	,989	,028	,100	,009	,080	,003	,000		,000	,001	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X17 Pearson Correlation	,099	,144	,164	-,097	,000	,049	-,050	-,048	,199*	,031	,225*	,144	,334**	,301**	,537**	,468**	1	,450**	,524**
Sig. (2-tailed)	,328	,154	,103	,338	1,000	,626	,621	,632	,047	,757	,024	,154	,001	,002	,000	,000		,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X18 Pearson Correlation	-,023	,088	-,098	-,035	-,036	,025	,124	-,015	-,019	-,087	-,018	,308**	,395**	,693**	,610**	,320**	,450**	1	,476**
Sig. (2-tailed)	,823	,385	,330	,733	,724	,802	,217	,880	,855	,388	,860	,002	,000	,000	,000	,001	,000		,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TO Pearson Correlation	,413**	,396**	,458**	,422**	,288**	,423**	,381**	,430**	,268**	,288**	,415**	,450**	,417**	,392**	,520**	,535**	,524**	,476**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,004	,000	,000	,000	,007	,004	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

LAMPIRAN 6

**HASIL PERHITUNGAN UJI VALIDITAS VARIABEL (Y)**

CORRELATIONS

/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 TOTAL  
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG  
 /MISSING=PAIRWISE.

**Correlations**

		Correlations									
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	,274**	,341**	,099	,136	,286**	,193	,032	,260**	,568**
	Sig. (2-tailed)		,006	,001	,328	,177	,004	,054	,755	,009	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,274**	1	,241*	,287**	,000	,145	,098	,254*	-,013	,484**
	Sig. (2-tailed)	,006		,016	,004	1,000	,150	,332	,011	,895	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,341**	,241*	1	,492**	,102	,013	,088	,269**	,122	,582**
	Sig. (2-tailed)	,001	,016		,000	,314	,895	,383	,007	,228	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,099	,287**	,492**	1	,100	,148	,284**	,598**	-,199*	,615**
	Sig. (2-tailed)	,328	,004	,000		,322	,141	,004	,000	,047	,000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,136	,000	,102	,100	1	,391**	,328**	,284**	-,137	,480**
	Sig. (2-tailed)	,177	1,000	,314	,322		,000	,001	,004	,173	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,286**	,145	,013	,148	,391**	1	,242*	,220*	-,005	,531**
	Sig. (2-tailed)	,004	,150	,895	,141	,000		,015	,028	,963	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	,193	,098	,088	,284**	,328**	,242*	1	,469**	-,112	,564**
	Sig. (2-tailed)	,054	,332	,383	,004	,001	,015		,000	,267	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	,032	,254*	,269**	,598**	,284**	,220*	,469**	1	-,240*	,632**
	Sig. (2-tailed)	,755	,011	,007	,000	,004	,028	,000		,016	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	,260**	-,013	,122	-,199*	-,137	-,005	-,112	-,240*	1	,357**
	Sig. (2-tailed)	,009	,895	,228	,047	,173	,963	,267	,016		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,568**	,484**	,582**	,615**	,480**	,531**	,564**	,632**	,145	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,151	
	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

### HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL X

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15
X16 X17 X18
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

## Reliability

### 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
,718	18



## LAMPIRAN 8

### HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL Y

```
RELIABILITY  
  /VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9  
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
  /MODEL=ALPHA.
```

## Reliability

### 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
,648	9

## LAMPIRAN 9

### HASIL UJI NORMALITAS

NPAR TESTS

/K-S (NORMAL) =RES\_1

/MISSING ANALYSIS.

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,28266649
Most Extreme Differences	Absolute	,146
	Positive	,094
	Negative	-,146
Kolmogorov-Smirnov Z		,459
Asymp. Sig. (2-tailed)		,928

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## LAMPIRAN 10

### HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

```
REGRESSION  
  /MISSING LISTWISE  
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA  
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)  
  /NOORIGIN  
  /DEPENDENT Y  
  /METHOD=ENTER X.
```

### Regression

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,755 <sup>a</sup>	,570	,566	,184

a. Predictors: (Constant), X

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,383	1	4,383	13,029	,000 <sup>a</sup>
	Residual	3,303	98	,034		
	Total	7,686	99			

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,255	,365		,697	,487
	X	,936	,082	,755	11,403	,000

a. Dependent Variable: Y

## LAMPIRAN 11

### HASIL UJI KELAYAKAN MODEL (UJI F)

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X.
    
```

### Regression

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,383	1	4,383	13,029	,000 <sup>a</sup>
	Residual	3,303	98	,034		
	Total	7,686	99			

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,255	,365		,697	,487
	X	,936	,082	,755	11,403	,000

a. Dependent Variable: Y