

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian,” *Pemasaran Jasa*”, Edisi I, Penerbit Andi, Yogyakarta. 2009.
- Ali Hasan. 2008. “*Marketing*”, Medpes. Yogyakarta.
- Basu Swastha DH.2009. “*Azas-Azas Marketing*”, Edisi Kedua, Liberty, Yogyakarta.
- _____ 2011. “*Manajemen Pemasaran*”. Edisi Kedelapan. Cetakan Kedelapan. Penerbit Liberty. Jakarta.
- Buckhari Alma. 2011. “*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*”. Alfabeta. Bandung.
- Cannon. Joseph P. William D. Perreault. And E. Jarome. McCarthy. 2008. “*Pemasaran Dasar-pendekatan manajemen global*”. Salemba empat. Jakarta.
- Danang Sunyoto. 2012.” *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*”. Caps. Yogyakarta.
- Ferdinan. Augusty T. 2007. “*Metode Penelitian Manajemen*” : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi. Tesis dan Desertasib. BP Undip. Semarang.
- JNE. 2016. “*Budaya Organisasi JNE Sumatera Utara*”.JNE Sumut Training Center,AMPLAS TRADE CENTER,NO F 10, Kota Medan.
- Ghozali. Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”. BP Undip. Semarang.
- Gunawan Sudarmanto. 2005. “*Analisis Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*”. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Hair Lamb, dan Mc. Daniel 2001. “*Marketing Pemasaran*”, Salemba Empat, Jakarta. .
- Kismono, Gugup.2001. “*Bisnis Pengantar*”, Edisi Pertama, Yogyakarta.
- Kotler. Philip. 2007. “*Marketing Management*”. Edisi kesepuluh. Prentice Hall. Inc.PT Simon dan Schister Pte. Ltd Sams.net. Jakarta.
- _____ dan Gary Armstrong. 2001. “*Prinsip-prinsip pemasaran*” Jilid II. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi Rambat.2001 “*Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*”, Edisi I, Salemba Empat, Jakarta.
- Mc Carthy, E. Jarome.2009.“*Dasar-Dasar Pemasaran*”, Terjemahan Albert J.PSimatupang, et.al, Erlangga, Jakarta.

- Monier, H.A.S.2012.” *Manajemen Pelayanan Umum Indonesia*”, Edisi I, Cetakan Kedua, Bumi Aksara : Jakarta. 2012.
- Nembah F. Hartimbul Ginting. 2011. “*Manajemen Pemasaran*”. Cetakan Ke-1. Yrama Widya. Bandung.
- Rambat Lupiyoadi dan Hamdani. 2008. “*Manajemen Pemasaran Jasa*”. Salemba Empat.
- Ratminto. dan Atik Septi Winarsih. 2010. “*Manajemen Pelayanan*”. Cetakan Ke-8. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Setiadi, Nugroho J.2003, “*Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*”, Edisi Pertama, Prenada Media, Jakarta. .
- Simamora Binson,2002 “*Manajemen Pemasaran Internasional*”, Jilid I, PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Susilo S, Triandaru Sigit, Budi Santoso A.2000 “*Bank dan Lembaga Keuangan Lain*”, Cetakan Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Singgih Santoso dan Tjiptono. 2001. “*Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*”. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Siswanto.2009.”*Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara
- Stephan Schiffan. 2005. “*Increasing Sales*”. Terjemahan Eling Ratnawati. PT. Bhuana Ilmu Populer kelompok Gramedia. Jakarta.
- Sugiharto. Et al. 2001. “*Teknik Samplingb*”. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2007. “*Metode Penelitian Administrasi*”. Penerbit: Alfabeta. Bandung.
- _____ 2009. “*Metode Penelitian Bisnis*”. Penerbit: Alfabeta. Bandung.
- _____ Achmad Sani. 2010. “*Metode Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*”. Penerbit: UIN Maliki Press. Malang.
- Tjiptono Fandy.2003. “*Strategi Pemasaran*”, *Edisi Kedua*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- _____ Fandy dan Anastasia Diana. 200. “*Total Quality Management*”. Edisi Revisi. Andi Yogyakarta.
- _____ Fandy. 2002. “*Strategi Pemasaran*”. Andi. Yogyakarta.
- _____ Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. “*Service Quality dan Satisfaction*”. Andi. Yogyakarta.
- _____ Chandra,Adriana.2008.”Pemasaran Stratejik. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Umar, Husein.2005. **“Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen”**, Gramedia Pustaka Utama dan JNRC, Jakarta. 2005.

Zeithaml. V.A. A. Parasuraman and Berry . L.L.1990. **“Delivering Quality Sericel : Balancing Customer Pereptiions and Expectation”**. New York. The Free Press.

Zeithaml. Valeria A. 2000. **“Service Quality. Profitability. and the Economic Worth of Customers : What We Know and What We Need to Learns”**. Jourbal of the academy of Marketing Science. Vol. 28 No.1. pp..67-85.

Zeithaml Valeria. A. and Mary Jo Bitner. 2000. **“Service Marketing”**. The McGraw Hill Companies. Inc. New York.

JURNAL :

Denny, Daud. 2013. **Promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan pada PT. Bess Finance Manado. Jurnal Emba. Vol. 1. No. 4.**

Dharmmesta, B.S., (1999) **Loyalitas pelanggan : Sebuah kajian konseptual sebagai panduan bagi Penalty, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 14. No. 3. Pp. 73-88.**

J. Standon. 1979. **Bauran Promosi,**
http://digilib.ubaya.ac.id/skripsi/ekonomi/m_622_3830164/m-622-babII.pdf

SKRIPSI :

Hajariah, S. (2015). **“Pengaruh Kulaitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Santri/Santriwati Pesantren Modern Usman Syarif Medan”**. Universitas Medan Area Medan.

Ryanda, W.(2014). **“Pengaruh Kkualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Bibit Ubi Sambung Pada UD. Senaform Medan”**. Universitas Medan Area Medan.

Setyadi,Y.(2010). **“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Trade Service Pada Standard Characted Bank Medan”**. Universitas Medan Area Medan.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN
CV.INDO AKEBONO OHTA JNE MEDAN PETISAH**



KUESIONER PENELITIAN

Responden Yang Terhormat,

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

Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdra/Sdri untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penyelesaian skripsi dan tidak berpengaruh apapun terhadap Bapak/Ibu/Sdra/Sdri, atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Sdra/Sdri untuk mengisi dan mengembalikan kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

MHD DURROSYIDIN HSB

PETUNJUK MENGISI KUESIONER

1. Mohon memberi tanda centang (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Sadra/Sdri anggap paling sesuai.
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Setelah melakukan pengisian, Bapak/Ibu/Sadra/Sdri memberikannya kepada yang menyerahkan kuesioner ini pertama kali.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

1	Usia Tahun				
2	Jenis Kelamin	1	Laki-Laki	2	Perempuan	
3	Tingkat Pendidikan	1	SMA	2	Diploma	3 Sarjana
4	Pekerjaan				

Kriteria Jawaban :

5	4	3	2	1
Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	SangatTdkSetuju

NO	PERNYATAAN/PERTANYAAN KUALITAS PELAYANAN	Penilaian				
		5	4	3	2	1
Tangibles (X₁)						
1	Fasilitas yang tersedia pada Trade Sevice CV. Indo Akebono Ohta (JNE) Medan Petisah tergolong lengkap					
Reliability (X₂)						
2	CV. Indo Akebono Ohta (JNE) Medan Petisah cepat dalam melayani konsumennya					
Responsiveness (X₃)						
3	Keterampilan karyawan yang bertugas dalam menangani transaksi konsumen cukup memadai					
Emphaty (X₄)						
4	Tersedia toilet sebagai bentuk kepedulian nyata CV. Indo Akebono Ohta (JNE) Medan Petisah					
Assurance (X₅)						
5	CV. Indo Akebono Ohta (JNE) Medan Petisah memiliki karyawan yang berpengetahuan luas dalam melayani konsumen					

NO	PERNYATAAN/PERTANYAAN VARIABEL PROMOSI	Penilaian				
		5	4	3	2	1
Pengiklanan (X₁)						
1	Gaya iklan yang disampaikan CV. Indo Akebono Ohta (JNE) Medan Petisah menarik perhatian saya					
Direct Marketing (X₂)						
2	Promosi sebaiknya melalui media online (Facebook, Twitter, Blog, dan sebagainya)					
Penjualan Perorangan (X₃)						
3	Menurut saya karyawan CV. Indo Akebono Ohta (JNE) Medan Petisah berpenampilan menarik, rapi, dan bersikap ramah					
Hubungan Masyarakat (X₄)						
4	Apakah hasil dari strategi humas kantor CV. Indo Akebono Ohta (JNE) Medan Petisah dapat memotivasi anda sebagai wujud tanggung jawab bersama					
Promosi Penjualan (X₂)						
5	CV. Indo Akebono Ohta (JNE) Medan Petisah memberikan diskon pada kinsmen yang berlangganan					

NO	PERNYATAAN/PERTANYAAN VARIABEL LOYALITAS KONSUMEN	Penilaian				
		5	4	3	2	1
Pembelian Ulang (Y₁)						
1	Menggunakan jasa CV. Indo Akebono Ohta (JNE) Medan Petisah secara rutin					
Merekomendasikan Kepada Orang Lain (Y₂)						
2	Merekomendasikan kepada pihak lain untuk menggunakan jasa CV. Indo Akebono Ohta (JNE) Medan Petisah					
Kesediaan Membayar Tinggi (Y₃)						
3	Menggunakan CV. Indo Akebono Ohta (JNE) Medan Petisah untuk keperluan usaha					
Dasar Kesetiaan (Y₄)						
4	Tidak terpengaruh oleh tawaran jasa lain					
Konsumen Yang Loyal (Y₅)						
5	Tidak akan pindah ke perusahaan jasa lain					

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

NO	Kualitas Pelayanan					Promosi					Loyalitas Konsumen				
	(X ₁)					(X ₂)					(Y)				
1	q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9	q10	q11	q12	q13	q14	q15
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4
6	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
7	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4
8	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
9	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
10	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
11	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
12	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	5	4
13	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	5	4	4	3
14	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
15	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4
16	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
17	5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4	5
18	4	3	5	5	3	4	3	4	5	4	3	5	5	5	4
19	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
20	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4
21	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
22	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5
23	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3
24	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4
25	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
27	4	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	3	3	5
28	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
29	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
30	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3
31	3	4	5	5	4	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5
32	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
33	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5
34	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5
35	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
36	3	3	4	5	3	4	5	3	5	5	3	4	5	5	5

37	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
38	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4
39	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5
40	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
41	3	3	3	4	3	3	2	3	2	2	3	3	4	4	2
42	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
43	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
44	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
45	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5
46	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4
47	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4
48	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
49	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
50	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
52	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5
54	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5
55	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
56	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
59	5	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5
60	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
63	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
64	5	5	4	4	5	4	3	5	4	3	5	4	4	5	3
65	4	3	4	4	3	3	3	4	4	5	3	4	4	5	5
66	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4
67	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
68	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
69	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
70	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
71	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	5	4
72	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	5	4	4	3
73	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
74	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4
75	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4

LAMPIRAN
HASIL UJI SPSS

Frequency Tables

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

P1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	7	9.3	9.3	9.3
	Setuju	48	64.0	64.0	73.3
	Sangat Setuju	20	26.7	26.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	15	20.0	20.0	20.0
	Setuju	40	53.3	53.3	73.3
	Sangat Setuju	20	26.7	26.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

P3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	11	14.7	14.7	14.7
	Setuju	36	48.0	48.0	62.7
	Sangat Setuju	28	37.3	37.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Kurang Setuju	17	22.7	22.7	24.0
	Setuju	43	57.3	57.3	81.3
	Sangat Setuju	14	18.7	18.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	15	20.0	20.0	20.0
	Setuju	40	53.3	53.3	73.3
	Sangat Setuju	20	26.7	26.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Variabel Promosi (X2)**P6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	15	20.0	20.0	20.0
	Setuju	42	56.0	56.0	76.0
	Sangat Setuju	18	24.0	24.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

P7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Kurang Setuju	10	13.3	13.3	14.7
	Setuju	41	54.7	54.7	69.3
	Sangat Setuju	23	30.7	30.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

P8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	7	9.3	9.3	9.3
	Setuju	48	64.0	64.0	73.3
	Sangat Setuju	20	26.7	26.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

P9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Kurang Setuju	9	12.0	12.0	13.3
	Setuju	34	45.3	45.3	58.7
	Sangat Setuju	31	41.3	41.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

P10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Kurang Setuju	6	8.0	8.0	9.3
	Setuju	38	50.7	50.7	60.0
	Sangat Setuju	30	40.0	40.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Variabel Loyalita Konsumen (Y)**P11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	15	20.0	20.0	20.0
	Setuju	40	53.3	53.3	73.3
	Sangat Setuju	20	26.7	26.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

P12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	11	14.7	14.7	14.7
	Setuju	36	48.0	48.0	62.7
	Sangat Setuju	28	37.3	37.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

P13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Kurang Setuju	17	22.7	22.7	24.0
	Setuju	43	57.3	57.3	81.3
	Sangat Setuju	14	18.7	18.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

P14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	8.0	8.0	8.0
	Setuju	47	62.7	62.7	70.7
	Sangat Setuju	22	29.3	29.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

P15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.3	1.3	1.3
	Kurang Setuju	6	8.0	8.0	9.3
	Setuju	38	50.7	50.7	60.0
	Sangat Setuju	30	40.0	40.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	



HASIL UJI VALIDITAS

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

		Correlations					
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Total_KP
KP1	Pearson Correlation	1	.551**	.273*	.030	.551**	.648**
	Sig. (2-tailed)		.000	.018	.801	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
KP2	Pearson Correlation	.551**	1	.426**	.240*	1.000**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.038	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
KP3	Pearson Correlation	.273*	.426**	1	.147	.426**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000		.208	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
KP4	Pearson Correlation	.030	.240*	.147	1	.240*	.476**
	Sig. (2-tailed)	.801	.038	.208		.038	.000
	N	75	75	75	75	75	75
KP5	Pearson Correlation	.551**	1.000**	.426**	.240*	1	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.038		.000
	N	75	75	75	75	75	75
Total_KP	Pearson Correlation	.648**	.902**	.644**	.476**	.902**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75

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

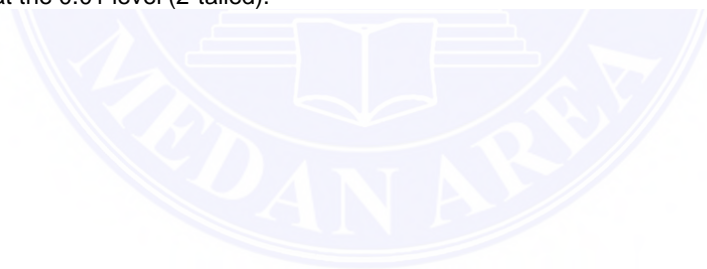
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Variabel Promosi (X2)

Correlations

		Promosi1	Promosi2	Promosi3	Promosi4	Promosi5	Total_Promosi
Promosi1	Pearson Correlation	1	.661**	.543**	.398**	.365**	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75
Promosi2	Pearson Correlation	.661**	1	.442**	.380**	.458**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
Promosi3	Pearson Correlation	.543**	.442**	1	.373**	.354**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.002	.000
	N	75	75	75	75	75	75
Promosi4	Pearson Correlation	.398**	.380**	.373**	1	.615**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
Promosi5	Pearson Correlation	.365**	.458**	.354**	.615**	1	.749**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.002	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75
Total_Promosi	Pearson Correlation	.784**	.784**	.698**	.748**	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75

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



3. Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Correlations

		LK1	LK2	LK3	LK4	LK5	Total_LK
LK1	Pearson Correlation	1	.426**	.240*	-.105	.250*	.633**
	Sig. (2-tailed)		.000	.038	.370	.030	.000
	N	75	75	75	75	75	75
LK2	Pearson Correlation	.426**	1	.147	.081	.379**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000		.208	.491	.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75
LK3	Pearson Correlation	.240*	.147	1	.071	.219	.576**
	Sig. (2-tailed)	.038	.208		.546	.059	.000
	N	75	75	75	75	75	75
LK4	Pearson Correlation	-.105	.081	.071	1	.150	.359**
	Sig. (2-tailed)	.370	.491	.546		.199	.002
	N	75	75	75	75	75	75
LK5	Pearson Correlation	.250*	.379**	.219	.150	1	.679**
	Sig. (2-tailed)	.030	.001	.059	.199		.000
	N	75	75	75	75	75	75
Total_LK	Pearson Correlation	.633**	.700**	.576**	.359**	.679**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	
	N	75	75	75	75	75	75

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

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

HASIL UJI RELIABILITAS

1. Varibel Kualitas Pelayanan (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	75	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	5

2. Varibel Promosi (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	75	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	5

3. Varibel Loyalitas Konsumen (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	75	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	5

HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA, UJI t, UJI F, DAN KOEFISIEN DETERMINASI

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Kualitas_Pelayanan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 ^a	.745	.738	1.01155

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	214.993	2	107.497	105.055	.000 ^b
	Residual	73.673	72	1.023		
	Total	288.667	74			

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.395	1.068		5.051	.000
	Kualitas_Pelayanan	.509	.076	.613	6.677	.000
	Promosi	.235	.072	.299	3.260	.002

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

HASIL Uji ASUMSI KLASIK

