

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DI PERUSAHAAN
JASA KONSTRUKSI PT. PILAREN
MEDAN
SKRIPSI**

**OLEH :
SULAIMAN GINTING
N.P.M : 12 832 0007**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2016**

ABSTRAK

Sulaiman Ginting NPM 108320007. “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Jasa Konstruksi PT. PILAREN Medan”.

Skripsi 2016.

Dibawah bimbingan (Drs. H, Miftahuddin, MBA sebagai Pembimbing I, dan Zulkarnain Siregar ST, MM sebagai Pembimbing II).

Kepuasan pelanggan berpengaruh pada peningkatan loyalitas konsumen yang bersangkutan atau sebaliknya dapat menurunkan loyalitas konsumen yang bersangkutan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang dan menciptakan loyalitas pelanggan serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada Perusahaan Jasa Konstruksi PT.PILAREN Medan. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Jasa Konstruksi PT.PILAREN Medan. Jenis penelitian ini adalah Asosiatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa konstruksi di PT PILAREN yang berjumlah sekitar 75 orang, dan penulis menetapkan jumlah sampel sebanyak 75 konsumen di PT. PILAREN. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan data primer berupa dengan membagikan kuesioner pada responden yang dijadikan sampel pada penelitian dan data sekunder dengan melakukan studi kepustakaan untuk mendapatkan data – data yang berkaitan dengan masalah penelitian. Teknik analisis yang dipergunakan adalah uji statistik yang menggunakan model analisa regresi linear sederhana dengan menggunakan *software SPSS for 20.00*.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen di PT PILAREN Medan. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen akan meningkat apabila kepuasan konsumen akan produk yang diberikan perusahaan sesuai dengan kualitas yang baik seperti memperhatikan produk, mutu, service quality dan kemudahan. Karena loyalitas memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang dan menciptakan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Konsumen

KATA PENGANTAR



Assalammualaikum Wr.Wb

Dengan mengucap puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik . Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Jasa Konstruksi PT. PILAREN Medan”** Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya (**Bapak Pustakana Djati Ginting & Ibu Mursyidah Rangkuti**) dan beserta kedua abang saya (**Fatahillah Ginting & Taufik Arif Ginting**) yang telah memberikan banyak dukungan yang luar biasa setiap harinya, dalam bentuk do'a maupun materi dalam membantu penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh. kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Hery Syarial, SE, MSi selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Ibu Adelina Lubis, SE, MSi, selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi/Manajemen Universitas Medan area.

5. Bapak Drs. H. Miftahuddin, MBA selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini
6. Bapak Dr. Ir. H. Zulkarnain Lubis, MS sebagai Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya guna membimbing penulis dalam menyelesaikan tulisan ini.
7. Ibu Dhian Rosalina, SE. MM Selaku Sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam hal kuliah.
8. Bapak Drs. Muslim Wijaya, Msi selaku ketua sidang saya yang luar biasa karena telah memberikan nilai yang tinggi di ujian skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
10. Seluruh pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi.
11. Semua teman-teman seperjuangan stambuk 2012 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang memberikan kenangan yang luar biasa selama 4 tahun ini, semoga kita semua sukses! Aamiin
12. Dan kepada semua pihak orang dekat saya, yang tidak menyangkut dalam penulisan skripsi ini, tetapi mereka memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak- pihak yang membutuhkannya.

Medan, 20 September 2016

(SULAIMAN GINTING)

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5

BAB II : LANDASATEORI

A. Uraian Teoritis	6
1. Kepuasan Pelanggan	6
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	6
b. Peranan Kepuasan Pelanggan	7
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan pelanggan.....	7
d. Indikator Kepuasan Pelanggan	9
e. Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas Konsumen	11
2. Loyalitas Pelanggan	
a. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	11
b. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	13
c. Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan	14
d. Metode Pengukuran Loyalitas Pelanggan.....	15
e. Faktor-faktor Loyalitas Pelanggan.....	16
f. Indikator Loyalitas Pelanggan	17
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Konseptual.....	19

D. Hipotesis	20
--------------------	----

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis, Tempat, dan Waktu Penelitian.....	21
B. Populasi dan Sampel.....	22
C. Jenis dan Sumber Data.....	22
D. Teknik Pengumpulan Data.....	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	25
F. Teknik Analisis Data	26

BAB IV: PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	29
1. Deskripsi Sejarah Singkat Perusahaan.....	29
2. Struktur Organisasi	31
3. Penyajian Data Responden	33
4. Penyajian Data Angket Responden.....	34
B. Pembahasan	
1. Uji Validitas dan Reabilitas	43
2. Uji Asumsi Klasik.....	46
3. Uji Statistik	47
4. Uji Hipotesis	48
5. Koefisien Determinasi	49
6. Pembahasan	51

BAB V: KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan	52
B. Saran	53

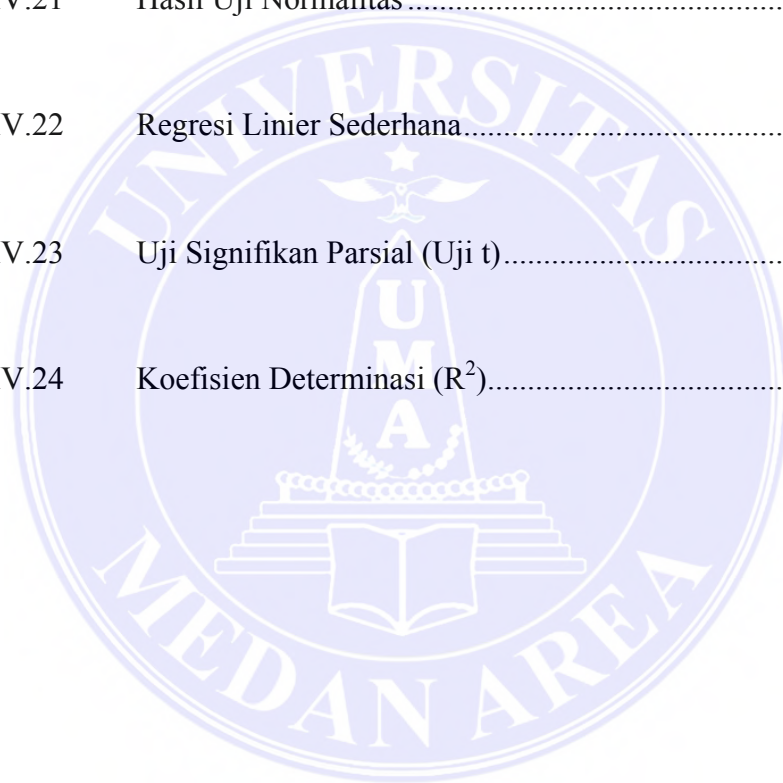
DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul/Teks	Halaman
Tabel II.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel III.1	Operasional Variabel Penelitian.....	24
Tabel III.2	Skala Likert.....	25
Tabel IV.1	Data Responden Penelitian.....	33
Tabel IV.2	Usia Responden.....	33
Tabel IV.3	Pekerjaan Responden.....	34
Tabel IV.4	saya jarang sekali mengeluhkan jasa yang ditawarkan PT PILAREN Medan.....	35
Tabel IV.5	ketika saya tidak lagi menggunakan jasa dari PT PILAREN Medan, mereka tetap menghubungi saya dan tetap member itikad baik.....	35
Tabel IV.6	para pegawai sering menanyakan kepada saya bagaimana tingkat kepuasan saya setelah saya memakai jasa yang ditawarkan.....	36
Tabel IV.7	ketika saya memiliki keluhan para pegawai PT PILAREN Medan dengan cepat mau mendengarkan keluhan saya.....	36
Tabel IV.8	para pegawai PT PILAREN Medan sering melakukan survey terhadap jasa yang saya pakai, untuk memastikan	

	bahwa jasa tersebut memang dipergunakan dengan semestinya.....	37
Tabel IV.9	sistem keluhan dan saran yang ada di Pusat PT PILAREN Medan membuat saya bias mengeluhkan masalah yang saya hadapi sekaligus saran dalam pemecahannya.....	38
Tabel IV.10	staff dan para pegawai PT PILAREN Medan sangat ramah kepada saya.....	38
Tabel IV.11	layanan jasa yang ada di PT PILAREN Medan membuat saya puas setelah memakai jasa dari mereka.....	39
Tabel IV.12	pemakaian jasa berulang yang saya lakukan merupakan akibat dari kepuasan yang saya rasakan terhadap benih jasa yang ditawarkan PT PILAREN Medan.....	39
Tabel IV.13	saya terbiasa memakai jasa konstruksi dari Pusat PT PILAREN Medan, walaupun saya sering ditawarkan jasa konstruksi dari tempat lain.....	40
Tabel IV.14	saya memberikan informasi tentang jasa konstruksi di PT PILAREN Medan kepada orang lain ketika saya puas terhadap jasa tersebut.....	41
Tabel IV.15	jasa konstruksi yang bagus harus disebarluaskan ke orang lain	41
Tabel IV.16	rasa puas dan percaya akan suatu jasa yang ditawarkan membuat saya merasa tidak perlu untuk mencoba jasa lain	42
Tabel IV.17	mencoba jasa konstruksi yang lain hanya akan membuat saya membuang - buang uang dan waktu ketika telah menemukan jasa yang pas dengan harapan saya	42

Tabel IV.18	jasa konstruksi di PT PILAREN Medan merupakan benih yang terbaik yang dapat saya temukan di Medan	43
Tabel IV.19	Estimasi Uji Validitas	44
Tabel IV. 20	Realibilitas Variabel	45
Tabel IV.21	Hasil Uji Normalitas	47
Tabel IV.22	Regresi Linier Sederhana.....	48
Tabel IV.23	Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	49
Tabel IV.24	Koefisien Determinasi (R^2).....	50



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul/Teks	Halaman
Gambar II.2	Kerangka Konseptual.....	19
Gambar IV.1	Struktur Organisasi PT.Pilaren Medan.....	31



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan pada umumnya menginginkan apa yang diproduksi dapat dipasarkan dengan lancar dan menguntungkan. Berawal dari hal tersebut perusahaan menginginkan, agar pelanggan yang sudah diciptakan dapat dipertahankan selamanya. Namun hal tersebut bukanlah merupakan hal yang mudah, mengingat beberapa perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri pelanggan, seperti selera maupun beberapa aspek psikologis sosial dan kultur pelanggan. Dalam jangka panjang loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perencanaan pasar strategis, selain itu juga dijadikan dasar pengembangan keunggulan yang berkelanjutan, yaitu berbagai keunggulan yang dapat direalisasikan melalui upaya-upaya pemasaran. Untuk dapat unggul salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan menjadikan konsumen puas terhadap produk yang dinginkannya.

Kepuasan pelanggan adalah keluaran dari proses kinerja sebuah perusahaan yang dirasakan oleh seorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut (Kotler, 2000). Pelanggan akan merasa puas apabila produk yang di belinya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta harapan yang ingin dicapai oleh pelanggan tersebut. Apabila pelanggan telah merasa puas atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan, maka pelanggan tersebut akan selalu tetap memakai produk yang ditawarkan perusahaan dan bahkan akan merekomendasikannya kepada orang lain.

Menurut Kotler (2006), Perusahaan harus berfokus pada pembentukan keunggulan pelanggan. Kemudian mereka akan memberikan nilai kepuasan pelanggan yang tinggi, yang menghasilkan pembelian ulang yang tinggi dan akhirnya profitabilitas perusahaan yang tinggi juga.

Jadi, apabila pelanggan sudah merasa puas maka pelanggan tersebut akan kembali membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan dasar pelanggan tersebut enggan membeli kepada produk perusahaan lain karena ia sudah merasa puas dengan menggunakan produk perusahaan tersebut. Dan bahkan tidak sedikit pelanggan yang merasa terpuaskan, akan mempromosikan produk tersebut secara tidak langsung kepada konsumen lainnya. Pembelian ulang serta promosi secara tidak langsung ini, tentu saja akan meningkatkan jumlah penjualan produk perusahaan yang akhirnya juga meningkatkan laba atau profitabilitas perusahaan.

Sektor industri jasa mempunyai peranan yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Karena bagaimanapun juga industri jasa memberi kemudahan pada setiap aspek kehidupan, baik aspek ekonomi, aspek sosial, maupun aspek politik. Jasa konstruksi adalah beberapa contoh industri jasa yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi sebuah bangsa. Mereka berupaya keras menarik minat konsumen agar mau menggunakan jasa produk mereka

Permasalahan yang terjadi adalah munculnya ketidakpuasan pelanggan dari apa yang mereka harapkan dari perusahaan dikarenakan pelayanan yang di berikan kepada para pelanggan adalah kurang maksimal seperti pelayanan yang kurang cepat serta permasalahan dalam hal keramahan dalam pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Jika sistem pelayanan dapat diatur dan diterapkan di

perusahaan, maka itu akan memberikan nilai positif pada perusahaan. Sistem pelayanan harus benar-benar mendapat perhatian membeli produk perusahaan. Setelah konsumen merasa puas dengan cara pelayanan produk atau jasa yang diterimanya, maka konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan dengan perusahaan lainnya.

Kualitas jasa yang memuaskan akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan karena konsumen akan loyal terhadap jasa yang diberikan dan memutuskan melakukan pembelian secara terus-menerus. Loyalitas pelanggan merupakan tujuan yang ingin dicapai setiap perusahaan karena jika konsumen telah loyal terhadap perusahaan maka diharapkan mereka mau membeli ulang produk yang ditawarkan dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Jika hal ini terjadi, perusahaan dapat mempertahankan pangsa pasar mereka dan semakin meningkatkan laba perusahaan oleh karena itu untuk tetap dapat bertahan dan berkembang lebih besar dalam bisnis ini, perusahaan harus mengenali konsumen lebih dalam untuk mengetahui dan menilai keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penelitian kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono (2002) adanya kepuasan pelanggan akan dapat menjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen. Menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

PT PILAREN merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa konstruksi. Jenis kegiatan usaha yang dilakukan meliputi pembangunan

proyek-proyek jalan, saluran air dan fasilitas sosial lainnya. Seperti halnya perusahaan konstruksi lainnya PT PILAREN juga memperoleh sebagian besar pendapatannya dari kontrak-kontrak jasa konstruksi yang disetujui perusahaan dengan pemberi kerja. Selain pendapatan dari normal perusahaan, PT PILAREN juga memperoleh pendapatan dari sumber lain seperti penyewaan alat-alat, atau dari hasil penjualan sisa material dari suatu proyek yang telah diselesaikan.

Sebagai perusahaan jasa konstruksi PT. PILAREN menghadapi beberapa permasalahan yang terlihat di lapangan seperti masih adanya pelanggan yang merasa kurang puas atas apa yang mereka harapkan terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, masih adanya keluhan-keluhan dari pelanggan mengenai kepuasan pelanggan yang akhirnya mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Sehingga penulis merasa tertarik untuk membahas dan membuat tulisan dalam bentuk karya ilmiah dengan mengambil judul **“Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen jasa konstruksi PT.PILAREN Medan”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan penjelasan diatas, penulis mencoba merumuskan permasalahan sebagai berikut : “Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada jasa konstruksi PT. PILAREN?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : “Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada jasa konstruksi PT. PILAREN”

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat bagi para pihak yang membacanya. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan bagi perusahaan guna menambah pengetahuan dan informasi mengenai pengaruh kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada perusahaan sehingga hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam mengambil kebijakan perusahaan.

2. Bagi Penulis

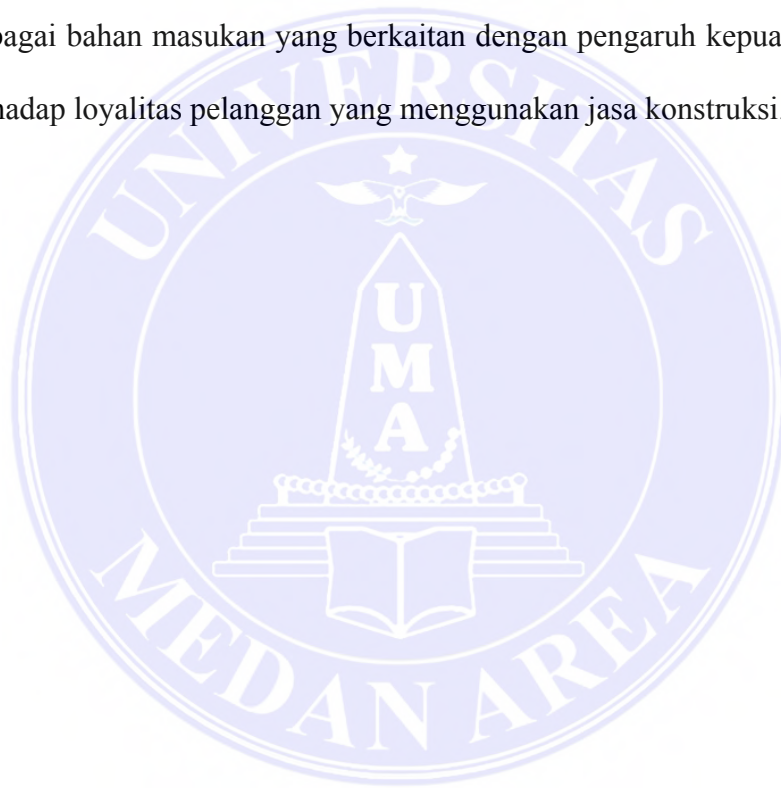
Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan penulis dalam bidang pemasaran khususnya yang menyangkut kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan serta dapat memberikan informasi sebagai bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin meneliti berkaitan dengan masalah ini sehingga dapat melanjutkan penelitian ini untuk menjadi penelitian yang lebih baik lagi serta dapat menambah referensi perpustakaan.

4. Bagi Akademik

Sebagai bahan masukan yang berkaitan dengan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang menggunakan jasa konstruksi.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis, Tempat dan Waktu Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian penelitian ini adalah asosiatif. Pendekatan asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variabel guna mengetahui hubungan atau pengaruh yang satu dengan yang lain.

2. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di perusahaan jasa konstruksi PT. PILAREN Medan Jln. Asrama No. 26 Pondok Kelapa Medan. 20158. Telp : 061 – 8461909, Fax : 061 – 844132.

3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Desember 2015 sampai dengan bulan Maret 2016.

Tabel III-1
Tabel Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan					
		Des 2015	Jan 2015	Feb 2016	Mar 2016	Apr 2016	Mei 2016
1	Bimbingan Proposal						
2	Seminar Proposal						
3	Pengumpulan Data						
4	Penulisan skripsi						
5	Bimbingan Skripsi						
6	Seminar Hasil						

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). Berdasarkan pendapat diatas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah memakai jasa konstruksi PT.PILAREN Medan.

2. Sampel

Menurut sugiyono (2009), “Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Berdasarkan asumsi tersebut, karena keterbatasan biaya, waktu dan tenaga maka penentuan sampel menggunakan metode sampling purposif (sampling pertimbangan), dimana yang menjadi responden adalah seluruh pelanggan yang memakai jasa di PT. PILAREN Medan, pada saat periode penelitian dilakukan yakni mulai tanggal 1 Desember 2015 sampai dengan 1 Januari 2016. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan oleh peneliti sebanyak 75 responden, sebagai jumlah sampel diatas minimal untuk menghindari sampel *error*.

C. Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional bertujuan untuk mendeteksi sejauh mana variabel-variabel pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain. Adapun defenisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat adalah tipe variabel yang dapat dijelaskan atau dipengaruhi variabel lain. Variabel terikat (Y) yaitu Loyalitas sebagai preferensi konsumen secara konsisten untuk melakukan pembelian pada merek yang sama pada produk yang spesifik atau kategori pelayanan tertentu. Loyalitas merek adalah pilihan yang dilakukan konsumen untuk membeli merek tertentu dibandingkan merek yang lain dalam satu kategori produk.

Tjiptono (2002) mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu :

1. Pembelian ulang
2. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut
3. Selalu menyukai merek tersebut
4. Tetap memilih merek tersebut
5. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik
6. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain

2. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel bebas adalah tipe variabel yang menjelaskan atau yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kepuasan (X1) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler, 2009). Menurut J. Supranto (2001) mengemukakan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu :

- 1) Ketanggapan Pelayanan (*responsive of service*)
- 2) Kecepatan Transaksi (*speed of transaction*)
- 3) Keberadaan Pelayanan
- 4) Profesionalisme (*professionalism*)
- 5) Kepuasan menyeluruh dengan jasa

Tabel III.2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
Kepuasan Pelanggan (X₁)	adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka (Kotler et al, 2009:138).	<ul style="list-style-type: none"> a. Ketanggapan Pelayanan (responsive o service) b. Kecepatan Transaksi (speed of transaction) c. Keberadaan Pelayanan d. Profesionalisme (Profesionalism) e. Kepuasan menyeluruh dengan jasa
Loyalitas Konsumen (Y)	adalah pilihan yang dilakukan konsumen untuk membeli merek tertentu dibandingkan merek yang lain dalam satu kategori produk.	<ul style="list-style-type: none"> a. Pembelian ulang b. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut c. Selalu menyukai merek tersebut d. Tetap memilih merek tersebut e. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik f. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain

D. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber sumber asli. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang telah dibagikan peneliti kepada para konsumen pembeli kecambah di perusahaan jasa konstruksi PT. PILAREN.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber – sumber bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas perusahaan yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (*Interview*)

Dalam hal ini, penulis melakukan wawancara atau dialog langsung kepada para responden untuk menanyakan berbagai hal mengenai kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan dan kelayakn konsumen di perusahaan jasa konstruksi PT. PILAREN (pelanggan).

2. Angket (*Questioner*)

Untuk memperoleh data dan informasi dibutuhkan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data antara lain : angket (*questioner*) yaitu pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden (pelanggan). Dengan menggunakan metode Linkert Summated Rating (LSR) dengan bentuk checklist (\checkmark) dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi sebagaimana terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel III-2
Skala Likert

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang akan meneliti apakah masing - masing variabel bebas (kepuasan pelanggan) dan (kualitas pelayanan) tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat (loyalitas pelanggan) baik secara parsial maupun simultan. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya.

Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda.

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program spss versi 17,00 dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *cronbach's alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala *alpha cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai alpha cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha cronbach 0,42 s.d 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai alpha cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Untuk mengetahui normalitas, maka data dilakukan dengan uji statistik melalui tehnik kolmogorov smirnov, suatu variabel dikatakan normal jika nilai suatu data lebih dari 0.05 (Ghozali,2011:160)

3. Uji Statistik

Uji statistik yang digunakan adalah model regresi linear sederhana dengan menggunakan bantuan spss for windows 17.00 dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (loyalitas)
 X1 = Variabel Bebas (kepuasan)
 a = Konstanta
 bX = Koefisien Regresi

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan adalah Uji t. Uji t dimaksudkan Untuk menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

Kriteria Pengujian

$t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ ditolak

$t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$ diterima

5. Koefisien Determinasi (R²)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien Determinasi (adjusted R²) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varian atau penyebaran dari variabel – variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besara variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Peneliti mengambil kesimpulan setelah melakukan pembahasan terhadap data penelitian serta berdasarkan analisis dan pengujian, kesimpulan yang diambil adalah

1. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan di PT PILAREN Medan. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen akan meningkat apabila kepuasan konsumen akan jasa yang diberikan perusahaan sesuai dengan kualitas yang baik seperti memperhatikan jasa yang ditawarkan, mutu, service quality dan kemudahan. Karena loyalitas memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang dan menciptakan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.
2. Koefisien variabel kepuasan pelanggan bersifat elastis yakni diperoleh nilai 7,469 dimana nilai t table pada α 5% yakni 2,042 sehingga koefisien variable kepuasan pelanggan dapat dipercaya pada uji 95% dan variable kepuasan pelanggan memberi arti yang begitu menentukan terhadap loyalitas konsumen.

3. (R^2) yang diperoleh 0,811 angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 81,1% loyalitas pelanggan di PT PILAREN Medan dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan pelanggan. Sisanya sebesar 18,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

B. Saran

Melihat dari hasil penelitian dan pembahasan yang didapat, maka penulis memberikan saran yaitu

1. Perusahaan harus lebih meningkatkan perhatian terhadap peningkatan hal – hal apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan sudah sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan, ini semua demi menghasilkan loyalitas dan akan meningkatkan kepuasan pelanggan para pelanggan di PT PILAREN Medan maka perusahaan harus tetap menjaga kualitas jasanya demi tetap mempertahankan kepuasan pelanggan.
3. Jika perusahaan ingin meningkatkan penjualan maka perusahaan harus membuat loyal para pelanggan dan membuat mereka puas karena loyalitas dan kepuasan pelanggan yang maksimal tentu akan meningkatkan kinerja perusahaan, yang akan semakin membuat perusahaan maju dan memiliki citra yang lebih baik pula.

DAFTAR PUSTAKA

- Alida Palilati, (2007). **Pengaruh Nilai Pelanggan Kepuasan Terhadap loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan.** Sulawesi Selatan : Manajemen dan Kewirausahaan.
- Barness, James G (2003). **Secrets of Customer Relationship Management.** Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi
- Fandy Tjiptono (2000). **Strategi Pemasaran.** Jakarta : Salemba Empat
- Griffin, Jill (2003). **Customer Loyalty : “How to Learn it, how to keep it” First Edition.** Kentucky : Mc Grawhill
- Guzarati, Damodar (2003). **Ekonomitrika Dasar.** Penerjemah : Sumarnomo Zain. Jakarta : Erlangga
- Handy Irawan (2002), **Prinsip Kepuasan Pelanggan.** Cetakan Kedua. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Lupiyoadi Rambat (2006). **Pemasaran Jasa.** Jakarta : Salemba Empat
- Moenir (2008). **Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia.** Cetakan Kedelapan. Jakarta : Bumi Aksara
- Nina Ernawatin Nina Kurniasari (2013). **Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Laundry Kencling Semarang.** Semarang Philip Kotler dan Kevin Keller (2009), **Manajemen Pemasaran,** Edisi Ketigabelas. Jakarta : PT. Ladeks
- Schiffman, Leon G & Kanuk, Leslie L (2004). **Consumer Behavior (eight edition).** New Jersey : Prentice Hall.
- Sofjan Assauri (2004). **Manajemen Pemasaran.** Edisi Pertama. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Sugiyono, (2009), **Metode Penelitian Bisnis,** Cetakan Kedelapanbelas, Alfabeta, Bandung

Tjiptono Fandy (2002). **Manajemen Pemasaran**. Yogyakarta : Andi

JURNAL:

I Made Bayu Wisnawa, 2005, **PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN: STUDI KASUS PADA JEJE RESORT KUTA BALI** ,Dosen Program Studi Perhotelan STIPAR Triatma Jaya

Rina Rachmawati,2010, **PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (SEBUAH KAJIAN TERHADAP BISNIS MAKANAN)**, Teknologi Jasa dan Produksi FT UNNES



Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI PERUSAHAAN JASA KONSTRUKSI
PT. PILAREN MEDAN**

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa tingkat akhir Universitas Medan Area Medan jurusan ekonomi manajemen konsentrasi pemasaran yang akan menyebar angket mengenai masalah pemasaran.

Dimohonkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/Sdri untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi angket ini, diharapkan dalam pengisiannya responden menjawab dengan leluasa sesuai dengan persepsi anda.

Sesuai dengan kode etik penelitian, penulis menjamin kerahasiaan semua data. Kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/Sdri mengisi angket ini adalah bantuan tak ternilai bagi penulis. Akhirnya penulis sampaikan terimakasih atas kerjasamanya.

Peneliti

SULAIMAN GINTING

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Berilah tanda checklist (√) pada jawaban yang anda anggap paling sesuai.
2. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja.

IDENTITAS RESPONDEN

No responden :
 Usia :
 Jenis Kelamin : 1. Laki-Laki 2. Perempuan
 Pekerjaan : 1. PNS 2. Pegawai Swasta 3. Wiraswasta
 4. Pensiunan 5. Lain-lain
 Mulai Menggunakan : 1. >1 thn 2. 1-5 thn 3. 5-10 thn 4. <10thn

KETERANGAN

Isi jawaban berikut sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan checklist (√) pada kolom yang tersedia. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju KS : Kurang Setuju STS : Sangat Tidak Setuju
 S : Setuju TS : Tidak Setuju

SKOR PERNYATAAN

No.	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

KEPUASAN PELANGGAN (X)

NO	ITEM	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya jarang sekali mengeluhkan jasa yg ditawarkan dari PT. PILAREN Medan					
2	Ketika saya tidak lagi menggunakan jasa dari PT. PILAREN Medan, mereka tetap menghubungi saya dan tetap memberi itikad baik					
3	Para pegawai sering menanyakan kepada saya bagaimana tingkat kepuasan saya setelah saya memakai jasa yang ditawarkan.					
4	Ketika saya memiliki keluhan para pegawai PT. PILAREN Medan dengan cepat mau mendengarkan keluhan saya					
5	Para pegawai PT PILAREN Medan sering melakukan survey terhadap jasa yang saya pakai, untuk memastikan bahwa jasa tersebut memang dipergunakan dengan semestinya					
6	Sistem keluhan dan saran yang ada di PT. PILAREN Medan membuat saya bisa mengeluhkan masalah yang saya hadapi sekaligus saran dalam pemecahannya					
7	Staff dan para pegawai PT. PILAREN Medan sangat ramah kepada saya					
8	Layanan jasa yang ada di PT. PILAREN Medan membuat saya puas setelah memakai jasa dari mereka					

LOYALITAS PELANGGAN (Y)

NO	ITEM	SS	S	KS	TS	STS
1	Pemakaian jasa berulang yg saya lakukan merupakan akibat dari kepuasan yang saya rasakan terhadap jasa yang ditawarkan oleh di PT. PILAREN Medan					
2	Saya terbiasa memakai jasa konstruksi dari PT. PILAREN Medan, walaupun saya sering ditawarkan jasa konstruksi dari tempat lain					
3	Saya memberikan informasi tentang jasa konstruksi di PT. PILAREN Medan kepada orang lain ketika saya puas terhadap jasa tersebut					
4	Jasa konstruksi yang bagus harus disebarluaskan ke orang lain					
5	Rasa puas dan percaya akan suatu jasa yg ditawarkan membuat saya merasa tidak perlu untuk mencoba jasalain					
6	Mencoba jasa konstruksi lain hanya akan membuat saya membuang – buang uang dan waktu ketika telah menemukan jasa yang pas dengan harapan saya					
7	Jasa konstruksi di PT. PILAREN Medan merupakan jasa terbaik yang dapat saya temukan di medan					

Lampiran 2

TABULASI SKOR DATA UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Rea	Variabel X (Kepuasan Pelanggan)								Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)							
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
1	4	5	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	
2	3	3	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	3	5	4	
3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	
4	4	5	3	4	5	4	4	5	3	3	4	4	5	5	5	
5	4	2	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	2	4	4	
6	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	
7	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
8	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	
9	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	
10	4	3	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	3	4	4	
11	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	
12	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	
13	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	
14	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
15	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	4	
16	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	
17	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	
18	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	
19	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	
20	5	3	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	3	5	4	

Sumber : Hasil Olahan Data 2016

Lampiran 3

HASIL OLAHAN DATA

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Variabel Terikat X (Kepuasan Pelanggan)

Reliability

```

/VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE COV CORR.

```

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.764	.740	8

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

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

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	4.1500	.58714	20
VAR00002	4.2000	.95145	20
VAR00003	4.2000	.69585	20
VAR00004	4.4000	.68056	20
VAR00005	4.5500	.51042	20
VAR00006	4.2000	.41039	20
VAR00007	4.1500	.58714	20
VAR00008	4.3000	.73270	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	21.5500	3.734	.387	.465	.486
VAR00002	21.5000	2.895	.358	.600	.507
VAR00003	21.5000	3.421	.409	.507	.467
VAR00004	21.3000	3.695	.306	.428	.518
VAR00005	21.1500	3.924	.383	.561	.496
VAR00006	21.5000	4.789	.310	.257	.609
VAR00007	21.3000	3.379	.395	.435	.460
VAR00008	21.1500	3.713	.316	.238	.595

2. Variabel Bebas Y (Loyalitas Pelanggan)

Reliability

```

/VARIABLES=VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
/SUMMARY=TOTAL MEANS VARIANCE COV CORR.

```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	20	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.749	.714	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00009	4.2000	.69585	20
VAR00010	4.2000	.69585	20
VAR00011	4.2000	.41039	20
VAR00012	4.4000	.68056	20
VAR00013	4.2000	.95145	20
VAR00014	4.5000	.60698	20
VAR00015	4.5500	.51042	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00009	21.2500	2.829	.540	.512	.367
VAR00010	21.2500	3.566	.330	.413	.550
VAR00011	21.2500	4.513	.360	.502	.609
VAR00012	21.0500	2.787	.584	.418	.345
VAR00013	21.6500	3.397	.312	.620	.600
VAR00014	21.3500	4.239	.316	.419	.571
VAR00015	21.3000	3.905	.610	.691	.478

Lampiran 4

**Tabulasi Dan Nilai Jawaban Responden Terhadap
Variabel Bebas X (Kepuasan Pelanggan)**

No. Res	Jawaban Responden Variabel X								Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	4	4	4	4	5	4	33
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	4	4	5	4	5	4	4	5	35
5	4	5	5	4	4	4	4	4	34
6	5	5	5	4	5	4	4	4	36
7	5	4	4	4	5	5	4	5	36
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	5	4	4	4	4	4	4	4	33
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	4	4	5	4	4	4	5	4	34
13	3	4	4	4	4	5	5	5	34
14	3	4	4	5	5	4	4	4	33
15	4	5	5	5	4	4	4	5	36
16	5	5	4	5	5	5	5	5	39
17	5	4	4	4	4	4	4	4	33
18	4	4	5	5	4	5	4	4	35
19	3	5	5	5	5	5	5	5	38
20	4	4	4	5	5	4	5	5	36

21	4	4	5	5	5	4	5	5	35
22	4	4	5	5	5	5	5	5	38
23	5	5	5	5	4	5	5	5	39
24	5	5	5	4	5	5	4	5	38
25	5	5	5	4	5	5	4	5	38
26	4	4	4	4	5	5	4	4	34
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	5	5	4	5	5	5	4	5	38
30	5	4	4	4	5	4	5	4	37
31	5	4	4	4	5	4	5	4	37
32	5	5	5	4	4	4	4	5	36
33	5	5	5	5	5	5	4	4	38
34	4	5	5	5	4	5	4	4	36
35	4	4	5	5	4	5	5	4	36
36	5	4	5	5	4	5	4	5	37
37	4	4	5	5	5	5	4	4	36
38	5	4	4	5	4	5	4	5	36
39	4	4	5	5	4	5	5	4	36
40	5	4	4	4	5	5	5	5	37
41	5	4	4	5	5	4	4	5	36
42	5	4	4	5	5	4	4	5	36
43	5	4	4	5	5	4	4	5	36
44	5	4	5	5	4	4	4	5	35
45	3	4	4	4	5	5	5	4	34

46	3	4	5	4	5	5	4	4	34
47	5	4	4	4	4	4	5	5	35
48	4	4	4	4	4	4	5	4	33
49	5	4	5	4	5	5	4	5	37
50	4	4	4	4	5	4	5	4	34
51	4	4	5	4	5	5	5	4	36
52	4	5	4	5	5	4	4	4	35
53	4	5	5	4	5	4	5	4	36
54	4	3	4	4	5	4	4	4	32
55	4	4	4	4	5	4	4	4	33
56	4	4	5	4	5	4	5	4	35
57	4	4	5	5	5	4	4	4	35
58	4	4	4	4	4	4	5	4	33
59	4	4	4	4	4	4	5	4	33
60	4	4	5	4	5	4	5	4	35
61	4	4	4	4	5	4	4	4	33
62	4	5	5	4	5	4	4	4	35
63	4	4	4	4	4	4	5	4	33
64	3	4	4	4	5	4	5	4	33
65	5	4	4	4	4	5	5	4	35
66	3	5	4	5	4	4	4	4	33
67	5	4	4	4	4	4	4	4	33
68	5	4	4	4	4	4	5	4	34
69	5	5	4	5	4	5	4	4	36
70	5	4	5	4	4	4	4	4	34

71	5	4	5	4	5	4	4	4	35
72	5	4	5	5	4	5	5	4	36
73	5	4	5	5	5	5	4	4	37
74	5	5	4	5	4	5	4	5	37
75	5	4	4	5	4	5	5	5	37

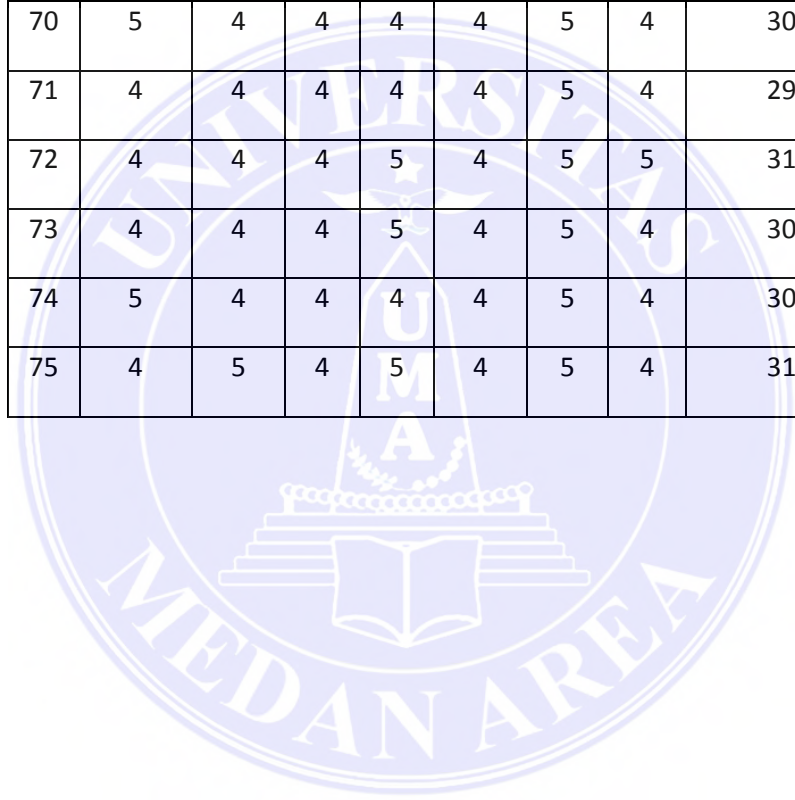
**Tabulasi Dan Nilai Jawaban Responden Terhadap
Variabel Terikat Y (loyalitas Konsumen)**

No. Res	Jawaban Responden Variabel Y							Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	5	4	4	4	4	4	29
2	4	4	4	4	4	4	5	29
3	4	4	4	4	4	4	5	29
4	5	4	5	4	5	5	4	32
5	4	5	5	5	4	5	4	32
6	5	4	5	4	5	5	4	32
7	5	4	5	4	5	5	4	32
8	4	4	4	4	4	4	4	28
9	4	4	4	4	4	5	4	29
10	5	4	4	4	4	4	4	29
11	5	5	4	4	4	5	4	31
12	4	4	5	4	4	4	4	29
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	4	4	4	4	4	4	4	28
15	5	4	5	5	4	5	5	33

16	4	5	5	4	5	5	5	33
17	4	4	5	4	4	5	5	31
18	5	4	5	5	5	5	4	33
19	4	4	5	5	4	5	5	32
20	4	5	5	5	5	5	5	34
21	5	5	5	5	5	5	4	34
22	4	4	5	5	4	5	5	32
23	5	5	5	5	5	5	5	35
24	5	5	4	5	4	5	5	33
25	5	5	4	5	4	5	5	33
26	5	4	4	4	4	5	4	30
27	5	5	4	5	5	5	5	34
28	5	5	5	5	5	5	5	35
29	5	5	4	5	4	4	5	32
30	4	4	4	4	5	4	5	30
31	4	4	4	5	4	4	4	29
32	5	5	5	5	5	5	5	35
33	5	5	5	5	5	5	4	34
34	4	4	4	4	4	4	5	29
35	4	4	4	4	4	4	5	29
36	4	4	4	4	4	4	5	29
37	4	4	4	4	4	4	5	29
38	4	5	5	5	4	4	5	33
39	4	5	4	5	4	5	5	32

40	4	4	4	4	4	4	5	29
41	4	4	5	4	4	4	4	29
42	4	4	5	5	4	4	4	30
43	4	5	4	4	4	5	4	30
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	5	5	5	4	4	4	5	32
46	4	5	5	4	4	5	5	32
47	4	4	4	5	4	5	4	30
48	4	4	5	5	4	5	4	31
49	5	4	4	4	5	5	5	32
50	5	5	5	5	5	5	4	34
51	4	4	4	4	4	5	4	29
52	4	4	4	4	4	5	4	29
53	4	4	4	4	4	5	4	29
54	4	4	4	4	4	5	4	29
55	4	4	4	4	4	5	4	29
56	4	4	4	5	4	5	4	30
57	4	4	4	5	4	5	4	30
58	5	4	5	5	5	5	4	33
59	4	4	4	4	4	5	4	34
60	5	5	4	5	5	5	4	33
61	4	4	5	4	4	5	4	30
62	4	4	4	4	5	5	4	30
63	4	5	4	4	4	4	4	29

64	4	5	5	4	5	5	4	32
65	5	4	4	5	4	5	4	31
66	4	4	4	5	4	5	4	30
67	4	4	4	4	5	5	4	30
68	5	4	4	4	4	5	4	30
69	5	5	4	4	4	5	4	31
70	5	4	4	4	4	5	4	30
71	4	4	4	4	4	5	4	29
72	4	4	4	5	4	5	5	31
73	4	4	4	5	4	5	4	30
74	5	4	4	4	4	5	4	30
75	4	5	4	5	4	5	4	31



Lampiran 5

REGRESSION

```

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

```

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan Pelanggan ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.808 ^a	.654	.642	1.70631	2.012

a. Predictors: (Constant), Kepuasan pelanggan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.808 ^a	.654	.642	1.70631	2.012

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	170.289	1	170.289	58.488	.000 ^a
	Residual	90.257	75	2.912		
	Total	260.545	72			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan

b. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.056	4.430		1.593	.122
	Kepuasan Pelanggan	.827	.111	.811	7.469	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	36.8705	44.4679	40.2727	2.30684	33
Residual	-3.24715	3.12947	.00000	1.67944	33
Std. Predicted Value	-1.475	1.819	.000	1.000	33
Std. Residual	-1.903	1.834	.000	.984	33

a. Dependent Variable: Loyalitas konsumen



Lampiran 6

TABEL NILAI – NILAI r PRODUCT MOMENT

Z	Taraf Signifikan		Z	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	38	0,320	0,413
4	0,950	0,990	39	0,316	0,408
5	0,878	0,959	40	0,312	0,403
6	0,811	0,917	41	0,308	0,398
7	0,754	0,874	42	0,304	0,393
8	0,707	0,834	43	0,301	0,389
9	0,666	0,798	44	0,297	0,384
10	0,632	0,765	45	0,294	0,380
11	0,602	0,735	46	0,291	0,376
12	0,576	0,708	47	0,288	0,372
13	0,553	0,684	48	0,284	0,368
14	0,532	0,661	49	0,281	0,364
15	0,514	0,641	50	0,270	0,361
16	0,497	0,623	55	0,266	0,345
17	0,482	0,606	60	0,254	0,330
18	0,468	0,590	65	0,244	0,317
19	0,454	0,575	70	0,235	0,306
20	0,44	0,561	75	0,227	0,296
21	0,433	0,549	80	0,220	0,286
22	0,423	0,537	85	0,213	0,278

23	0,413	0,526	90	0,207	0,270
24	0,404	0,515	95	0,202	0,263
25	0,396	0,505	100	0,195	0,256
26	0,388	0,496	125	0,176	0,230
27	0,382	0,487	150	0,159	0,210
28	0,374	0,478	175	0,148	0,194
29	0,367	0,470	200	0,138	0,181
30	0,361	0,463	300	0,113	0,148
31	0,355	0,456	400	0,098	0,128
32	0,449	0,449	500	0,088	0,115
33	0,344	0,442	600	0,080	0,105
34	0,339	0,436	700	0,074	0,097
35	0,334	0,430	800	0,070	0,091
36	0,329	0,424	900	0,065	0,086
37	0,325	0,418	1000	0,062	0,081

Sumber : Sugiyono 2009

Lampiran 6

Tabel Nilai – Nilai Dalam Distribusi t

Derajat signifikansi untuk One-Tailed Test						
Dk	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
	Derajat signifikansi untuk Two-Tailed Test					
	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,001
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	636,619
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	31,598
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	12,598
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	8,610
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	6,859
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,959
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	5,405
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	5,041
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4781
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,587
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,437
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	4,318
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	4,221
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	4,140
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	4,073
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	4,015
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,965
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,933
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,883
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,850
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,819

22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,792
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,767
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,745
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,725
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,707
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,690
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,674
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,659
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,646
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,551
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,460
120	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617	3,373
-	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576	3,297

Sumber : Sugiyono 2009