

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN DENGAN LOYALITAS PELANGGAN MC
DONALD ARION MALL PADA MAHASISWA PRODI
PENDIDIKAN TATA NIAGA DI UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA**

NIKEN NURAZIZAH

8135134122



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2017

***RELATIONSHIP BETWEEN PRICE PERCEPTION AND
SERVICE QUALITY OF CONSUMEN LOYALTY MC DONALD
ARION MALL ON THE COMMERCE EDUCATION STUDENT
IN STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

NIKEN NURAZIZAH

8135134122



*Building
Future
Leaders*

***This Thesis is Organized As One of The Requirements For Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2017

ABSTRAK

NIKEN NURAZIZAH, Hubungan Antara Persepsi Harga dan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan McDonald Arion Mall pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Prodi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juli 2017.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat (shalih, benar dan valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, reliable) tentang Hubungan Antara Persepsi Harga dan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan McDonald Arion Mall pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Selama enam bulan terhitung sejak Januari 2017 sampai dengan Juni 2017.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Dengan sampel 110 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*.

Berdasarkan tabel Coefficient, nilai t_{hitung} persepsi harga (X_1) sebesar (8,857) > t_{tabel} (1,66) dan *Sig* (0,000) < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial hipotesis H_1 diterima dan menolak H_{01} . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi harga dengan loyalitas pelanggan. Berdasarkan tabel Coefficient, nilai t_{hitung} kualitas pelayanan (X_2) sebesar (8,870) > t_{tabel} (1,66) dan *Sig* (0,000) < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial hipotesis H_2 diterima dan menolak H_{02} . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0,42077 atau 42,08% yang artinya variabel persepsi harga dalam penelitian ini secara bersama-sama mampu mempengaruhi perubahan loyalitas pelanggan sebesar 42,08%. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (*adjusted R square*) sebesar 0,4215 atau 42,15% yang artinya variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini secara bersama-sama mampu mempengaruhi perubahan loyalitas pelanggan sebesar 42,15%. Berdasarkan uji ANAVA atau Uji F, F_{hitung} (78,45) > F_{tabel} (3,91) untuk variabel persepsi harga dan Uji F, F_{hitung} (78,68) > F_{tabel} (3,91) untuk variabel kualitas pelayanan artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan persepsi harga dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sehingga dapat dikatakan bahwa persepsi harga dan kualitas pelayanan memiliki hubungan signifikan dengan loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

NIKEN NURAZIZAH. *Relationship Between Perception of Price and Service Quality to Consumen Loyalty McDonald Arion Mall of The Commerce Education Student in State University of Jakarta.* The Commerce Education Studies Program, Departemen of Economics and Administration, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

This study aimed to gain the proper knowledge (valid, true, valid) and trustworthy (reliable, reliable) on Relationship Between Perception of Price and Service Quality to Consumen Loyalty McDonald Arion Mall of The Commerce Education Student in State University of Jakarta. This research was conducted at the commerce education studies program for six month, starting Januari 2017 until Juni 2017. The method used is survey method with the correlational approach. The population in this study are the commerce education studies program. The sampling technique in this study using purposive sampling of 110 students.

Based on Coefficients table, t_{count} perception of price (X_1) of (8,857) > t_{table} (1,66) and sig (0,000) < 0,05 so it can be concluded that partial hypothesis H_1 is accepted and refused Ho_1 . This shows that there is a significant relationship between perception of price and konsumen loyalty. Based on Coefficients table, t_{count} perception of price (X_2) of (8,870) > t_{table} (1,66) and sig (0,000) < 0,05 so it can be concluded that partial hypothesis H_2 is accepted and refused Ho_2 . This shows that there is a significant relationship between service quality and konsumen loyalty. Based on value of the coefficient of determination (adjusted R-square) of 0,42077 or 42,08% which means that the independen variable perception of price in this study together – equally capable of effecting changes in consumer satisfaction by 42,08%. Based on value of the coefficient of determination (adjusted R-square) of 0,4215 or 42,15% which means that the independen variable service quality in this study together – equally capable of effecting changes in consumer satisfaction by 42,08%. Based on test result or test ANAVA F, F_{hitung} (78,45) > F_{table} (3,91) means that Ho is rejected to so that we can conlude the service quality an perception of price together affects costumer satisfaction. So it can be said that the perception of price and service quality has a significant relationship with konsumen loyalty

Keywords : *Perception of Price, Service Quality, Consumen Loyalty*

LEMBAR PENGESAHAN

PENANGGUNG JAWAB
DEKAN FAKULTAS EKONOMI



Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus.
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji		1 Agustus 2017
2. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982032001	Penguji Ahli		1 Agustus 2017
3. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Sekretaris		1 Agustus 2017
4. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Dosen Pembimbing 1		1 Agustus 2017
5. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Dosen Pembimbing 2		1 Agustus 2017

Tanggal Lulus: 25 Juli 2017

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali seara tertulis dengan jelas dicantumkan sebgai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pusaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2017

Yang membuat pernyataan



Niken Nurazizah

LEMBAR MOTTO

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kamu. Dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kamu. Allah Maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui”

(Al-Baqarah: 216)

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah “

(HR.Turmudzi)

“Wa Annahu Aghnaa Wa Aqnaa..”

“ Dan sesungguhnya Dia yang memberikan kekayaan dan kecukupan..”

“Doa akan selalu menjadi penyelamat saat semuanya terasa berat. Doa, melenyapkan takut dan melahirkan berjuta nikmat.”

Universitas manapun akan tetap sama, kecuali diri kita yang duduk disana yang mau meningkatkan kualitas diri. Soal sukses, itu soal kita, bukan almameternya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan McDonald Arion Mall pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti dengan setulus hati ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan dan mengerahkan berbagai upaya seperti ilmu, arahan, motivasi, kritik, serta saran bagi peneliti dalam penulisan skripsi ini.
2. Dra. Dientje Griandini, M.Pd selaku dosen pembimbing II yang banyak memberikan bimbingan, saran, dukungan, semangat, waktu, dan tenaga dalam membimbing serta memberikan ilmu pengetahuan yang dimiliki kepada peneliti.
3. Dr. Corry Yohana selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga atas segala bantuan, bimbingan kepada penulis.
4. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta atas segala bantuan, bimbingan kepada penulis.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga yang telah bersedia menyediakan waktu luang untuk menjadi responden pada penelitian ini.
7. Kedua orang tua hebat Ibu Neneng Nur Hasanah dan Bapak Rusdani Sofyan yang telah memberikan doa tulus tanpa henti dan memberikan dukungan luar biasa, serta adik Natasya Nur Filaili yang telah banyak memberikan semangat baik secara materil maupun moril, dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan serta doa terbaik.
8. Alfi Fitri Yeni, Astari Ramdhania Rahayu, Annisa Ul Hasanah, Dena Maulia Castin, Desy Purwito, Desy Kartika, Nila Indawati, Restia Nur Rizky sebagai sahabat-sahabat terkasih serta seluruh teman-teman Pendidikan Tata Niaga B 2013 yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Dian Lestari, Ayu Wulandari, Dinka Ramadhani, Cahayani Sinarta, Ka Pipit serta seluruh rekan-rekan Econochannel kabinet Produktif dan Fearless khususnya yang telah memberikan banyak dukungan dan perhatian kepada peneliti untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Ka Panges, Ka Fadel, Resti, Eky, Angga, Fany dan Dzikra sebagai patner seperjuangan di divisi *Public Relation* kabinet Bersahabat. Serta keluarga besar BEM FE kabinet Bersahabat yang selalu memberikan banyak dukungan dan perhatian kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
11. Seluruh rekan-rekan HMJ EA kabinet Berintegrasi khususnya divisi Infokom yang telah memberikan banyak dukungan kepada peneliti untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
12. Seluruh rekan-rekan organisasi *Indonesian Softskill Center* yang selalu memberikan banyak dukungan dan perhatian kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.

13. Seluruh keluarga besar paguyuban Scholar Baituzzakah Pertamina yang telah banyak memberikan semangat baik secara materil maupun moril, selalu memberikan dukungan serta doa terbaik.
14. Kwon Jiyong dan Cho Kyuhyun yang telah banyak memberikan semangat dan inspirasi secara tidak langsung kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juni 2017

Niken Nurazizah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR ORISINALITAS	v
LEMBAR MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Perumusan Masalah	7
E. Kegunaan Penelitian	8
BAB II	10
KAJIAN TEORETIK	10
A. Deskripsi Konseptual	10
1. Loyalitas pelanggan	10
2. Persepsi Harga	14
3. Kualitas Pelayanan	20
B. Hasil Penelitian yang Relevan	24

C.	Kerangka Teoretik	31
1.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	31
2.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	31
D.	Perumusan Hipotesis Penelitian	32
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
A.	Tujuan Penelitian.....	33
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	33
1.	Tempat Penelitian	33
2.	Waktu Penelitian.....	33
C.	Metode Penelitian	34
1.	Metode.....	34
2.	Konstelasi Hubungan Antara Variabel.....	35
D.	Populasi dan Teknik Sampling.....	35
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
a.	Loyalitas Pelanggan.....	37
b.	Persepsi Harga	42
c.	Kualitas Pelayanan	47
F.	Teknik Analisis Data.....	52
1.	Persamaan Garis Regresi Linier Sederhana	53
2.	Uji Persyaratan Analisis	53
3.	Uji Hipotesis	56
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A.	Deskripsi Data	59
1.	Loyalitas Pelanggan (Variabel Y).....	59

2.	Persepsi Harga	61
3.	Kualitas Pelayanan.....	63
B.	Analisis Data	66
1.	Persamaan Garis Regresi.....	66
2.	Pengujian Persyaratan Analisis.....	68
3.	Pengujian Hipotesis Penelitian	70
C.	Pembahasan.....	74
1.	Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan	74
2.	Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.....	75
BAB V		77
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....		77
A.	Kesimpulan	77
B.	Implikasi	78
C.	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....		80
LAMPIRAN		83
RIWAYAT HIDUP		196

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 - Matriks Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel II. 2 - Persamaan dan Perbandingan Penelitian	27
Tabel III. 1 - Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan	38
Tabel III. 2 - Skala Penilaian Instrumen Loyalitas Pelanggan.....	39
Tabel III. 3 - Kisi-kisi Instrumen Harga	43
Tabel III. 4 - Skala Penilaian Instrumen Harga.....	44
Tabel III. 5 - Kisi-Kisi Intrumen Kualitas Pelayanan (X_1)	48
Tabel III. 6 - Skala Penilaian Instrumen Kualitas pelayanan.....	49
Tabel III. 7 - TABEL ANAVA	56
Tabel IV. 1 - Distribusi Frekuensi Loyalitas Pelanggan (Variabel Y)	60
Tabel IV. 2 - Rata-rata Hitung Skor Indikator Persepsi Harga	62
Tabel IV. 3 - Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan (Variabel X)	64
Tabel IV. 4 - Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran.....	68
Tabel IV. 5 - Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran.....	69
Tabel IV. 6 - Tabel ANAVA Persepsi Harga Dengan Loyalitas Pelanggan	71
Tabel IV. 7 - Tabel ANAVA Kualitas Layanan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	71
Tabel IV. 8 - Pengujian Signifikan Koefisien Korelasi	73
Tabel IV. 9 - Pengujian Signifikan Koefisien Korelasi	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar III. 1 – Metode Penelitian	35
Gambar IV. 1 – Gambar Grafik Histogram Loyalitas Pelanggan	61
Gambar IV. 2 - Grafik Histogram Persepsi Harga	63
Gambar IV. 3 - Grafik Histogram Kualitas Pelayanan.....	65
Gambar IV. 4 - Grafik Hubungan antara Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan Persamaan Regresi $Y= 39,24 + 0,6005X$	66
Gambar IV. 5 - Grafik Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan Persamaan Regresi $Y= 41,79 + 0,5990X_2$	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Surat Izin Penelitian	83
Lampiran 2 – Kuesioner Uji Coba Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	84
Lampiran 3 – Kuesioner Uji Coba Variabel X1 (Persepsi Harga)	87
Lampiran 4 – Kuesioner Uji Coba Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)	90
Lampiran 5 – Skor Uji Coba Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	92
Lampiran 6 – Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	93
Lampiran 7 – Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Coba Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	94
Lampiran 8 - Skor Uji Coba Variabel X1 (Persepsi Harga)	95
Lampiran 9 - Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel X1 (Persepsi Harga)	96
Lampiran 10 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Coba Variabel X1 (Persepsi Harga)	97
Lampiran 11 - Skor Uji Coba Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)	98
Lampiran 12 - Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)	99
Lampiran 13 - Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Coba Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)	100
Lampiran 14 – Kuesioner Final Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	101
Lampiran 15 - Kuesioner Final Variabel X1 (Persepsi Harga)	104
Lampiran 16 - Kuesioner Final Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)	106
Lampiran 17 – Data Mentah Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	107
Lampiran 18 - Data Mentah Variabel X1 (Persepsi Harga)	109
Lampiran 19 – Data Mentah Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)	111
Lampiran 20 – Data Mentah Variabel Y dan Variabel X1	113
Lampiran 21 – Rekapitulasi Skor Total Instrument Hasil Penelitian	116
Lampiran 22 – Perhitungan Rata-Rata, Varians, dan Simpangan Baku Variabel X1 dan Y	120

Lampiran 23 – Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians, dan Simpangan Baku Variabel X1 dan Y	121
Lampiran 24 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	124
Lampiran 25 - Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X1 (Persepsi Harga)	125
Lampiran 26 - Grafik Histogram Variabel Y	126
Lampiran 27 – Grafik Historam Variabel X1	127
Lampiran 28 – Perhitungan Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	128
Lampiran 29 – Grafik Persamaan Regresi Variabel Y dan X1	129
Lampiran 30 – Tabel untuk menghitung $\hat{Y} = a+bX$	130
Lampiran 31 – Perhitungan rata-rata, varians, simpangan baku, regresi $\hat{Y} = 39,24 + 0,6005 X1$	133
Lampiran 32 – Perhitungan normalitas galat taksiran Y atas X1	134
Lampiran 33 – Langkah perhitungan uji normalitas galat taksiran regresi $\hat{Y} = 39,24 + 0,6005 X1$	137
Lampiran 34 – Perhitungan JK Galat	138
Lampiran 35 - Perhitungan Uji Keberartian regresi	140
Lampiran 36 – Perhitungan Uji Kelinieran regresi	141
Lampiran 37 – Tabel Anava uji keberartian dan uji kelinieran regresi	142
Lampiran 38 – Perhitungan koefisien korelasi Product Moment	143
Lampiran 39 – Perhitungan Koefisien Determinasi	144
Lampiran 40 – Perhitungan uji keberartian koefisien korelasi (uji-t).....	145
Lampiran 41 – Skor indikator dominan variabel Y	146
Lampiran 42 – Skor indikator dominan variabel X1	147
Lampiran 43 – Data Mentah Variabel Y dan Variabel X2	148
Lampiran 44 – Rekapulasi Skor Total Instrument Hasil Penelitian	151
Lampiran 45 – Perhitungan Rata-Rata, Varians, dan Simpangan Baku Variabel X2 dan Y	155
Lampiran 46 – Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians, dan Simpangan Baku Variabel X2 dan Y	156

Lampiran 47 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	159
Lampiran 48 – Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)	160
Lampiran 49 – Grafik Histogram Variabel Y	161
Lampiran 50 – Grafik Histogram Variabel X2	162
Lampiran 51 – Perhitungan Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	163
Lampiran 52 – Grafik Persamaan Regresi Variabel Y dan X2	164
Lampiran 53 – Tabel untuk menghitung $\hat{Y} = a+bX$	165
Lampiran 54 – Perhitungan rata-rata, varians, simpangan baku, regresi $\hat{Y} = 41,79 + 0,5990 X2$	168
Lampiran 55 – Perhitungan normalitas galat taksiran Y atas X2	169
Lampiran 56 – Langkah perhitungan uji normalitas galat taksiran regresi $\hat{Y} = 41,79 + 0,5990 X2$	172
Lampiran 57 – Perhitungan JK galat	173
Lampiran 58 – Perhitungan uji keberartian regresi	175
Lampiran 59 – Perhitungan uji kelinieran regresi	176
Lampiran 60 – Tabel Anava untuk uji keberartian dan uji kelinieran regresi ...	177
Lampiran 61 – Perhitungan koefisien korelasi Product Moment	178
Lampiran 62 – Perhitunga Koefisien Determinasi	179
Lampiran 63 – Perhitungan uji keberartian koefisien korelasi (uji-t).....	180
Lampiran 64 – Skor indikator variabel Y	181
Lampiran 65 – Skor indikator dominan Variabel X2	182
Lampiran 66 – Tabel Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1, 5, Dan 10 %	183
Lampiran 67 – Tabel nilai-nilai Product Moment	184
Lampiran 68 – Nilai kritis L untuk uji Litieturs	185
Lampiran 69 – Tabel kurva normal presentasi daerah kurva normal dari 0 - Z. 186	
Lampiran 70 – Nilai persentil untuk Distribusi t.....	187
Lampiran 71 – Nilai persentil untuk Distribusi F.....	188
Lampiran 72 – Daftar responden kuesioner uji coba.....	192
Lampiran 73 – Daftar responden kuesioner final	193

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang memberikan peluang dibukanya pasar-pasar modern dengan variasi produk atau jasa yang disesuaikan dengan selera konsumen yang beraneka ragam. Dengan bermunculan pasar modern, membuat persaingan dalam industri ritel semakin ketat. Dalam bisnis, termasuk bisnis ritel konsumen atau pelanggan merupakan sasaran perusahaan keberadaan pelanggan akan memberikan keuntungan dan memperkuat kelangsungan hidup perusahaan. Pelanggan akan menghantarkan keberhasilan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuannya.

Di jaman yang berkembang pesat saat ini sudah banyak restoran fastfood berkembang di Indonesia. Gaya hidup manusia yang semakin modern menyebabkan semakin berkembangnya kebutuhan konsumen saat ini. Tingginya tingkat kesibukan manusia menyebabkan mereka memilih untuk mengkonsumsi makanan cepat saji. Makanan cepat saji adalah makanan yang praktis dan disajikan dengan waktu yang cepat. Banyaknya restoran cepat saji yang berada di Indonesia menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Tingginya tingkat persaingan di industri ini

membuat perusahaan semakin berlomba-lomba untuk meningkatkan loyalitas konsumen agar tidak berpindah ke produk lainnya. Mempertahankan loyalitas konsumen sangatlah penting untuk menjaga kelangsungan hidup suatu industri untuk meraih keunggulan kompetitif.

Saat ini di Indonesia banyak restoran cepat saji yang menawarkan produk sejenis seperti McDonald, KFC, A&W, CFC, Wendy's dan masih banyak lagi. Produsen berlomba-lomba untuk sebisa mungkin dapat bersaing dengan kompetitor. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk dengan jenis dan kegunaan yang sama akan tetapi berbeda harga, kepercayaan, dan layanan. Konsumen pun bersikap lebih selektif dan kritis dalam memilih produk yang akan dibeli. Konsumen tidak lagi membeli produk sekedar berdasarkan pertimbangan wujud fisik saja, namun juga termasuk segala aspek pelayanan yang melekat pada produk, mulai dari tahap pembelian sampai pada tahap pasca pembelian.

Satu di antara banyaknya restoran cepat saji di Indonesia adalah PT. Rekso Nasional Food, Tbk yang mendirikan cabang-cabang restoran cepat saji yang bernama McDonald's (McD) yang menyebar di banyak daerah di Indonesia. McDonald's saat ini menjadi salah satu restoran cepat saji terbesar di Indonesia yang mendominasi pangsa pasar dengan

laba yang tinggi¹. McDonalds adalah salah satu toko yang bergerak di bisnis ritel, yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan yang berorientasi pada penyajian yang cepat dengan menyediakan pilihan produk makanan dan minuman siap saji yang lengkap. Namun seiring dengan perkembangan zaman banyaknya muncul toko waralaba lainnya yang menyebabkan McDonalds's mempunyai banyak pesaing.

Banyak macam strategi pemasaran yang dapat digunakan, salah satunya adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan. Karena kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti itu memungkinkan perusahaan untuk memahami keinginan konsumen serta kebutuhan mereka. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan, sehingga akhirnya dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan adalah kunci keunggulan bersaing bagi perusahaan karena memiliki nilai

¹ <http://palingseru.com/18412/5-restoran-cepat-saji-terbesar-di-indonesia> diakses pada 20 Mei 2017

strategik. Untuk pelanggan yang loyal ini, perusahaan harus melakukan investasi dalam pembinaan hubungan dan keintiman pelanggan.

Contohnya, sebuah persoalan terjadi di Mc Donald di Surabaya. Seorang konsumen melakukan pemesanan via telepon untuk antar kerumah dengan kesepakatan pukul dua belas malam pesanan akan tiba dirumah konsumen, namun padakenyataannya pesanan tersebut tiba pukul lima pagi. Kondisi ini mebuat konsumen kecewa atas pelayanan yang diberikan dan merasa dirugikan karena harus menunggu hamper lima jam. Akibatnya konsumen merasa kualitas pelayanan pada konsumen pada restoran cepat saji tersebut rendah².

Disamping kualitas layanan tinjauan terhadap harga juga penting, karena tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Harga ialah pengorbanan riil dan materil yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk, dengan mempertimbangkan dan membandingkan-bandingkan harga sebelum membeli. Apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen maka akan terciptanya sebuah loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu rahasia keberhasilan suatu bisnis. Walaupun demikian, masih banyak perusahaan yang dengan sengaja atau tidak sengaja melupakan hal ini.

² <http://www.konsumen.org/kecewa-layanan-140450mcdonald/> diakses 20 Mei 2017

Banyak kegagalan bisnis terjadi karena pelanggan dikecewakan sehingga mereka mencari alternative ke produk sejenis lainnya.

Sebagai contoh, seorang konsumen membeli paket chicken di Mc Donald yang dalam display disebutkan harga Rp. 17,400 (setelah PPh). Maka konsumen meminta struk sebagai bukti pembelian. Ternyata dalam struk tertera item *RiceUp* sejumlah Rp.500 per porsi.ketika ditanyakan hal ini kepada karyawan, berinisial AW, yang mengaku sebagai manajer, bukankah nasi sudah termasuk dalam paket sehingga tidak perlu menambah sejumlah uang lagi. Namun, manajer menjelaskan bahwa sudah sejak lama di Mc Donald tersedia dua macam nasi, yaitu ukuran besar untuk umum dan kecil untuk paket ulang tahun³. Seharusnya pihak Mc Donald memberi penjelasan yang jelas tentang *pricelist* harga paket makanannya agar pelanggan tidak tertipu dengan harga yang berbeda di struk pembelian setelah melakukan pembayaran.

Faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepercayaan. Kepercayaan pelanggan sangat diperlukan untuk dapat meningkatkan loyalitas. Dengan adanya kepercayaan, maka hubungan dapat berjalan dengan lama dan lancar. Begitu juga hubungan antara pelanggan dan perusahaan maka ia dengan mudah setia dengan perusahaan tersebut. Tetapi pada kenyataan sekarang ini, banyak perusahaan yang menganggap kepercayaan bukanlah hal yang penting.

³ <http://www.geocities.ws/darikonsumen1/tokres03.html/> diakses 20 Mei 2017

Contohnya, kasus yang terjadi di Mc Donald di Beijing yang menjual “sayap ayam” yang telah melewati masa-jualnya. Selain itu, McDonald di Beijing juga mengubah tanggal kadaluwarsa produksi pada kue-kue tetapi kue tersebut tidak dibuang, dan malah menjualnya ke konsumen. Oleh karna kejadian tersebut kepercayaan konsumen terhadap McDonald menurun drastis⁴.

Loyalitas pelanggan tidak timbul begitu saja, akan tetapi ada beberapa faktor yang mempengaruhinya. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan diantaranya adalah harga, kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan.

Beberapa faktor di atas merupakan hal yang penting dalam menjaga loyalitas pelanggan. Adanya ketanggapan dari perusahaan dalam menangani masalah yang terjadi dari faktor-faktor tersebut merupakan cara mempertahankan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan berbagai masalah yang diuraikan di atas yang menjadi pertanyaan adalah apakah persepsi harga dan kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan? Hal ini merupakan pengkajian melalui penelitian. Oleh karena itu peneliti berkeinginan untuk meneliti masalah loyalitas pelanggan.

⁴<http://www.beritaekonomidunia/article/mcdonalds-dan-carrefour-menjadi-targer-operasi-konsumen-di-cina/> diakses pada tanggal 20 Mei 2017

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah yang mempengaruhi kurangnya loyalitas pelanggan pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga sebagai berikut:

1. Rendahnya Kualitas pelayanan terhadap toko.
2. Kurangnya informasi harga pada produk
3. Rendahnya kepercayaan pelanggan pada toko

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas, ternyata masalah loyalitas pelanggan penyebabnya sangatlah luas. Berhubung keterbatasan yang dimiliki peneliti dari segi biaya dan waktu, maka penelitian ini hanya dibatasi pada masalah:

1. Hubungan antara persepsi harga dengan loyalitas pelanggan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
2. Hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas pelanggan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh harga Terhadap loyalitas pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Mc Donald Arion Mall pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta?

E. Kegunaan Penelitian

Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas pelanggan Mc Donald Arion Mall pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta diharapkan dapat memberikan manfaat. Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Peneliti dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang harga dan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.
 - b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi ataupun rujukan dalam pengembangan teori pengaruh harga, Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan Mc Donald Arion Mall pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
2. Kegunaan Praktis

Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi Mc Donald Arion Mall mengenai faktor-faktor apa saja yang perlu diperhatikan dalam menentukan harga dan

meningkatkan kualitas layanan, sehingga dapat meningkatkan Loyalitas pelanggan Mc Donald Arion Mall.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Deskripsi Konseptual

1. Loyalitas pelanggan

Menurut Dharmesta loyalitas pelanggan merupakan gambaran dari kekuatan hubungan antara sikap relatif individu dan patronase pengulangan⁵. Sedangkan menurut Tjiptono, loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang⁶.

Dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah suatu gambaran individu yang mempunyai komitmen untuk setia menggunakan suatu merek atau jasa dalam pembelian jangka panjang.

Menurut Amin Widjaja menyatakan bahwa: ”*Customer Loyalty* adalah kelekatan pelanggan pada suatu merek, toko, pabrikan, pembelian jasa, atau entitas lain berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik seperti membeli ulang”⁷.

Menurut Gremler dan Brown melalui Ali Hasan bahwa loyalitas

⁵ Dharmmesta, B.S., "Loyalitas Pelanggan : Sebuah kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti," *Journal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol 14, No 3, h. 73-88, 1999

⁶ Fandy Tjiptono, *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama.(Yogyakarta: J & J Learning, 2000) h. 110

⁷ Amin Widjaja Tunggal, *Dasar Dasar Customer Relationship Management*. Jakarta : Harvarindo, 2008) h.6

pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli⁸.

Kotler dan Keller mengungkapkan loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih⁹. Durianto, et al. *Customer Loyalty* merupakan suatu ukuran keterikatan konsumen terhadap sebuah merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya pelanggan beralih ke merek produk yang lain, apabila merek tersebut didapati adanya perubahan, baik menyangkut harga maupun atribut lain¹⁰.

Berdasarkan pemaparan teori di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah kedalaman perasaan melebihi kepuasan dan ditunjukkan pada sikap atau perilaku pelanggan setelah mengkonsumsi produk atau jasa yang berakibat kemungkinan pembelian kembali produk atau jasa tersebut.

⁸ Ali Hasan, *Marketing*, (Yogyakarta : Media Pressindo, 2008) h.83

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. (Jakarta: Salemba Empat, 2001) h.129

¹⁰ Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Tony Sitinjak, *Strategi Menaklukan. Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), h.26

Menurut Philip Kotler pemasar biasanya membayangkan empat kelompok berdasarkan status loyalitas merek¹¹:

1. Loyalis Berat: Konsumen yang hanya membeli satu merek sepanjang waktu
2. Loyalis yang terbagi: konsumen yang loyal kepada dua atau tiga merek
3. Loyalis yang bergeser: konsumen yang beralih loyalitas dari satu merek ke merek lain.
4. Orang yang suka berpindah: konsumen yang tidak memperlihatkan loyalitas kepada merk .

Menurut Griffin pelanggan yang loyal memiliki beberapa dimensi pengukuran, yaitu¹²:

1. *Repeat*: Rata-rata pembelian ulang, membeli ulang produk atau jasa dengan banyak, membeli jasa atau produk tambahan.
2. *Retention*: membeli produk dan pelayanan yang sama, membeli produk atau jasa pada perusahaan yang sama.
3. *Referral*: mempengaruhi orang lain untuk membeli produk/jasa dari perusahaan langganannya.
4. *Demonstrates immunity to the pull of the competition*: menunjukkan kekebalan (akan produk yang dimaksud) dalam

¹¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran, edisi 13* (Jakarta: Erlangga, 2009), h.245

¹² Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan Pelanggan*, (Jakarta: Airlangga, 2005) h.10

persaingan, mendemonstrasikan keunggulan produk, menguji jasa layanan atau produk yang lain

Jones dan Taylor menyatakan bahwa loyalitas pelanggan terdiri dari tiga dimensi, yaitu:

b. Behavioural Loyalty

Merupakan bentuk dari perilaku pelanggan *customers chaim buying behavior* seperti adanya intense untuk melakukan pembelian ulang dengan penyedia jasa yang sama, rendahnya intensi berpindah.

c. Attitudinal Loyalty

Merupakan loyalitas yang dapat dilihat tidak hanya di manifestasi perilaku tetapi dalam disposisi sikap terhadap penyedia layanan.

d. Cognitive Loyalty

Merupakan bentuk lain dari loyalitas yaitu sebuah penilaian terhadap sebuah merek dan atribut-atribut atau penilaian sadar akan keuntungan dan intendif dari pembellian ulang, membuat pelanggan menganggap penyedia layanan tertentu menjadi unggul dari yang lain¹³.

Menurut Lupiyadi dimensi yang terdapat dalam loyalitas konsumen sebagai berikut:

- a. *Repeat* : apabila konsumen membutuhkan produk atau jasa akan membeli produk atau jasa itu pada perusahaan tersebut.

¹³ Alok Kumar Raid an Medha Srivastava, “*Costumer Loyalty Attributes: A Prespectives*” *Journal Management Review Volume XXII*, Oktober – November 2012, h.63-64

- b. *Retention*: konsumen tidak akan terpengaruh pelayanan yang ditawarkan oleh pihak lain
- c. *Refferal*: jika produk atau jasa baik, konsumen akan mempromosikan kepada orang lain, dan jika buruk konsumen diam dan memberitahukannya pada pihak perusahaan¹⁴.

Lalu berdasarkan penjelasan dari para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa dimensi dari loyalitas adalah *repeat purchase, Refers others, say positive things, demonstrates imunity to the pull of competition, continue purchasing, retention dan referral*.

Maka peneliti memilih untuk menggunakan dimensi *repeat, retention dan referral* yang mana dirasakan mampu mencakup semua aspek loyalitas yang akan diteliti.

2. Persepsi Harga

Menurut Kalyanaram dan Winner, persepsi harga adalah ekspektasi konsumen terhadap uang yang dikeluarkan untuk suatu produk atau jasa. Peningkatan harga suatu produk atau jasa dapat menurunkan kegunaan yang diperoleh ketika nilai produk tetap sama¹⁵. Menurut Zeithaml, persepsi harga adalah sesuatu yang dikorbankan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk¹⁶. a

¹⁴ Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: 2008), h.132

¹⁵ Hao Kui, *Student's Online Purchase Intentions At Eight National Universities In Beijing China*, (e-Journal Assumption University-Graduate School of Business, 2013), h.64

¹⁶ Dasanti Jiwaning Winahyu, *op. cit*, h. 22

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi harga adalah penilaian konsumen atas perbandingan besarnya biaya yang harus dikeluarkan dengan apa yang akan didapatkan dari suatu produk atau jasa.

Menurut Kotler dan Amstrong harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut¹⁷. Sedangkan, harga menurut Tjiptono merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (*a statement of value*)¹⁸. Harga juga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat¹⁹.

Dari beberapa pengertian di atas harga adalah nilai suatu produk yang ditukarkan konsumen karena manfaat yang didapat suatu produk.

Menurut Umar Huesein harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar atau ditetapkan oleh penjual

¹⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium Jilid Pertama. (Jakarta: Prenhallindo, 2002), h. 349

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Service Management*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006), h. 179

¹⁹ Phillip Kotler and G. Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Jilid 12. (Jakarta: Erlangga, 2008) h. 344

untuk suatu harga yang sama terhadap seorang pembeli²⁰. Sedangkan harga menurut Morrisan yaitu mengacu pada apa yang harus diberikan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa biasanya menggunakan nilai uang²¹.

Berdasarkan teori di atas dapat dikatakan bahwa harga mungkin akan mempengaruhi perilaku konsumen dan kesetiaan konsumen terhadap suatu produk.

Menurut Kotler dan Amstrong, ada empat indikator yang mencirikan harga, yaitu:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat²²

Dari kajian di atas dapat dikatakan bahwa indikator yang mencirikan harga ialah kemampuan daya beli konsumen atas produk yang dibelinya. Lalu kualitas produk yang diperoleh konsumen harus sebanding atau bahkan lebih besar dari nilai uang yang dikeluarkan, karena jika suatu produk memiliki harga yang tinggi tetapi kualitas produk rendah kemungkinan calon konsumen akan berpikir dua kali untuk membeli produk tersebut. Sementara itu kemampuan dalam menentukan harga agar dapat bersaing dengan harga produk yang lain

²⁰ Umar Husain, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 32

²¹ Morissan, M.A., *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2010), h. 78

²² Philip Kotler dan Garry Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 (Jakarta : Erlangga, 2008) h.278

sangat penting bagi suatu perusahaan, karena calon konsumen lebih memilih produk dengan harga jual yang rendah dengan kualitas sebanding dengan nilai uang yang dikeluarkan. Dan manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk yang dibelinya.

Menurut Tjiptono harga memiliki tiga dimensi, yaitu:

Dimensi pertama tingkat harga, yaitu harga ditetapkan perusahaan dalam menghadapi situasi dan kondisi yang berubah untuk mencapai tujuan dan sasaran yang ditetapkan dalam waktu tertentu. Dimensi kedua adalah cara pembayaran, cara pembayaran adalah syarat pembayaran dalam kaitannya dengan alat pembayarannya seperti tunai, kredit dan transfer. Dimensi ketiga yaitu potongan harga, potongan harga adalah hasil pengurangan dari harga dasar atau harga tercatat atau harga terdaftar.²³

Perusahaan harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menentukan kebijakan penetapan harga. Menurut Kotler tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan Bertahan
2. Laba sekarang Maksimum
3. Pangsa Pasar Maksimum
4. *Skimming* Pasar Maksimum
5. Kepemimpinan Kualitas Produk
6. Tujuan Lain²⁴

Konsep ini menunjukkan bahwa perusahaan mengejar kemampuan bertahan sebagai tujuan utama mereka jika perusahaan itu mengalami kelebihan kapasitas, persaingan ketat atau keinginan konsumen yang berubah. Kemampuan bertahan itu sendiri adalah

²³ Ike Kusdyah, *op. cit.*, h. 27

²⁴ Phillip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13, (Jakarta: Erlangga, 2009) h. 76

jangka pendek, perusahaan harus mempelajari cara menambah nilai bagi dirinya sebagai tujuan jangka panjang. Banyak perusahaan yang berusaha menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba saat ini. Mereka memperkirakan permintaan dan biaya yang berasosiasi dengan harga alternatif dan memilih harga menghasilkan laba saat ini, arus kas, atau tingkat pengembalian atas investasi maksimum. Beberapa perusahaan ingin menghasilkan pangsa pasar mereka. Banyak perusahaan percaya bahwa semakin tinggi volume penjualan, maka biaya unit akan semakin rendah dan laba jangka panjang semakin tinggi. Sedangkan *Skimming* pasar maksimum ialah cara perusahaan dimana pada mulanya harga ditetapkan tinggi dan pelan-pelan turun seiring waktu. Kondisi dimana ini bisa terjadi apabila terdapat cukup banyak pembeli yang memiliki permintaan saat ini yang tinggi, biaya satuan memproduksi volume kecil tidak begitu tinggi hingga menghilangkan keuntungan dari mengenakan harga maksimum.

Cara penetapan harga atau metode penetapan harga dapat dilakukan dengan beberapa cara menurut Kotler, yaitu :

1. Penetapan Harga *Mark-Up*,
2. Penetapan Harga Berdasarkan Sistem Pengembalian
3. Penetapan harga berdasarkan nilai anggapan
4. Penetapan harga nilai.
5. Penetapan harga *going rate*
6. Penetapan harga jenis lelang²⁵

²⁵ *Ibid.* h.83

Metode ini menjelaskan bahwa harga *mark-up* dilakukan dengan menambahkan mark up standar ke biaya produk. Harga *mark up* adalah laba yang ingin diperoleh perusahaan dan dikalkulasikan dari biaya per unit, biasanya berupa persen. Yang dimaksud dengan penetapan harga dengan system pengembalian ialah dilakukan dengan perusahaan yang menetapkan harga sesuai dengan tingkat pengembalian ROI (*return on investment*) yang diinginkan. Nilai anggapan terdiri dari beberapa elemen, seperti citra pembeli akan kinerja produk, kemampuan penghantaran dari saluran, kualitas jaminan, dukungan pelanggan, serta beberapa atribut lain seperti reputasi pemasok, kepercayaan dan harga diri. Perusahaan biasanya menggunakan iklan dan tenaga penjualan untuk menkomunikasikan dan meningkatkan nilai anggapan dalam pikiran pembeli. Perusahaan memenangkan pelanggan yang setia dengan mengenakan harga yang cukup rendah untuk penawaran yang berkualitas tinggi. Lalu dalam penetapan harga *going rate*, perusahaan mendasarkan sebagian besar harganya pada harga pesaing, mengenakan harga yang sama, lebih mahal atau lebih murah dibandingkan dengan harga pesaing utama. Dan ada penetapan harga jenis lelang, penetapan harga jenis lelang ini tumbuh semakin pesat dengan pertumbuhan internet dikarenakan penetapan harga ini bisa dilakukan oleh siapa saja dan dimana saja.

Dari dimensi-dimensi untuk mengukur persepsi harga maka dipilih dimensi tingkat harga dengan sub indikator harga sesuai dengan

pasaran dan harga sesuai dengan layanan yang di dapat pelanggan. Dimensi kedua adalah cara pembayaran, dengan indikator pemiihan cara pembayaran tunai atau kredit dan praktik dalam pembayaran transfer antar bank. Dan dimensi yang ketiga yaitu potongan harga dengan indikator pemberian potongan harga pada konsumen, potongan harga sesuai daya beli konsumen dan potongan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dimensi tersebut dipilh karena dirasa telah mencakup variabel harga.

3. Kualitas Pelayanan

Perusahaan jasa atau pelayanan lebih menekankan pada kualitas pelayanan karena konusmen biasanya terlibat Inagsung dalam proses pelayanan tersebut. Untuk itu diperlukan pelayanan yang dapat memberika jaminan kepada pihak konsumen bahwa produk ataujasa tersebut dihasilkan oleh proses yang berkualitas.

Menurut Kotler definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun²⁶. Menurut Hermawan Kartajaya kualitas pelayanan (*Servive Quality*) adalah kemampuan suatu daerah untuk secara konsisten memenuhi keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan. Kepuasan ini tercapai bila layanan yang diharapkan

²⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium Jilid Pertama. (Jakarta: Prenhallindo, 2002), h. 39

pelanggan sama dengan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterimanya²⁷.

Pengukuran kinerja pelayanan dapat dilakukan dengan menggunakan instrument kinerja pelayanan. Mutu jasa atau pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang mereka rasa harus ditawarkan oleh suatu perusahaan jasa atau pelayanan, yaitu harapan mereka, dan dengan persepsi mereka tentang kinerja perusahaan yang memberikan jasa atau pelayanan²⁸.

Berdasarkan uraian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggannya. Kualitas pelayanan lebih menekankan aspek loyalitas pelanggan yang diberikan oleh perusahaan yang menawarkan jasa. Keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak di sector jasa tergantung kualitas pelayanan yang ditawarkan.

Menurut Pasurman et. al., dalam Rambat Lupiyoadi & a. Hamdani bahwa, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai

²⁷ Hermawan Kartajaya, dan Yuswohadi, *Attracting tourists traders investors* (Jakarta: Gamedia, 2005), h. 191

²⁸ Tangkilisan, Hesel Nogi S, *Manajemen Publik*. (Jakarta: PT Gramedia, 2005), h. 218

“seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima”²⁹.

Sedangkan Menurut Wyckof dalam Tjiptono, Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan³⁰.

Berdasarkan keterangan para ahli, bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat perbedaan yang diterima dengan kenyataan dan harapan pelanggan.

Thomas S. Khaitu et. al. menyatakan bahwa terdapat 10 dimensi kualitas pelayanan, yaitu :

1. *Realibility*
2. *Responsiveness*
3. *Competence*
4. *Access*
5. *Courtesy*
6. *Communication*
7. *Credibility*
8. *Security*
9. *Understanding/knowing the customer,*
10. *Tangible*³¹.

Dari dimensi di atas menunjukkan bahwa hal ini berarti perusahaan harus memberikan pelayanannya secara tepat sejak awal dan telah memenuhi janji (iklan)nya. Lalu jika ada pelanggan

²⁹ Rambat Lupiyadi & A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Salemba Empat, 2013) h. 181

³⁰ Fandy Tjipto, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2009) h.54

³¹ Thomas S. Khaitu et. al., *Manajemen Komplain*, (Yogyakarta: Andi, 2015) h.37

mempunyai keluhan atas produk atau jasa yang dipakai, para pegawai harus mau dan siap untuk memberikan pelayanan yang baik. Untuk mempunyai pelayanan yang baik, pegawai perusahaan diharapkan mempunyai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan. Selain itu juga sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan dari para kontak personal perusahaan juga berpengaruh dalam mencapai loyalitas pelanggan. Pelanggan juga mengharapkan kemudahan dalam menggunakan fasilitas layanan, yang berarti lokasi fasilitas pelayanan mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi mudah dihubungi.

Namun dalam perkembangan selanjutnya Parasuraman et al., sampai pada kesimpulan bahwa kesepuluh dimensi kualitas pelayanan di atas dirangkumkan menjadi lima dimensi pokok yang terdiri dari sebagai berikut:

2. *Tangibles* (bukti fisik);
3. *Reliability* (kepercayaan);
4. *Responsiveness* (daya tanggap);
5. *Assurance* (jaminan);
6. *Emphaty* (empati)³².

Dari kesimpulan dimensi tersebut, bukti fisik seperti fasilitas, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional harus dimiliki oleh perusahaan. Selain itu juga perusahaan diharapkan mempunyai kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan

³² *Ibid.* h. 37.

dengan segera dan memuaskan. Keandalan dapat diartikan mengerjakan dengan benar sampai kurun waktu tertentu. Pemenuhan janji pelayanan yang tepat dan memuaskan meliputi ketepatan waktu dan kecakapan dalam menanggapi keluhan pelanggan serta pemberian pelayanan secara wajar dan akurat. Pegawai juga harus memiliki sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan.

Dari dimensi-dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan maka dipilih dimensi bukti fisik, daya tanggap, empati dan jaminan. Dimensi tersebut dipilih karena dirasa telah mencakup variabel harga.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Untuk membuktikan bahwa penelitian ini layak dilakukan, penelitian membuat ringkasan penelitian yang relevan berdasarkan penelitian terdahulu. Berikut adalah perbandingan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Tabel II. 1 - Matriks Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Peneliti	Variabel	Persepsi Harga	Kualitas Layanan	Loyalitas Pelanggan
1.	Andy Tendri Somp, Emi Suwarni, Muji Gunarto dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Makanan Cepat Saji Di Kota Palembang”	Andy Tendri Somp, Emi Suwarni, Muji Gunarto	Kualitas Pelayanan (X1) Persepsi Harga (X2) Loyalitas Konsumen (Y)	√		√
2.	Mohammad Haghighi, Ali Dorosti1, Afshin Rahnama, Ali Hoseinpour dengan judul “Evaluation of factors affecting customer loyalty in the restaurant industry”	Mohammad Haghighi, Ali Dorosti1, Afshin Rahnama, Ali Hoseinpour	Persepsi Harga (X1) Kepuasan Pelanggan (X2) Kualitas Makanan (X3) Loyalitas Pelanggan (Y)	√		√
3.	Feibe P. Karundeng, dengan judul	Feibe P. Karundeng	Kualitas Pelayanan (X1)		√	√

	“Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Mawar Sharron Wanea Manado”		Kepuasan (X2) Loyalitas Pelanggan (Y)			
4.	Diah Yulisetiarini dengan judul “The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Restaurant Business in East Java”	Diah Yulisetiarini	Kualitas Pelayanan (X1) Kepuasan Pelanggan (X2) Loyalitas (Y)		√	√

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Terdapat perbedaan dan persamaan antara peneliti atau jurnal terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti, yang akan dipaparkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel II. 2 - Persamaan dan Perbandingan Penelitian

	Penelitian Terdahulu (Jurnal)	Yang digunakan Peneliti
Jurnal 1		
Judul	Andy Tendri Sompaa, Emi Suwarni, Muji Gunarto dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Makanan Cepat Saji Di Kota Palembang” ISSN : 2301-5268 Vol. 5, No. 2, Oktober 2016	Hubungan antara Persepsi Harga dan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen makanan cepat saji 2. Mengetahui pengaruh pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen makanan cepat saji 3. Mengetahui pengaruh faktor yang paling dominan terhadap loyalitas konsumen makanan cepat saji 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui hubungan antara Harga dan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. 2. Mengetahui hubungan antara Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. 3. Mengetahui hubungan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
Populasi	konsumen <i>Kentucky Fried Chicken (KFC)</i> yang ada di kota Palembang	Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta yang berjumlah 331 orang
Sampel	100 responden.	110 orang
Teknik Sampling	<i>Acidental Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>

Teknik Analisis Data	Analisis Regresi Berganda	Uji persyaratan analisis, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis, koefisien determinasi
Jurnal 2		
Judul	Mohammad Haghghi, Ali Dorosti¹, Afshin Rahnama, Ali Hoseinpour dengan judul “Evaluation of faktors affecting customer loyalty in the restaurant industry” ISSN 1993-8233, Vol. 6(14), pp. 5039-5046, 11 April, 2012	Hubungan antara Harga dan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui hubungan antara Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Makanan, terhadap Loyalitas Pelanggan Indusrti Restoran di Taهران 2. Mengetahui hubungan antara Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Indusrti Restoran di Taهران 3. Mengetahui hubungan antara Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Indusrti Restoran di Taهران 4. Mengetahui hubungan antara Kualitas Makanan, terhadap Loyalitas Pelanggan Indusrti Restoran di Taهران 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui hubungan antara Harga dan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. 2. Mengetahui hubungan antara Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. 3. Mengetahui hubungan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
Populasi	400 orang	Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta yang berjumlah 331 orang

Sampel	268 Orang	110 orang
Teknik Sampling	-	<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis Data	<i>Data envelopment analysis (DEA) methodology.</i>	Uji persyaratan analisis, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis, koefisien determinasi
Jurnal 3		
Judul	Feibe P. Karundeng (2013), dengan judul “Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Mawar Sharron Wanea Manado” ISSN 2303-1174, Vol.1 No.3 September 2013	Hubungan antara Harga dan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui hubungan antara Kualitas pelayanan dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Mawar Sharon Wanea Manado 2. Mengetahui hubungan antara Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Mawar Sharon Wanea Manado 3. Mengetahui hubungan antara Kepuasan terhadap loyalitas konsumen pada Rumah Makan Mawar Sharon Wanea Manado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui hubungan antara Harga dan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. 2. Mengetahui hubungan antara Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. 3. Mengetahui hubungan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
Populasi	4.796 pelanggan Rumah Makan	Mahasiswa Program Studi Pendidikan

	Mawar Sharron Wanea Manado.	Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta yang berjumlah 331 orang
Sampel	100 orang	110 orang
Teknik Sampling	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis Data	analisis regresi berganda	Uji persyaratan analisis, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis, koefisien determinasi
Jurnal 4		
Judul	Diah Yulisetiarni dengan judul “The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Restaurant Business in East Java” ISSN: 2319-801X Volume 3, May. 2014	Hubungan antara Harga dan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui hubungan antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas bisnis restoran di Jawa Barat 2. Mengetahui hubungan antara Kualitas Pelayanan, terhadap Loyalitas bisnis restoran di Jawa Barat 3. Mengetahui hubungan antara Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas bisnis restoran di Jawa Barat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui hubungan antara Harga dan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. 2. Mengetahui hubungan antara Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. 3. Mengetahui hubungan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan Mc Donald Arion Mall pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.
Populasi	-	Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta yang berjumlah 331 orang
Sampel	100 orang	110 orang

Teknik Sampling	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis Data	<i>Service Quality (SERVQUAL) analysis and cartesius diagram</i>	Uji persyaratan analisis, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis, koefisien determinasi

C. Kerangka Teoretik

1. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Banyak yang menganggap bahwa loyalitas pelanggan telah hilang untuk selamanya dan harga termurah adalah satu-satunya cara yang dapat membuat pelanggan kembali loyal³³. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa konsumen akan menjadi loyal pada merek-merek berkualitas tinggi jika produk-produk ditawarkan dengan harga yang wajar³⁴. Selain itu, literatur pemasaran umum mendukung gagasan bahwa faktor-faktor harga mempengaruhi persepsi harga pelanggan, yang pada gilirannya berkontribusi loyalitas pelanggan³⁵.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa harga mempengaruhi Loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Tjiptono menyebutkan lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,

³³ Jill Griffin, *Costumer Loyalty : how to learn it, hoe to keep it.*, (Jakarta: Erlangga, 2005) h.1

³⁴ Swasta Basu, dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 1997), h.58

³⁵ Cheng T.C.E., Lai, L.C.F., Yeung, A.C.L., 2008. *The Driving Forces of Customer Loyalty: A Study of Internet Service Providers in Hong Kong*. International Journal of E-Business Research, Vol. 4, No. 4, h. 26-42.

Emosional, Harga, dan Biaya³⁶. Menurut Dharmmesta (1999) faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah faktor harga, kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi³⁷. Zeithaml, Parasuraman dan Berry telah menunjukkan bahwa kualitas layanan sebagai suatu yang berpengaruh terhadap loyalitas³⁸.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

D. Perumusan Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan suatu pernyataan sementara yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Berdasarkan perumusan masalah, tinjauan pustaka dan hasil penelitian terdahulu, maka dapat ditarik hipotesis sementara dari penelitian ini, yaitu :

H1 : Adanya pengaruh positif dan signifikan pada Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

H2 : Adanya pengaruh positif dan signifikan pada Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

³⁶ Fandy Tjiptono dan Chandra, *Service, Quality and Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2008), h.89

³⁷ Dharmmesta Basu Swastha, *Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 14, No. 3, Tahun 1999.

³⁸ Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A., The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 1996, h. 60.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat (sahih, benar, dan valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, reliabel) tentang:

1. Untuk menguji Hubungan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan
2. Untuk menguji Hubungan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta pada Program Studi Pendidikan Tata Niaga.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan dari bulan Januari 2017 sampai dengan bulan Juni 2017. Alasan pemilihan waktu tersebut adalah jadwal perkuliahan tidak padat, sehingga peneliti memiliki waktu yang cukup banyak untuk melaksanakan penelitian.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari pengukuran³⁹. Peneliti menggunakan metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti untuk menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, yakni untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Menurut Sanusi metode *survey* adalah “Cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengambil data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis”⁴⁰. Pada penelitian ini untuk menganalisis data yang diperoleh dari responden peneliti menggunakan aplikasi Microsoft Excel.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah nonprobability sampling, yaitu pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan adalah *Purposive Sampling*⁴¹. Jenis data untuk variabel Y (Loyalitas Pelanggan) adalah data primer, sama dengan untuk data X1 dan X2 yang merupakan data primer. Maka dari itu untuk mendapatkan data

³⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), h. 39

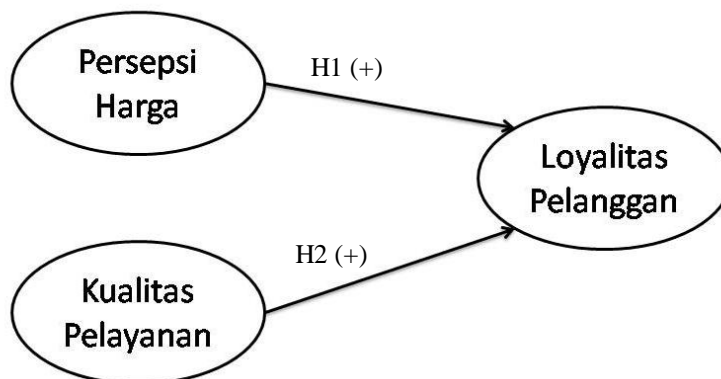
⁴⁰ Anwar Sanusi, *Metdologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h. 105

⁴¹ V. Wiratna Sujarweni, *Op.cit.*, h. 71

dari responden mengenai kelima variabel tersebut, peneliti menggunakan kuesioner penelitian dengan model skala *Likert*.

2. Konstelasli Hubungan Antara Variabel

Berdasarkan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel X_1 (Harga), X_2 (Kualitas Layanan) terhadap variabel Y (Loyalitas Pelanggan) secara parsial. Adapun konstelasli hubungan antara variabel X_1 , X_2 dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar III. 1 – Metode Penelitian

D. Populasi dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono, Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”⁴². Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga sebanyak 313 orang.

⁴² Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 6

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut⁴³. Dalam penelitian ini pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Wiratna, *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu⁴⁴. Di dalam penelitian ini sampel sumber datanya adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang tidak loyal terhadap Mc Donald Arion Mall yang berjumlah 110 orang.

Alasan penggunaan *purposive sampling* adalah diharapkan sampel yang akan diambil benar-benar memenuhi kriteria yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Kriteria dalam metode *purposive sampling* ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang pernah atau sedang menggunakan Mc Donald Arion Mall yang melakukan pembelian lebih dari tiga kali.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu Persepsi Harga (variabel X_1), kualitas Pelayanan (variabel X_2) dan Loyalitas Pelanggan (variabel Y). Instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 116

⁴⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), h. 65

a. Loyalitas Pelanggan

1. Definisi Konseptual Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh oleh pelanggan untuk kembali membeli produk atau jasa yang disukai di masa depan, meskipun ada pengaruh dan upaya pemasaran yang mempunyai potensi perilaku konsumen untuk beralih ke produk atau jasa yang lain.

2. Definisi Operasional Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan dapat diukur dengan tiga indikator yaitu, pertama adalah pembelian kembali (ulang). Kedua adalah merekomendasikan kepada orang lain. Ketiga adalah kebal terhadap bujukan pesaing.

3. Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 1.

Tabel III. 1 - Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)
<i>repeat purchases</i> (pembelian ulang)	Keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang	1,2	3	-	1,2	3
	Kesediaan pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap McD	4, 5, 6, 7, 8, 9	10, 11, 12	12	4, 5, 6, 7, 8, 9	10, 11
<i>Retention</i> (tidak mudah terpengaruh terhadap tarikan pesain)	Tidak terpengaruh dengan promosi perusahaan lainnya	13	14	-	13	14
	Kesediaan pelanggan menjaadikan pilihan utama	15, 16	17	-	15, 16	17
<i>Referral</i> (Memberikan rujukan yang baik)	Bersedia merekomendasikan kepada orang lain.	18, 19, 20, 21	22, 23	19	18, 20, 21	22, 23
	Bersedia memberikan saran dan kritik untuk kemajuan perusahaan	24	25	-	24	25

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 2 - Skala Penilaian Instrumen Loyalitas Pelanggan

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

4. Validasi Instrumen Loyalitas Pelanggan

Proses pengembangan instrumen loyalitas pelanggan dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel loyalitas pelanggan terlihat pada tabel III.2.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur

indikator dari variabel loyalitas pelanggan sebagaimana tercantum pada Tabel III.2.

Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen di ujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{45}$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan dari 25 pernyataan tersebut (proses perhitungan terdapat pada lampiran 5), setelah

⁴⁵ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h.6

divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 23 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{46}$$

Dimana :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{47}$$

Dimana :

Si^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

⁴⁶ *Ibid.*, h.89.

⁴⁷ Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung : PT. Tarsito, 2005), h. 94.

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Sr^2 = 0,63$, $Sr^2 = 94,58$ dan r_{ii} sebesar 0,9041 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 7). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 23 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur loyalitas pelanggan.

b. Persepsi Harga

1. Definisi Konseptual Persepsi Harga

Suatu kisaran biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan barang dan jasa yang diinginkan.

2. Definisi Operasional Persepsi Harga

Harga memiliki tiga dimensi, dimensi pertama yaitu tingkat harga dengan indikator pertama yaitu harga sesuai dengan pasaran, dan indikator kedua yaitu harga sesuai dengan mutu produknya. Dimensi kedua ialah cara pembayaran dengan indikator pertama pemilihan cara pembayaran dan indikator kedua adalah praktik dalam pembayaran transfer antar bank. Dan dimensi yang ketiga adalah potongan harga dengan indikator pemberian potongan harga kepada konsumen.

3. Kisi-Kisi Instrumen Harga

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel harga yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang

digunakan untuk mengukur variabel harga. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 3.

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel harga yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel harga. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 3.

Tabel III. 3 - Kisi-kisi Instrumen Harga

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Butir Drop		Butir Final	
		(+)	(-)	(+)	(-)	(+)	(-)
Tingkat Harga	Harga sesuai dengan pasaran	1, 2, 3, 4, 5, 6	7	6	7	1, 2, 3, 4, 5, 6	
	Harga sesuai dengan mutu produk	9, 10, 11, 12, 13	14,15	12	15	9, 10, 11, 13	14
Cara pembayaran	Pemilihan cara pembayaran tunai atau kredit	16, 17	18, 19	-	19	16, 17	19
	Praktik dalam pembayaran transfer antar bank	20, 21	22	20	-	21	22
Potongan harga	Pemberian potongan harga kepada konsumen	23, 24, 25, 26, 27, 28,	29, 30	-	30	23, 24, 25, 26, 27, 28,	29

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 4 - Skala Penilaian Instrumen Harga

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

4. Validasi Instrumen Harga

Proses pengembangan instrumen harga dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel harga terlihat pada tabel III.3.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel harga sebagaimana tercantum pada Tabel III.3.

Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{48}$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8) dari 30 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 7 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 23 pernyataan.

⁴⁸ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h.6

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{49}$$

Dimana :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{50}$$

Dimana :

Si^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

⁴⁹ *Ibid.*, h.89.

⁵⁰ Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung : PT. Tarsito, 2005), h. 94.

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,46$, $S_t^2 = 90,70$ dan r_{ii} sebesar 0,8976 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 10). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 23 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur harga.

c. Kualitas Pelayanan

1. Definisi Konseptual Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat perbedaan pelayanan yang diterima dengan kenyataan dan harapan pelanggan yang berpengaruh dengan produk, jasa dan lingkungan.

2. Definisi Operasional Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama daya tanggap dengan indikator pelayanan yang tepat dengan sub indikator penyampaian informasi yang jelas. Dimensi kedua adalah jaminan, dengan indikator kompetensi dan sub indikator keterampilan karyawan dan perhatian karyawan. Dimensi ketiga ialah empati, dengan indikator pertama yaitu akses dan sub indikator kemudahan memanfaatkan jasa, indikator kedua ialah pemahaman pelanggan dengan sub indikator mengetahui kebutuhan pelanggan. Dan dimensi ketiga ialah bukti fisik dengan indikator fasilitas fisik dan sub indikator pertama adalah warna dan bentuk gedung menarik, dan sub indikator kedua ialah kebersihan ruangan.

3. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.5.

Tabel III. 5 - Kisi-Kisi Intrumen Kualitas Pelayanan (X₂)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)
Daya tanggap	Pelayanan yang tepat	Penyampaian Informasi yang jelas	1, 2, 3, 4	-	3, 4	1, 2,	-
Jaminan	kompetensi	Keterampilan Karyawan	5, 6, 7, 8	9	-	5, 6, 7, 8	9
		Perhatian karyawan	10, 11, 12, 13	-	10	11, 12, 13	-
Empati	Akses	Kemudahan memanfaatkan jasa	14, 15	16, 17	17	14, 15	16,

	Pemahaman pelanggan	Mengetahui kebutuhan pelanggan	18, 19, 20, 21	-	-	18, 19, 20, 21	-
Bukti fisik	Fasilitas fisik	Warna dan bentuk gedung menarik	22, 23	24	-	22, 23	24
		Kebersihan ruangan	25, 26, 27, 28,	29	27,29	25, 26, 27, 28,	-

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 6 - Skala Penilaian Instrumen Kualitas pelayanan

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

4. Validasi Instrumen Kualitas Pelayanan

Proses pengembangan instrumen kualitas pelayanan dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu

pada model indikator-indikator variabel kualitas pelayanan terlihat pada tabel III.5.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas pelayanan sebagaimana tercantum pada Tabel III.5.

Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 51$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

x_i = Deviasi skor butir dari X_i

⁵¹ Djaali dan Pudji Muljono, *loc.cit.*,

x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan dari 29 pernyataan tersebut, (proses perhitungan terdapat pada lampiran 11) setelah divalidasi terdapat 6 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 22 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{52}$$

Dimana :

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varian skor total

⁵² *Ibid.*,h.89.

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \quad ^{53}$$

Dimana :

S_i^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,85$, $S_i = 124,85$ dan r_{ii} sebesar 0,9256 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 13 hal 100). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kualitas pelayanan.

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data dianalisis dengan melakukan estimasi parameter model regresi yang akan digunakan. Dari persamaan regresi yang didapat, dilakukan pengujian atas regresi tersebut, agar persamaan yang didapat mendekati keadaan yang sebenarnya. Pengolahan data penelitian ini menggunakan program *Microsoft Excel 2007*. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data sebagai berikut:

⁵³ Sudjana, *loc. cit.*,

1. Persamaan Garis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mendefinisikan hubungan linier antara satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan linier antara variabel saja. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX_i^{54}$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat

X = variabel bebas

a = konstanta (Nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = koefisien regresi variabel bebas

2. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y Atas X

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Liliefors*, pada taraf signifikan (α) = 0,05 dan *Normal Probability Plot*⁵⁵.

Dengan hipotesis statistik:

H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

H_1 : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

⁵⁴Sudjana, *Ibid.*,h.347.

⁵⁵ Duwi Priyatno, *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan Statistik* (Yogyakarta: Ghalia Indonesia, 2012), h. 60.

Kriteria pengujian:

Terima H_0 jika $L_{hitung} < L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

Tolak H_0 jika $L_{hitung} > L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

Dalam penelitian ini variabel X yang dimaksud dalam prosedur di atas adalah $(Y - \hat{Y})$.

Sedangkan kriteria pengujian dengan analisis *Normal Probability Plot*, yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka H_0 diterima artinya data berdistribusi normal.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka H_0 ditolak artinya data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Keberartian Regresi

Digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berarti atau tidak berarti.

Hipotesis statistik:

$$H_0: \beta \leq 0$$

$$H_1: \beta \geq 0$$

Kriteria pengujian:

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi berarti dan

Terima H_1 jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka regresi tidak berarti

Regresi dinyatakan berarti (signifikan) jika berhasil menolak H_0

c. Uji Linieritas Regresi

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak dan apakah garis regresi antara \bar{U} dan Y membentuk garis atau non linear, karena bila tidak linear maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan.

Hipotesis statistik:

$$H_0 : Y = \alpha + \beta X$$

$$H_1 : Y \neq \alpha + \beta X$$

Kriteria pengujian:

Terima H_0 jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka regresi linear

Terima H_0 jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka regresi non linear

Persamaan regresi dinyatakan linear jika berhasil menerima H_0 .

Langkah perhitungan keberartian dan kelinieran regresi terlihat pada tabel ANAVA pada tabel III. 7

Tabel III. 7 - TABEL ANAVA

Sumber Varians	Dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	N	$\sum Y^2$			
Regresi (a)	1	$\frac{(\sum Y)^2}{N}$			
Regresi (b/a)	1	b. $\sum xy$	$\frac{b. \sum xy}{1}$	RJK _(b/a) ^{*)} RJK _(res)	F (1 - α) (1, n - 2)
Residu	n-2	JK (res)	$\frac{JK (res)}{n - 2}$		
Tuna Cocok	k - 2	JK (TC)	$\frac{JK (TC)}{k - 2}$	RJK _(TC) ^{ns)} RJK _(G)	F (1 - α) (k - 2, n - k)
Galat Kekeliruan	n - k	JK (G)	$\frac{JK (G)}{n - k}$		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

^{ns)} Persamaan regresi linear jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

3. Uji Hipotesis

a. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan variabel X_1 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel) dan variabel X_2 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

56

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

:

Dimana :

r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan

$\sum x$ = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

b. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Pengujian hipotesis ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan persepsi harga (X_1) dengan loyalitas pelanggan (Y) dan kualitas pelayanan (X_2) dengan loyalitas pelanggan (Y). Untuk mengetahui t_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad 57$$

Keterangan:

t_{hitung} = Skor signifikan koefisien korelasi

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

n = Banyaknya sampel/data

Selanjutnya Sugiyono menambahkan, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka koefisien korelasi signifikan.

⁵⁶Sugiyono, *op.cit.*, h. 255.

⁵⁷ *Ibid.*, h. 243.

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka koefisien korelasi tidak signifikan.

Hal ini dilakukan pada taraf signifikan (α) = 0,05 dengan derajat kebebasan (DK) = $n - 2$. Jika H_0 ditolak maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan antara variabel X dan variabel Y terdapat hubungan positif.

c. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau penentu (r^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X (X_1, X_2, \dots, X_k), yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel X menerangkan atau menjelaskan variabel Y.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2$$

Dimana:

KD : Koefisien Determinasi

r_{xy}^2 : Koefisien *Product Moment*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Deskripsi data hasil penelitian dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum mengenai penyebaran atau distribusi data yang didapat dari tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu persepsi harga, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Skor yang disajikan adalah skor yang telah diolah dari data mentah dengan menggunakan statistik deskriptif yaitu skor rata-rata dan simpangan baku atau standar deviasi.

Berdasarkan jumlah variabel dan merujuk pada masalah penelitian, maka deskripsi data dikelompokkan menjadi tiga bagian sesuai dengan jumlah variabel penelitian. Ketiga bagian tersebut adalah persepsi harga sebagai variabel bebas (X1), kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (X2) dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat (Y). Hasil perhitungan statistik deskriptif masing-masing variabel secara lengkap dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Loyalitas Pelanggan (Variabel Y)

Data Loyalitas Pelanggan diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian berupa kuesioner dengan model skala *Likert* yang diisi oleh 110 mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta sebagai responden.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 66 dan skor tertinggi adalah 114, jumlah skor adalah 9764, sehingga skor rata-rata Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 88,76, varians (S^2) sebesar 112,81 dan simpangan baku (S) sebesar 10,62 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 22).

Distribusi frekuensi data Loyalitas Pelanggan dapat dilihat pada tabel IV.1 di bawah ini. Dimana rentang skor adalah 48, banyak interval kelas adalah 8 dan panjang kelas interval adalah 6 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 24).

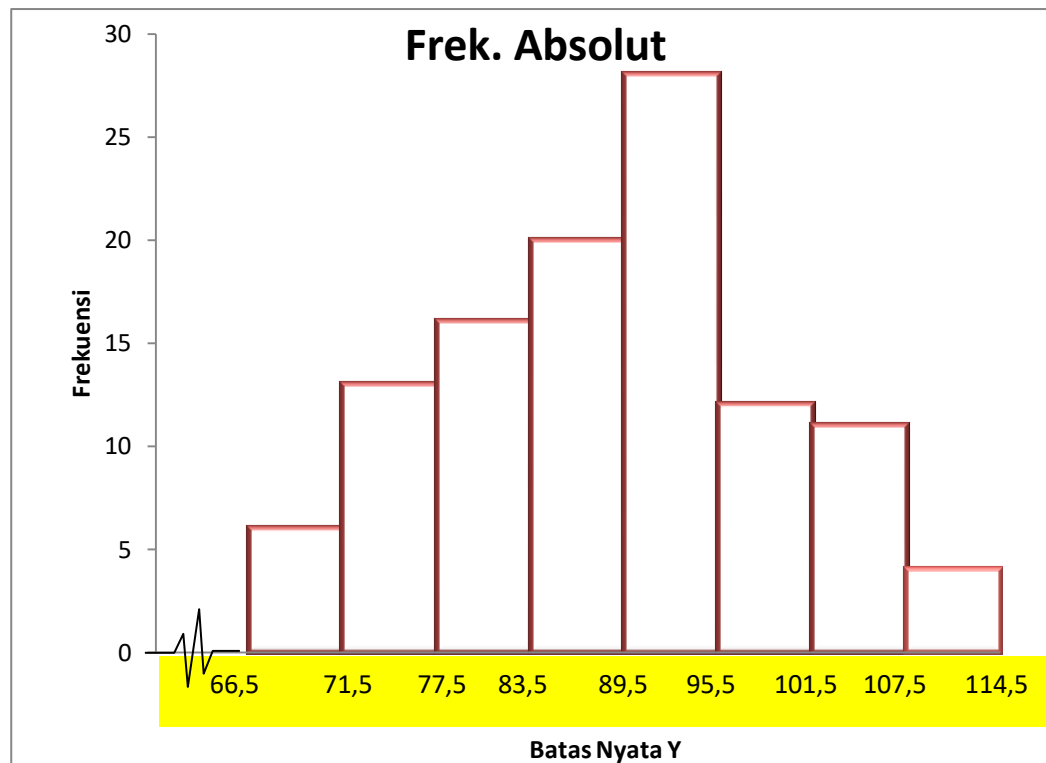
Tabel IV. 1 - Distribusi Frekuensi Loyalitas Pelanggan (Variabel Y)

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
66	-	71	65.5	71.5	6	5.5%
72	-	77	71.5	77.5	13	11.8%
78	-	83	77.5	83.5	16	14.5%
84	-	89	83.5	89.5	20	18.2%
90	-	95	89.5	95.5	28	25.5%
96	-	100	95.5	100.5	12	10.9%
101		106	100.5	106.5	11	10.0%
107	-	114	106.5	114.5	4	3.6%
Jumlah					110	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti.

Berdasarkan tabel IV.1 dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel Loyalitas Pelanggan, yaitu 28 yang terletak pada interval kelima, yakni antara 90 – 95 dengan frekuensi relatif sebesar 25,5%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 4 yang terletak pada interval kedelapan, yakni antara 107 – 114 dengan frekuensi relatif 3,6%.

Untuk mempermudah penafisiran data Loyalitas Pelanggan, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



Gambar IV. 1 – Gambar Grafik Histogram Loyalitas Pelanggan

2. Persepsi Harga (Variabel X_1)

Data persepsi harga merupakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner Skala *likert*. Berdasarkan data yang terkumpul, diperoleh skor terendah 56 dan skor tertinggi adalah 111, dengan rata-rata skor persepsi harga (X_1) sebesar 82,46, varians (S^2) sebesar 131,61 dan simpangan baku (S) sebesar 11,47 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 22).

Distribusi frekuensi data persepsi harga dapat dilihat pada tabel IV.2, di mana rentang skor adalah 55, banyak kelas adalah 8 dan panjang interval adalah 7 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 25).

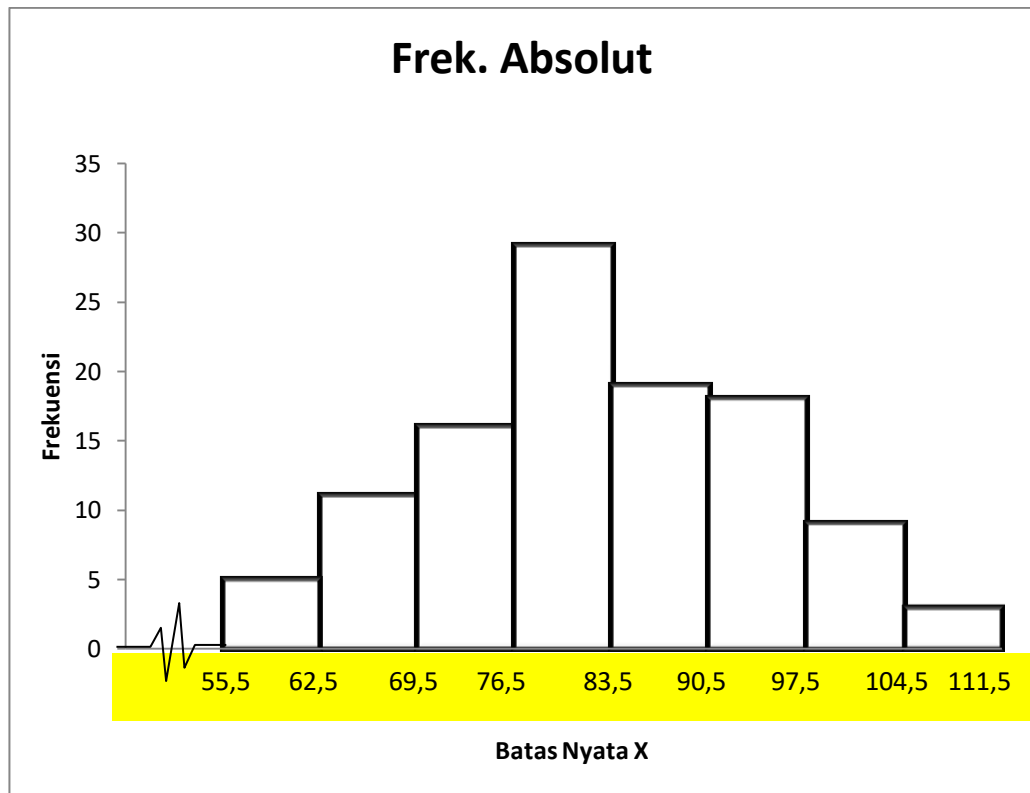
Tabel IV. 2 - Rata-rata Hitung Skor Indikator Persepsi Harga (X_2)

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
56	-	62	55.5	62.5	5	4.5%
63	-	69	62.5	69.5	11	10.0%
70	-	76	69.5	76.5	16	14.5%
77	-	83	76.5	83.5	29	26.4%
84	-	90	83.5	90.5	19	17.3%
91	-	97	90.5	97.5	18	16.4%
98		104	97.5	104.5	9	8.2%
105	-	111	104.5	111.5	3	2.7%
Jumlah					110	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti.

Berdasarkan tabel IV.2 dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel Persepsi Harga, yaitu 29 yang terletak pada interval keempat, yakni antara 77 – 83 dengan frekuensi relatif sebesar 26,4%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 3 yang terletak pada interval kedelapan, yakni antara 105 – 111 dengan frekuensi relatif 2,7%.

Untuk mempermudah penafisiran data Loyalitas Pelanggan, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



Gambar IV. 2 - Grafik Histogram Persepsi Harga (X_1)

3. Kualitas Pelayanan (Variabel X_2)

Data kualitas pelayanan merupakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner Skala *likert* dengan dimensi pertama yaitu dimensi daya tanggap dengan indikator pelayanan yang tepat dan sub indikator penyampaian informasi yang jelas, lalu dimensi kedua yaitu dimensi jaminan dengan indikator kompetensi dan sub indikator pertama keterampilan karyawan dan sub indikator kedua perhatian karyawan, selanjutnya dimensi ketiga yaitu empati dengan indikator pertama akses dan sub indikator kemudahan memanfaatkan jasa, lalu indikator kedua yaitu pemahaman pelanggan dengan sub indikator mengetahui kebutuhan pelanggan. Dan dimensi ketiga yaitu bukti fisik dengan indikator fasilitas

fisik dengan sub indikator warna dan bentuk gedung menarik dan sub indikator kedua kebersihan ruangan.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 51 dan skor tertinggi adalah 106, sehingga rata-rata skor Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 78,43, varians (S^2) sebesar 132,52 dan simpangan baku (S) sebesar 11,51 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 44).

Distribusi frekuensi data Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada tabel IV.3 di bawah ini. Dimana rentang skor adalah 55, banyak kelas interval adalah 8 dan panjang kelas interval adalah 7 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 46).

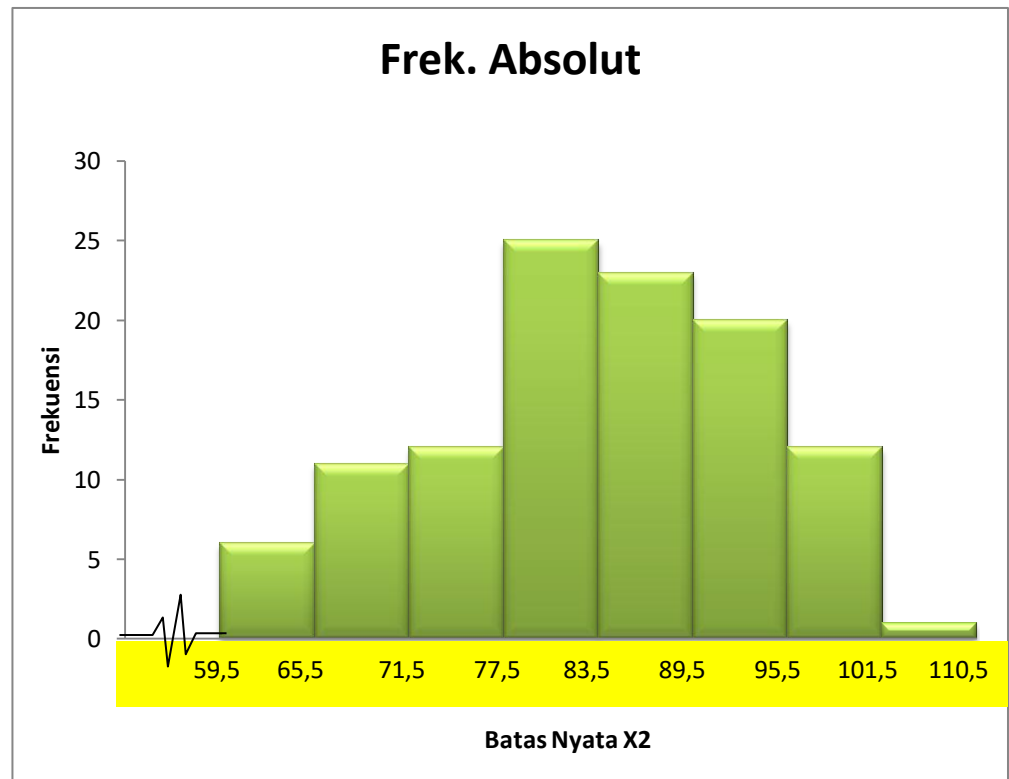
Tabel IV. 3 - Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan (Variabel X_2)

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
51	-	57	50.5	57.5	6	5.5%
58	-	64	57.5	64.5	11	10.0%
65	-	71	64.5	71.5	12	10.9%
72	-	78	71.5	78.5	25	22.7%
79	-	85	78.5	85.5	23	20.9%
86	-	92	85.5	92.5	20	18.2%
93		99	92.5	99.5	12	10.9%
100	-	106	99.5	106.5	1	0.9%
Jumlah					110	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti.

Berdasarkan tabel IV.3 dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tertinggi variabel Kualitas Pelayanan, yaitu 25 yang terletak pada interval keempat yakni antara 72 – 78 dengan frekuensi relatif sebesar 22,7%. Sementara frekuensi terendah, yaitu 1 yang terletak pada interval kedelapan, yakni antara 100 – 106 dengan frekuensi relatif 0,9%.

Untuk mempermudah penafisiran data Kualitas Pelayanan, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



Gambar IV. 3 - Grafik Histogram Kualitas Pelayanan

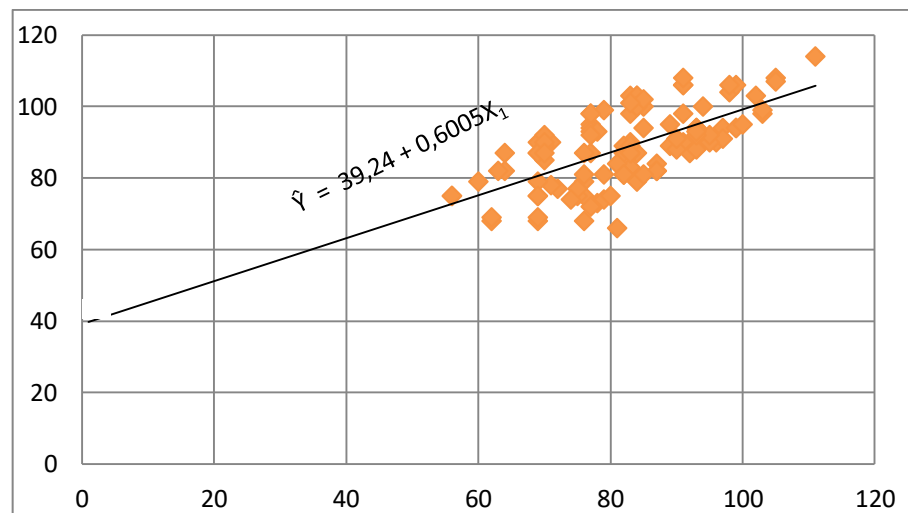
Berdasarkan hasil hitung rata-rata skor masing-masing indikator dari kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa indikator yang paling dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga adalah dimensi bukti fisik dengan indikator fasilitas fisik dan sub indikator kebersihan ruangan dengan presentase 14,82% (proses perhitungan dapat dilihat pada lampiran 64)

B. Analisis Data

1. Persamaan Garis Regresi

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara Persepsi Harga (variabel X_1) dengan Loyalitas Pelanggan (variabel Y) menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,6005 dengan menghasilkan konstanta sebesar 39,24 . Dengan demikian, bentuk antara variabel Persepsi harga dengan Loyalitas Pelanggan memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 39,24 + 0,6005X_1$. Selanjutnya, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap satu skor Persepsi Harga dapat menyebabkan kenaikan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,6005 pada konstanta 39,24.

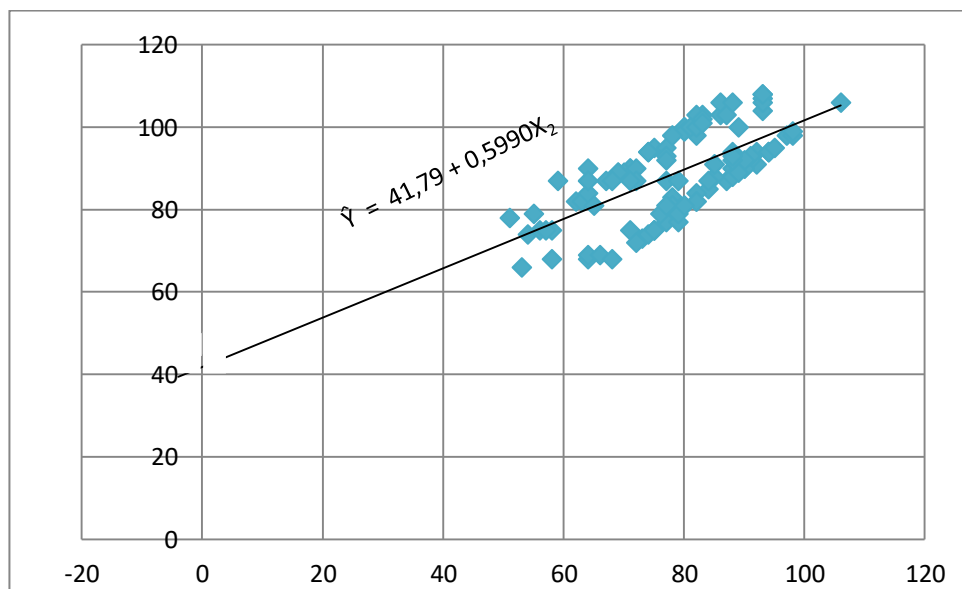
Persamaan garis regresi $\hat{Y} = 39,24 + 0,6005X_1$ dapat dilukiskan pada grafik berikut ini:



Gambar IV. 4 - Grafik Hubungan antara Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan Persamaan Regresi $\hat{Y} = 39,24 + 0,6005X_1$

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara Kualitas Pelayanan (variabel X_2) dengan Loyalitas Pelanggan (variabel Y) menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,5990 dan menghasilkan konstanta sebesar 41,79. Dengan demikian, bentuk hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 41,79 + 0,5990X_2$. Selanjutnya, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap satu skor Kualitas Pelayanan dapat menyebabkan kenaikan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,5990 pada konstanta 41,79.

Persamaan garis regresi $\hat{Y} = 41,79 + 0,5990X_2$ dapat dilukiskan pada grafik berikut ini:



Gambar IV. 5 - Grafik Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan Persamaan Regresi $\hat{Y} = 41,79 + 0,5990X_2$

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X

Dalam perhitungan persyaratan analisis dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X dilakukan dengan menggunakan uji *liliefors*, pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$), untuk sampel sebanyak 110 mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga, dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila $L_{hitung} (L_o) < L_{tabel} (L_t)$ dan jika sebaliknya, maka galat taksiran Y atas X tidak berdistribusi normal.

Hasil perhitungan uji *liliefors* menyimpulkan bahwa galat taksiran regresi Y atas X_1 berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan perhitungan (L_o) = 0,0815 sedangkan (L_t) = 0,0844. Ini berarti $L_o < L_t$, maka pengujian hipotesis statistiknya adalah H_o diterima atau data tersebut berdistribusi normal. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 31). Dengan demikian, penelitian dapat dilanjutkan pada pengujian hipotesis yang menggunakan analisis korelasi dan regresi.

Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV.4, sebagai berikut

Tabel IV. 4 - Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran

Regresi Y atas X_1					
No.	Galat Taksiran	L_o	$L_{tabel} (0,05)$	Keputusan	Keterangan
1	Y atas X_1	0,0815	0,0844	Terima H_o	Normal

Hasil perhitungan uji *liliefors* menyimpulkan bahwa galat taksiran regresi Y atas X_2 berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan perhitungan (L_o) = 0,0829 sedangkan (L_t) = 0,0844. Ini berarti $L_o < L_t$, maka pengujian hipotesis statistiknya adalah H_o diterima atau data tersebut berdistribusi normal. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 54). Dengan demikian, penelitian dapat dilanjutkan pada pengujian hipotesis yang menggunakan analisis korelasi dan regresi.

Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV.5, sebagai berikut:

**Tabel IV. 5 - Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran
Regresi Y atas X_2**

No.	Galat Taksiran	L_o	L_{tabel} (0,05)	Keputusan	Keterangan
1	Y atas X_1	0,0829	0,0844	Terima H_o	Normal

b. Uji Linearitas Regresi

Kemudian dalam persyaratan analisis juga dilakukan pengujian linearitas regresi, untuk melihat apakah persamaan regresi tersebut berbentuk linear atau non linear, dengan kriteria pengujian $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi dinyatakan linier.

Untuk variabel persepsi harga tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linearitas regresi dengan dk pembilang $(k-2) = 37$ dan dk penyebut $(nk) = 71$, dengan $(\alpha) =$

0.05, diperoleh $F_{hitung} = 1,16$ sedangkan $F_{tabel} = 1,56$. Ini berarti $F_{hitung} < F_{tabel}$, berarti regresi linier (proses perhitungan terdapat pada lampiran 36)

Untuk variabel kualitas pelayanan tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linearitas regresi dengan dk pembilang $(k-2) = 43$ dan dk penyebut $(nk) = 65$, dengan $(\alpha) = 0.05$, diperoleh $F_{hitung} = 0,90$ sedangkan $F_{tabel} = 1,56$. Ini berarti $F_{hitung} < F_{tabel}$, berarti regresi linier (proses perhitungan terdapat pada lampiran 58)

3. Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara Persepsi Harga (X_1) dengan Loyalitas Pelanggan (Y) dan Kualitas Pelayanan (X_2) dengan Loyalitas Pelanggan (Y). Berikut langkah-langkah yang digunakan:

a. Uji Keberartian Regresi

Hipotesis penelitian : “Terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi harga dengan loyalitas pelanggan dan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan”.

Berikut ini uji signifikan dan linieritas model regresi persepsi harga dengan loyalitas pelanggan dengan hasil perhitungan ditunjukkan dalam table IV.6

Tabel IV. 6 - Tabel ANAVA Persepsi Harga Dengan Loyalitas Pelanggan

$$\hat{Y} = 39,24 + 0,6005X_1$$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	110	878984			
Regresi (a)	1	866688.15			
Regresi (b/a)	1	5173.74	5173.74	78.45 *)	3.91
Residu	108	7122.11	65.95		
Tuna Cocok	37	2679.94	72.41	1.16 ^{ns)}	1.56
Galat Kekeliruan	71	4442.88	62.58		

Hasil pengujian pada tabel di atas menyimpulkan bahwa hubungan antara Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan adalah signifikan.

Berikut ini uji signifikan dan linieritas model regresi pola asuh dengan prestasi belajar dengan hasil perhitungan ditunjukkan dalam tabel IV.7

Tabel IV. 7 - Tabel ANAVA Kualitas Layanan Dengan Loyalitas Pelanggan

$$\hat{Y} = 41,79 + 0,5990X_2$$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	110	878984			
Regresi (a)	1	866688.15			
Regresi (b/a)	1	5182.38	5182.38	78.68**	3,91
Residu	108	7113.48	65.87		
Tuna Cocok	43	2654.90	61.74	0.90 ^{ns}	1,65
Galat Kekeliruan	65	4458.58	68.59		

Hasil pengujian pada tabel di atas menyimpulkan bahwa hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan adalah signifikan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa bukan secara kebetulan persepsi harga mempunyai hubungan dengan loyalitas pelanggan dan kualitas pelayanan mempunyai hubungan dengan loyalitas pelanggan, melainkan berdasarkan pada analisis statistik yang menguji signifikansi hubungan dengan taraf signifikan ($\alpha = 0,05$).

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Tahap selanjutnya adalah melakukan perhitungan koefisien korelasi. Perhitungan koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui besar atau kuatnya hubungan Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan. Untuk itu digunakan rumus koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson*.

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi antara Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan, diperoleh (r_{xy}) sebesar 0,6487 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 38)

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan, diperoleh (r_{xy}) sebesar 0,6492 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 60)

c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Untuk mengetahui keberartian hubungan antara kedua variabel. Untuk uji signifikan koefisien korelasi disajikan pada tabel IV.8.

**Tabel IV. 8 - Pengujian Signifikan Koefisien Korelasi
Antara Persepsi Harga dan Loyalitas Pelanggan**

Koefisien antara X₁ dan Y	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	t_{hitung}	t_{tabel}
	0,6487	42,08%	8,857	1,68

Berdasarkan perhitungan keberartian koefisien korelasi (Uji-t) antara Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan sebagaimana terlihat pada tabel IV.8 di atas, diperoleh $t_{hitung} = 8,857 > t_{tabel} = 1,66$ (Proses perhitunga pada lampiran 40).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0,6487 adalah signifikan. Artinya, dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan .

**Tabel IV. 9 - Pengujian Signifikan Koefisien Korelasi
Antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelayanan**

Koefisien antara X₂ dan Y	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	t_{hitung}	t_{tabel}
	0,6492	42,15%	8,870	1,68

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0,6492 adalah signifikan. Artinya, dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan perhitungan keberartian koefisien korelasi (Uji-t) antara Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan

sebagaimana terlihat pada tabel IV.9 di atas, diperoleh $t_{hitung} = 8,870 > t_{tabel} = 1,68$ (Proses perhitunga pada lampiran 62).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0,6492 adalah signifikan. Artinya, dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan .

d. Perhitungan Koefisien Determinasi

Untuk mencari seberapa besar variasi Persepsi Harga yang ditentukan oleh Loyalitas Pelanggan, maka digunakan uji koefisien determinasi dengan hasil $r_{xy}^2 = 0,6487^2 = 42,07\%$.

Dari hasil tersebut, diinterpretasikan bahwa Loyalitas Pelanggan McDonald ArionMall pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga ditentukan oleh Persepsi Harga sebesar 42,08% (proses perhitungan terdapat pada lampiran 39)

Untuk mencari seberapa besar variasi Loyalitas Pelanggan McDonald ArionMall pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga yang ditentukan oleh Kualitas Pelayanan, maka digunakan uji koefisien determinasi dengan hasil $r_{xy}^2 = 0,4215^2 = 42,15\%$. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 61)

C. Pembahasan

1. Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dijelaskan sebelumnya, diketahui adanya hubungan yang positif dan signifikan

antara persepsi harga dengan loyalitas pelanggan pada mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

Dari perhitungan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diinterpretasikan bahwa persepsi harga mempengaruhi loyalitas pelanggan pada mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian sebelumnya yang relevan merupakan pendukung untuk melakukan penelitian ini. Dengan demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa penelitian yang peneliti lakukan berhasil menguji hipotesis, dimana sama dengan 2 peneliti terdahulu. Karena penelitian yang peneliti lakukan yaitu menunjukkan nilai koefisien korelasi $r_{xy} = 0,6487$. Hasil yang positif pada angka 0,6487 menunjukkan arah hubungan kedua variabel adalah korelasi positif. Dari hasil pengujian uji keberartian koefisien korelasi (uji-t) diperoleh $t_{hitung} = 8,857 > t_{tabel} = 1,66$ dengan kriteria pengujian koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Koefisien korelasi dilakukan pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan (dk) = $n-2 = 108$. Jika H_0 ditolak maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan antara persepsi harga dengan loyalitas pelanggan terdapat hubungan yang positif.

2. Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dijelaskan sebelumnya, diketahui adanya hubungan yang positif dan signifikan

antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan pada mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

Dari perhitungan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat diinterpretasikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan atau semakin tinggi kualitas pelayanan yang dimiliki McDonald Arion Mall, maka semakin meningkat pula loyalitas pelanggan pada mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian sebelumnya yang relevan merupakan pendukung untuk melakukan penelitian ini. Dengan demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa penelitian yang peneliti lakukan berhasil menguji hipotesis, dimana sama dengan 2 peneliti terdahulu. Karena penelitian yang peneliti lakukan yaitu menunjukkan nilai koefisien korelasi $r_{xy} = 0,6492$. Hasil yang positif pada angka 0,6492 menunjukkan arah hubungan kedua variabel adalah korelasi positif. Dari hasil pengujian uji keberartian koefisien korelasi (uji-t) diperoleh $t_{hitung} = 8,870 > t_{tabel} = 1,66$ dengan kriteria pengujian koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Koefisien korelasi dilakukan pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan (dk) = $n-2 = 108$. Jika H_0 ditolak maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan terdapat hubungan yang positif.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya bahwa penelitian mengenai loyalitas pelanggan berhasil memberikan kesimpulan dan membuktikan bahwa hipotesis yang dikemukakan di awal adalah dapat diterima. Penelitian yang dilakukan pada mahasiswa program studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta dari bulan Maret sampai dengan bulan Juli 2017 memberikan hasil sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi harga dengan loyalitas pelanggan pada mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga. Jika harga lebih bervariasi, maka loyalitas pelanggan akan meningkat.
2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan pada mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga. Jika kualitas pelayanan meningkat, maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

Hipotesis di atas dibuktikan dengan persamaan regresi tunggal yakni :

$$1. \hat{Y} = 39,24 + 0,6005X (X_1)$$

$$2. \hat{Y} = 41,79 + 0,5990X (X_2)$$

Hubungan antara persepsi harga dengan loyalitas pelanggan diperoleh dari hasil koefisien determinasi sebesar 0,6487. Jadi kemampuan dari variable persepsi harga untuk menjelaskan loyalitas pelanggan adalah sebesar 42,08% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor selain variabel persepsi harga.

Hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan diperoleh dari hasil koefisien determinasi sebesar 0,6492. Jadi kemampuan dari variable kualitas untuk menjelaskan loyalitas pelanggan adalah sebesar 42,15% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor selain variabel kualitas pelayanan.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara persepsi harga dan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan pada mahasiswa program studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa persepsi harga dan kualitas pelayanan sangat menentukan meningkatnya loyalitas pelanggan.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa pada variabel persepsi harga, indikator tertinggi adalah harga sesuai mutu produk dalam dimensi tingkat harga. Sedangkan indikator terendah adalah pemilihan cara pembayaran tunai atau kredit berada pada dimensi cara pembayaran.

Pada variabel kualitas pelayanan, indikator tertinggi adalah fasilitas fisik dengan sub indikator kebersihan ruangan. Hal ini menunjukkan bahwa

perusahaan yang mempunyai lingkungan yang bersih dan nyaman akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Sedangkan indikator terendah adalah pemahaman pelanggan dengan sub indikator mengetahui kebutuhan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman akan kebutuhan pelanggan terhadap pegawai McDonald Arion Mall, sehingga McDonald Arion Mall harus meningkatkan pemahaman akan kebutuhan pelanggan, sehingga loyalitas pelanggan dapat meningkat.

Implikasi dari penelitian ini adalah persepsi harga dan kualitas pelayanan yang tinggi akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, untuk dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi, McDonald Arion Mall harus bias meningkatkan persepsi yang baik dan kualitas pelayanan yang memuaskan.

C. Saran

Berdasarkan implikasi yang dikemukakan di atas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi McDonald Arion Mall untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, sebagai berikut:

1. Diharapkan pihak McDonald Arion Mall dari aspek harga untuk menyesuaikan harga yang dibayarkan dengan manfaat yang diterima agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Diharapkan pihak McDonald Arion Mall bisa menjaga atau meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alok Kumar Raid dan Medha Srivastava, "Costumer Loyalty Attributes: A Prespectives" *Journal Management Review Volume XXII*. Oktober 2012
- Basu, Swasta. dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 1997.
- Cheng, T.C.E., Lai, L.C.F., Yeung, A.C.L., *The Driving Forces of Customer Loyalty: A Study of Internet Service Providers in Hong Kong*. International Journal of E-Business Research, Vol. 4, No. 4, 2008
- Dharmmesta, Basu Swastha, "Loyalitas Pelanggan : Sebuah kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti," *Journal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol 14, 1999.
-
- Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No. 3, Tahun 1999.
- Djaali dan Pudji Muljono. *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*. Jakarta: Grasindo, 2008.
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan Pelanggan*, Jakarta: Airlangga, 2005.
- Hao Kui, *Student's Online Purchase Intentions At Eight National Universities In Beijing China*, (e-Journal Assumption University-Graduate School of Business, 2013.
- Husain, Umar. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002.
- Kartajaya, Hermawan dan Yuswohadi, *Attracting tourists traders investors*. Jakarta: Gamedia, 2005.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran edisi 13*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip. dan Garry Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta : Erlangga, 2008.
-
- Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Jilid 12. Jakarta: Erlangga, 2008.

- _____ *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium Jilid Pertama. Jakarta: Prenhallindo, 2002
- Lupiyadi, Rambat dan A.Hamdani. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat, 2013.
- _____ *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Morissan, M.A. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana Prenanda Media Group, 2010.
- Priyatno, Duwi. *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan Statistik*. Yogyakarta: Ghalia Indonesia, 2012
- Khaitu S. et. al., Thomas. *Manajemen Komplain*. Yogyakarta: Andi, 2015.
- Sanusi, Anwar. *Metdologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Sudjana. *Metoda Statistika*. Bandung : PT. Tarsito, 2005.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- _____ *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Tangkilisan dan Hesel Nogi S. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Gramedia, 2005.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi, 2009.
- _____ dan Chandra. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi, 2008.
- _____ *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: J & J Learning, 2000.
- _____ *Service Management*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006.
- Tunggal, Amin Widjaja . *Dasar Dasar Customer Relationship Management*. Jakarta : Harvarindo, 2008
- Wiratna Sujarweni, V. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., dan Parasuraman, A. *The Behavioral Consequences of Service Quality*. Journal of Marketing. 1996.

Internet :

<http://palingseru.com/18412/5-restoran-cepat-saji-terbesar-di-indonesia> 20 Mei 2017

<http://www.konsumen.org/kecewa-layanan-140450mcdonald/> diakses 20 Mei 2017

<http://www.geocities.ws/darikonsumen/tokres03.html/> diakses 20 mei 2017

<http://www.beritaekonomidunia/article/mcdonalds-dan-carrefour-menjadi-targer-operasi-konsumen-di-cina//> diakses pada tanggal 20 Mei

SURAT IZIN PENELITIAN



*Building
Future
Leaders*

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285



UQA

AN ISO 9001:2008 CERTIFIED COMPANY

Nomor : 326/UN39.6/FE/III/2017
Lamp : -
Hal : Izin Penelitian

24 Maret 2017

Yth. Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga
Universitas Negeri Jakarta
di
Jakarta

Dengan hormat,
Menanggapi permintaan Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga tentang permohonan izin penelitian, maka dengan ini kami memberikan izin penelitian dalam rangka penulisan skripsi kepada para mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga (daftar terlampir).

Atas perhatian yang diberikan, kami sampaikan terima kasih.



Wakil Dekan I,

Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si
NIP. 197206171999031001

Tembusan:
1. Dekan (Sebagai laporan)
2. Arsip

Kuesioner Uji Coba

Responden yang terhormat,

Sehubung dengan penelitian ilmiah yang sedang saya teliti dengan judul “ Hubungan antara Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan McDonald Arion Mall pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta” saya mengharapkan kesediaan anda untuk mengisi angket ini. Anda diberikan kebebasan menjawab setiap butir pertanyaan sesuai dengan kenyataan yang ada dan kerahasiaan identitas anda akansaya jaga.

Atas bantuan dan kerelaannya saya ucapkan terima kasih.

No. responden :
 (diisi oleh peneliti)
 Nama Responden :
 No. Registrasi :

PETUNJUK PENGISIAN

1. Jawablah pernyataan sesuai dengan keadaan sebenarnya.
2. Jawaban terdiri dari 5 alternatif, yaitu:
 - SS (Sangat Setuju)
 - S (Setuju)
 - RR (Ragu-ragu)
 - TS (Tidak Setuju)
 - STS (Sangat Tidak Setuju)

KUESIONER UJI COBA**LOYALITAS PELANGGAN (VARIABEL Y)**

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya akan datang kembali ke Mc Donald					
2	Saya akan membeli makanan cepat saji dalam jumlah banyak di Mc Donald					
3	Saya tidak akan datang kembali ke McDonald Arion Mall					
4	Saya bersedia menjadi pelanggan setia					

	McDonald Arion Mall					
5	Saya sering membeli produk McDonald Arion Mall					
6	Walau banyak restoran cepat saji bermunculan tetap memilih McDonald Arion Mall					
7	Saya selalu memilih McDonald Arion Mall ketika saya lapar					
8	Akan terus membeli produk McDonald Arion Mall, meski ada pernyataan negative dari orang lain					
9	Akan terus menggunakan produk McDonald Arion Mall, meski orang lain menggunakan restoran cepat saji berbeda dengan produk sejenis					
10	Saya tidak bersedia menjadi pelanggan setia McDonald Arion Mall					
11	Saya memilih restoran cepat saji lain dengan model sejenis					
12	Saya memilih restoran lain ketika saya lapar					
13	Saya tidak akan terpengaruh promosi dari restoran cepat saji lainnya					
14	Saya akan beralih ke restoran cepat saji lainnya jika ada promosi					
15	Saya bersedia mengutamakan McDonald Arion Mall dibandingkan dengan restoran lain					
16	Saya selalu memilih McDonald Arion Mall ketika saya lapar					
17	Saya tidak bersedia mengutamakan McDonald Arion Mall dibandingkan dengan					

	restoran lain					
18	Saya merekomendasikan McDonald Arion Mall kepada teman-teman saya					
19	Saya mengajak teman datang ke McDonald Arion Mall					
20	Saya berbagi pengalaman positif di McDonald Arion Mall kepada orang lain					
21	Saya menyarankan teman berkunjung ke McDonald Arion Mall jika lapar					
22	Saya tidak merekomendasikan McDonald Arion Mall kepada teman-teman saya					
23	Saya berbagi pengalaman negative di McDonald Arion Mall kepada orang lain					
24	Saya memberikan saran dan kritik yang membangun untuk kemajuan McDonald Arion Mall					
25	Saya tidak ingin memberikan saran dan kritik yang membangun untuk kemajuan McDonald Arion Mall					

KUESIONER UJI COBA
PERSEPSI HARGA (VARIABEL X1)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga adalah pertimbangan saya untuk membeli McDonald Arion Mall					
2	Harga yang ditawarkan McDonald Arion Mall terjangkau oleh masyarakat					
3	Harga McDonald Arion Mall yang ditawarkan bersaing dari harga restoran cepat saji lainnya					
4	Saya memilih McDonald Arion Mall karena harganya lebih murah dari restoran saji yang sejenis					
5	Saya memilih McDonald Arion Mall dengan harga yang lebih mahal disbanding restoran saji yang sejenis					
6	Saya saya tidak mempertimbangkan harga saat membeli McDonald Arion Mall					
7	Harga McDonald Arion Mall lebih mahal dari pada restoran cepat saji lainnya yang memiliki model dan tipe sejenis					
8	Harga McDonald Arion Mall lebih mahal dari pada resdtorancepat saji lainnya yang memiliki model dan tipe yang sama.					
9	Harga produk yang tinggi memiliki kualitas yang baik					
10	Harga McDonald Arion Mall sesuai dengan manfaat yang diterima					
11	Harga McDonald Arion Mall sesuai					

	dengan kualitas produk yang diterima					
12	Saya merasakan manfaat dari harga yang ditawarkan					
13	Harga McDonald Arion Mall sesuai dengan layanan purna jual yang didapat konsumen					
14	Harga McDonald Arion Mall yang tinggi belum tentu berkualitas baik					
15	Harga McDonald Arion Mall tidak sesuai dengan manfaat yang diterima					
16	Saya memilih pembayaran secara tunai untuk proses pembayaran membeli McDonald Arion Mall					
17	Saya memilih pembayaran secara kredit untuk proses pembayaran membeli McDonald Arion Mall					
18	Saya tidak memilih membayar secara tunai untuk proses pembayaran membeli McDonald Arion Mall					
19	Saya tidak memilih membayar secara kredit untuk proses pembayaran membeli McDonald Arion Mall					
20	Saya melakukan pembayaran dengan cara transfer untuk proses pembelian McDonald Arion Mall karena lebih mudah dan efisien					
21	Saya melakukan pembayaran dengan cara menggunakan kartu kredit untuk proses pembelian McDonald Arion Mall					
22	Saya tidak suka melakukan pembayaran					

	dengan cara transfer untuk proses pembelian McDonald Arion Mall karena tidak efisien					
23	Saya tertarik membeli McDonald Arion Mall karena adanya diskon					
24	Banyak keuntungan mendapatkan diskon bila membeli McDonald Arion Mall					
25	Diskon merupakan trik menarik konsumen untuk membeli McDonald Arion Mall					
26	Saya menunggu saat adanya diskon untuk membeli McDonald Arion Mall					
27	Diskon McDonald Arion Mall sesuai dengan daya beli konsumen					
28	McDonald Arion Mall memberikan diskon bila pembelian dilakukan dalam jumlah banyak					
29	Saya tidak tertarik dengan adanya diskon bila membeli McDonald Arion Mall					
30	McDonald Arion Mall tidak pernah memberikan diskon terhadap produknya					

KUESIONER UJI COBA
KUALITAS PELAYANAN (VARIABEL X2)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Pelayanan McDonald Arion Mall memberikan informasi yang jelas					
2	Pelayan McDonald Arion Mall bersedia menjelaskan daftar menu					
3	Pelayan McDonald Arion Mall ramah dalam melayani pelanggan					
4	Pelayan McDonald Arion Mall bersedia membantu saat diminta oleh pelanggan					
5	Pelayan McDonald Arion Mall terampil dalam menggunakan mesin kasir					
6	Proses pembelian dilakukan dengan cepat					
7	Pegawai McDonald Arion Mall memberikan pelayanan yang baik saat melakukan delivery order sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
8	Pelayan McDonald Arion Mall memiliki kemampuan dalam menjawab semua keluhan pelanggan					
9	Pelayan McDonald Arion Mall lambat dalam melayani pesanan pelanggan					
10	Pelayanan McDonald Arion Mall memberikan perhatian terhadap pelanggan yang mengalami masalah pemesanan					
11	Pelayanan McDonald Arion Mall peduli terhadap pelanggan					
12	Pegawai McDonald Arion Mall menanggapi semua permintaan pelanggan dengan cepat					
13	Pelayan McDonald Arion Mall acuh tak acuh pada pelanggan					

14	Toilet wanita dan pria ditempatkan terpisah					
15	Terdapat hand dryer atau pengering tangan					
16	Tidak terdapat hand dryer atau pengering tangan					
17	Tempat wastafel jauh dari tempat makan pelanggan					
18	Pelayan McDonald Arion Mall memahami kebutuhan atau rasa lapar pelanggan					
19	Pelayan McDonald Arion Mall menanggapi semua permintaan pelanggan dengan cepat					
20	Pelayan McDonald Arion Mall selalu ramah dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan					
21	Pelayan McDonald Arion Mall selalu mengutamakan kebutuhan pelanggan					
22	Warna cerah dan bentuk bentuk gedung unik membuat McDonald Arion Mall dikenali pelanggan					
23	Bangunan McDonald Arion Mall mudah dikenali					
24	Bentuk gedung McDonald Arion Mall tidak menarik					
25	Kebersihan lingkungan di McDonald Arion Mall terjaga dengan baik					
26	Toilet di McDonald Arion Mall selalu bersih					
27	Meja pelanggan McDonald Arion Mall selalu bersih					
28	Pegawai McDonald Arion Mall selalu mengenakan seragam kerja dengan rapih					
29	Wastafel di McDonald Arion Mall tidak bersih					

SKOR UJI COBA INSTRUMEN
VARIABEL Y (LOYALITAS PELANGGAN)

No.	Butir Pernyataan																									X _i	X _i ²
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
1	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	75	5625
2	4	3	5	3	4	3	4	4	4	5	5	3	4	3	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	96	9216
3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	5	3	4	4	4	4	2	4	3	4	5	3	4	4	5	93	8649
4	4	2	4	2	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	3	4	5	4	91	8281
5	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	84	7056	
6	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	4	5	3	4	5	5	4	95	9025
7	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	83	6889
8	4	2	4	2	2	4	2	4	2	2	4	2	2	3	3	2	4	4	3	4	2	2	4	3	3	73	5329
9	5	3	5	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	82	6724
10	4	2	5	3	3	3	2	3	4	3	2	3	5	3	2	2	2	3	4	3	2	3	4	4	3	77	5929
11	4	2	4	2	3	3	2	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	71	5041
12	4	2	3	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	2	4	3	3	76	5776
13	4	3	5	3	4	2	2	3	4	3	3	2	5	3	2	2	4	3	3	3	4	4	3	4	2	81	6561
14	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	2	2	4	2	2	2	2	4	2	4	4	5	3	4	4	79	6241
15	4	2	4	2	2	2	2	2	2	3	4	2	3	2	2	2	1	3	2	4	2	4	4	4	4	68	4624
16	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	75	5625
17	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	84	7056
18	3	2	4	3	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	2	60	3600
19	4	3	5	3	4	4	3	3	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	2	5	4	5	4	4	4	96	9216
20	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	5	3	3	2	3	3	3	5	5	5	5	3	3	4	3	96	9216
21	5	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	3	3	5	3	5	4	3	4	3	4	95	9025
22	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	5	2	4	4	82	6724
23	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	5	92	8464
24	5	2	5	3	4	2	1	4	2	4	2	2	4	2	2	2	3	4	2	4	2	5	3	4	3	76	5776
25	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	70	4900
26	5	2	4	4	4	2	4	3	3	4	2	4	2	3	2	2	3	2	4	4	2	4	3	3	3	79	6241
27	5	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	86	7396
28	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	91	8281
29	4	1	4	2	3	2	1	3	2	3	3	3	5	2	1	1	3	4	3	4	4	2	2	3	3	68	4624
30	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	87	7569
ΣX _i	126	84	123	94	105	89	82	92	95	105	96	90	100	92	82	82	90	110	88	116	102	101	102	111	104	2461	204679
ΣX _i ²	536	254	519	310	383	281	242	296	319	387	334	284	362	298	242	242	290	416	278	462	370	367	364	421	376		
	0.382993	0.6422	0.36952	0.514	0.4828	0.53284	0.5606	0.5381	0.66494	0.6832	0.4633	0.1163	0.4016	0.4271	0.6839	0.7664	0.4356	0.6076	0.2973	0.6355	0.6307	0.3993	0.5546	0.4202	0.4835		
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1		
10389	7038	10165	7818	8714	7417	6852	7653	7943	8773	8002	7406	8317	7637	6880	6898	7486	9138	7289	9643	8528	8395	8489	9177	8632			

PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS
VARIABEL Y (LOYALITAS PELANGGAN)

No. Resp.	Butir Pernyataan																							X _i	X _i ²
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	11	13	14	15	16	17	18	20	21	22	23					
1	3	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	62	3844
2	3	5	3	4	3	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	81	6561
3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	3	4	4	4	5	78	6084	
4	2	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	3	4	4	5	4	74	5476	
5	3	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	71	5041	
6	3	5	4	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	4	3	5	3	4	4	5	5	4	81	6561	
7	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	68	4624	
8	2	4	2	2	4	2	4	2	2	3	3	3	2	4	4	4	2	2	4	4	3	3	60	3600	
9	3	5	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	70	4900	
10	2	5	3	3	3	2	3	4	3	5	3	2	2	2	3	3	2	3	4	4	4	3	64	4096	
11	2	4	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	58	3364	
12	2	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	63	3969	
13	3	5	3	4	2	2	3	4	3	5	3	2	2	4	3	4	4	4	3	4	2	4	69	4761	
14	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	2	2	2	3	4	4	4	5	3	4	4	4	69	4761	
15	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	3	4	2	4	4	4	4	4	55	3025	
16	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	62	3844	
17	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	71	5041	
18	2	4	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	49	2401	
19	3	5	3	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	84	7056	
20	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	5	5	5	3	3	4	3	4	78	6084	
21	4	5	5	5	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	5	5	4	3	4	3	4	4	80	6400	
22	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	5	2	4	4	4	69	4761	
23	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	80	6400	
24	2	5	3	4	2	1	4	2	4	4	2	2	2	3	4	4	2	5	3	4	3	4	65	4225	
25	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	58	3364	
26	2	4	4	4	2	4	3	3	4	2	3	2	2	3	4	4	4	2	4	3	3	3	66	4356	
27	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	71	5041	
28	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	77	5929	
29	1	4	2	3	2	1	3	2	3	5	2	1	1	3	4	4	4	2	2	3	3	3	55	3025	
30	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	73	5329	
ΣX _i	84	123	94	105	89	82	92	95	105	362	298	242	242	290	416	462	370	367	364	421	104	104	2061		
ΣX _i ²	254	519	310	383	281	242	296	319	387	362	298	242	242	290	416	462	370	367	364	421	104	104	2061		
	0.631336	0.39371	0.5223	0.30754	0.55649	0.5614	0.526	0.65828	0.7057	0.42928	0.40339	0.67407	0.73775	0.47227	0.5876	0.65905	0.60443	0.47171	0.54721	0.42131	0.42131	0.50124			
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5903	8523	6557	7310	6225	5748	6415	6662	7364	6981	6398	5771	5784	6285	7658	8086	7148	7057	7117	7691	7240					

**PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS
VARIABEL Y (LOYALITAS PELANGGAN)**

No.	Varians
1	0.61
2	0.40
3	0.50
4	0.48
5	0.55
6	0.55
7	0.53
8	0.65
9	0.70
10	0.42
11	0.40
12	0.66
13	0.73
14	0.47
15	0.56
16	0.66
17	0.56
18	0.53
19	0.59
20	0.53
21	0.59
22	0.45
23	0.51
$\sum Si^2$	12.63

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Contoh No.1)

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{254 - \frac{84^2}{30}}{30} = 0.63$$

2. Menghitung varians total

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2 - \frac{(\sum Xt)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{173694 - \frac{2264^2}{30}}{30} = 94.58$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

$$= \frac{23}{22} \left(1 - \frac{12.63}{94.58} \right)$$

$$= 0.9041$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa r_{ii} termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang tinggi**

SKOR UJI COBA INSTRUMEN
VARIABEL X1 (PERSEPSI HARGA)

No. Resp.	Butir Pernyataan																														X _i	X _i ²	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
1	3	3	3	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	95	9025
2	4	4	4	3	3	3	4	4	5	3	4	2	3	4	2	5	3	5	5	3	4	4	3	3	4	1	5	2	4	3	106	11236	
3	4	3	4	3	4	4	2	3	4	2	5	4	5	4	5	5	2	3	4	2	5	3	2	4	4	4	5	4	4	111	12321		
4	3	4	4	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	108	11664		
5	4	3	5	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	3	2	4	2	4	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3	3	103	10609		
6	5	4	4	3	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	3	4	5	3	5	3	4	3	5	119	14161		
7	4	4	3	4	4	4	3	3	5	5	4	2	4	3	3	5	3	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	3	113	12769		
8	5	2	3	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	5	4	4	3	4	2	4	103	10609		
9	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	106	11236		
10	3	3	4	2	2	3	4	3	4	4	4	2	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	5	98	9604	
11	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	3	3	99	9801		
12	4	4	4	4	3	3	2	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	109	11881	
13	5	3	3	2	3	3	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	2	3	4	109	11881
14	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	3	121	14641		
15	5	4	4	2	3	3	3	3	5	3	2	4	4	5	4	4	3	5	3	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	3	116	13456	
16	4	3	5	3	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	103	10609		
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	122	14884	
18	3	2	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	4	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	81	6561	
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	119	14161		
20	5	5	5	4	4	3	2	4	5	5	4	2	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	2	4	4	3	115	13225	
21	5	5	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	124	15376	
22	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	1	5	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	105	11025		
23	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	119	14161		
24	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	3	2	3	4	2	3	1	3	2	3	91	8281	
25	4	4	4	2	3	1	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	1	4	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	2	3	4	97	9409
26	4	4	4	4	2	3	4	2	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	2	3	4	3	4	5	5	4	2	4	2	104	10816	
27	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	3	4	105	11025	
28	4	3	2	2	2	4	1	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	5	2	2	2	2	4	85	7225
29	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	89	7921	
30	4	4	4	4	3	2	4	4	3	5	4	2	4	3	3	4	2	5	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	106	11236	
ΣX _i	118	109	112	92	96	324	333	310	123	112	113	98	107	106	105	124	88	121	107	93	105	106	113	108	123	99	111	92	109	104	3181	340809	
ΣX _i ²	478	413	434	298	322	324	333	310	436	437	342	393	342	393	383	524	288	501	399	311	383	394	447	408	527	367	431	300	413	372	0	0	
0.534635	0.6524	0.4329	0.5373	0.6259	0.34475	0.521	0.3725	0.43936	0.4678	0.4363	0.3128	0.4423	0.4578	0.5371	0.5001	0.4915	0.3012	0.0563	0.4176	0.4528	0.5444	0.7635	0.6261	0.5331	0.7197	0.638	0.5009	0.2765	0	0	0	0	
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12630	11717	11978	9882	10322	10263	10369	10054	13142	11993	12069	10478	11434	11353	11217	13256	9493	12935	11420	9877	11231	11358	12131	11650	13219	10698	11962	9915	11680	11083	11879	11879	11879	

PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS
VARIABEL XI (PERSEPSI HARGA)

No. Resp.	Butir Pernyataan																							X _i	X _i ²	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23			
1	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	70	4900
2	4	4	4	3	3	4	5	3	4	3	4	5	3	5	4	4	3	3	4	1	5	2	4	84	7056	
3	4	3	4	3	4	3	4	2	5	4	5	5	2	3	5	3	2	4	4	5	4	4	4	86	7396	
4	3	4	4	3	3	3	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	84	7056	
5	4	3	5	3	4	4	4	3	4	3	4	2	4	5	3	4	4	3	4	3	3	3	3	81	6561	
6	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	3	5	3	4	3	3	92	8464	
7	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	3	5	3	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	91	8281	
8	5	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	3	4	2	5	85	7225	
9	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	82	6724	
10	3	3	4	2	2	3	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	74	5476	
11	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	3	3	3	76	5776	
12	4	4	4	3	3	2	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	84	7056	
13	5	3	3	2	3	3	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	2	3	4	85	7225	
14	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	3	92	8464	
15	5	4	4	2	3	3	5	3	2	4	5	4	3	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	93	8649	
16	4	3	5	3	3	2	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	80	6400	
17	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	97	9409	
18	3	2	3	2	2	4	4	3	3	3	2	4	2	4	2	3	2	2	2	2	3	2	2	61	3721	
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	90	8100	
20	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	5	2	4	4	4	94	8836	
21	5	5	3	4	3	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	100	10000	
22	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	1	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	81	6561	
23	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	93	8649	
24	3	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	1	4	4	2	3	4	2	3	1	3	2	3	69	4761	
25	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	4	1	4	3	4	3	3	4	3	3	2	3	75	5625	
26	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	2	4	84	7056	
27	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	80	6400	
28	4	3	2	2	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	4	1	3	3	5	2	2	2	2	65	4225	
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	68	4624	
30	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	85	7225	
ΣX _i	118	109	112	93	96	94	123	112	113	107	106	124	88	121	105	106	113	108	123	99	111	92	108	2481	207901	
ΣX _i ²	478	413	434	303	322	310	519	436	437	393	392	524	288	501	383	394	447	408	527	367	431	300	412			
0,61454	0,64537	0,42631	0,51439	0,60182	0,36161	0,469396	0,49242	0,420107	0,47241	0,42557	0,55015	0,46082	0,51256	0,411361	0,43787	0,55934	0,81532	0,67541	0,53046	0,75421	0,60578	0,55469				
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
9878	9153	9351	7794	8060	7848	10266	9371	9419	8932	8859	10352	7409	10103	8768	8867	9480	9118	10340	8363	9357	7742	9071				

**PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS
VARIABEL X1 (PERSEPSI HARGA)**

No.	Varians
1	0,61
2	0,65
3	0,43
4	0,51
5	0,60
6	0,36
7	0,47
8	0,49
9	0,42
10	0,47
11	0,43
12	0,55
13	0,46
14	0,51
15	0,41
16	0,44
17	0,56
18	0,82
19	0,68
20	0,53
21	0,75
22	0,61
23	0,55
$\sum Si^2$	12,31

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Contoh No.1)

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{478 - \frac{118^2}{30}}{30} = 0,46$$

2. Menghitung varians total

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2 - \frac{(\sum Xt)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{207901 - \frac{2481^2}{30}}{30} = 90,74$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

$$= \frac{23}{22} \cdot \left(1 - \frac{12,31}{90,74} \right)$$

$$= 0,9036$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa r_{ii} termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang sangat tinggi**

SKOR UJI COBA INSTRUMEN
VARIABEL X₂ (KUALITAS PELAYANAN)

No. Resp.	Butir Pernyataan																				X ₁	X ₂									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			21	22	23	24	25	26	27	28	29
1	5	5	2	2	5	4	2	4	4	3	5	5	3	4	4	4	5	3	3	3	3	5	4	3	4	2	3	4	3	103	10609
2	5	4	2	2	4	4	2	4	3	2	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	95	9025	
3	4	5	3	3	3	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	4	5	4	3	5	107	11449	
4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	2	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	104	10816	
5	5	4	2	3	4	4	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	103	10609	
6	4	5	2	3	3	3	3	5	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	98	9604	
7	5	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	92	8464	
8	5	4	3	5	3	3	5	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	3	3	3	5	4	3	102	10404	
9	3	4	4	3	3	3	3	5	2	2	5	4	3	5	4	3	3	3	3	3	2	5	3	3	3	4	3	4	97	9409	
10	5	4	3	3	4	3	3	5	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	5	3	99	9801	
11	3	5	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	94	8836	
12	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	99	9801	
13	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	2	2	82	6724	
14	3	4	2	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	2	4	89	7921
15	3	4	3	1	2	4	3	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	3	3	4	2	3	3	2	4	4	3	4	88	7744
16	3	4	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	85	7225
17	3	3	2	2	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	81	6561
18	3	4	2	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	4	2	3	81	6561	
19	3	2	2	2	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	2	4	82	6724
20	3	5	5	1	3	3	3	3	3	2	4	4	4	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	82	6724	
21	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	4	2	2	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	4	2	90	8100
22	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3	4	2	3	3	88	7744	
23	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	88	7744	
24	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	2	4	4	5	3	3	3	108	11664	
25	3	4	2	3	3	2	2	3	2	3	4	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	3	72	5184	
26	3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	4	4	4	3	4	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	4	3	78	6084
27	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	63	3969
28	2	2	3	4	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	2	2	2	77	5929	
29	2	5	3	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	65	4225
30	3	5	3	4	3	3	1	4	4	3	2	4	2	3	4	1	4	4	4	4	4	5	4	3	3	2	2	3	91	8281	
ΣX ₁	106	118	84	85	98	95	85	103	92	80	104	99	97	96	111	94	109	96	96	99	75	98	96	92	94	101	87	93	2683	243935	
ΣX ₂	400	488	254	265	338	319	261	383	298	232	388	347	331	328	419	320	411	322	322	343	201	356	322	298	318	359	273	309	303		
0.69077	0.4146	0.1081	0.1423	0.5866	0.72409	0.5226	0.7406	0.60897	0.0855	0.6829	0.7808	0.5624	0.6821	0.4723	0.5658	0.1219	0.5822	0.5822	0.636	0.4117	0.7186	0.6604	0.6368	0.6189	0.2991	0.0095	0.4759	0.0897			
22	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	
9700	10681	7542	7646	8921	8691	7750	9465	8381	7178	9527	9076	8823	8782	10013	8587	9778	8727	8727	8727	9016	6803	9014	8746	8388	8596	9115	7808	8454	8339		

PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS VARIABEL X2 (KUALITAS PELAYANAN)

No. Resp.	Butir Pernyataan																						X ₁	X ₂
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
1	5	5	4	4	2	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	5	4	3	4	4	87	7569
2	5	4	4	4	2	4	3	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	79	6241
3	4	5	3	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	5	3	88	7744
4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	3	3	4	87	7569
5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	88	7744
6	4	5	3	3	3	5	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	79	6241
7	5	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	73	5329
8	5	4	3	3	5	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	80	6400
9	3	4	3	3	3	5	2	5	4	3	5	4	3	5	3	3	2	5	3	3	5	4	80	6400
10	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	5	83	6889
11	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	73	5329
12	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	77	5929
13	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2	66	4356
14	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	70	4900
15	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	2	3	4	2	3	3	2	2	3	68	4624
16	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	68	4624
17	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	64	4096
18	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	3	2	2	2	3	4	3	2	2	65	4225
19	3	2	4	2	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	66	4356
20	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	64	4096
21	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	71	5041
22	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3	69	4761
23	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	70	4900
24	3	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	5	2	4	4	4	5	3	85	7225
25	3	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	53	2809
26	3	4	3	2	2	3	2	3	2	4	4	3	4	3	4	3	2	2	2	2	2	4	62	3844
27	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	46	2116
28	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	4	4	2	4	3	2	4	3	3	3	2	58	3364
29	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	47	2209
30	3	5	3	3	1	4	4	2	4	2	3	4	1	3	4	4	4	5	4	3	3	2	71	5041
ΣX ₁	106	118	98	95	85	103	92	104	99	97	96	111	94	96	96	99	75	98	96	92	94	93	2137	155971
ΣX ₂	400	488	338	319	261	383	298	388	347	331	328	419	320	328	322	343	201	356	322	298	318	309		
	0.84889	0.7956	0.5956	0.6056	0.6722	0.9789	0.529	0.9156	0.677	0.5789	0.6933	0.277	0.8489	0.693	0.493	0.5433	0.45	0.856	0.493	0.529	0.7822	0.69		
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7777	8516	7137	6948	6192	7584	6693	7645	7277	7063	7046	7995	6884	7046	6968	7208	5437	7218	6991	6708	6874	6764			

**PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS
VARIABEL X2 (KUALITAS PELAYANAN)**

No.	Varians
1	0.85
2	0.80
3	0.60
4	0.61
5	0.67
6	0.98
7	0.53
8	0.92
9	0.68
10	0.58
11	0.69
12	0.28
13	0.85
14	0.69
15	0.49
16	0.54
17	0.45
18	0.86
19	0.49
20	0.53
21	0.78
22	0.69
$\sum Si^2$	14.55

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Contoh No.1)

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{400 - \frac{106^2}{30}}{30} = 0.85$$

2. Menghitung varians total

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2 - \frac{(\sum Xt)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{155971 - \frac{2137^2}{30}}{30} = 124.85$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

$$= \frac{22}{21} \left(1 - \frac{14.55}{124.85} \right)$$

$$= 0.9256$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa r_{ii} termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang sangat tinggi**

Kuesioner Final

Responden yang terhormat,

Sehubungan dengan penelitian ilmiah yang sedang saya teliti dengan judul “ Hubungan antara Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan McDonald Arion Mall pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta” saya mengharapkan kesediaan anda untuk mengisi angket ini. Anda diberikan kebebasan menjawab setiap butir pertanyaan sesuai dengan kenyataan yang ada dan kerahasiaan identitas anda akansaya jaga.

Atas bantuan dan kerelaannya saya ucapkan terima kasih.

No. responden :

(diisi oleh peneliti)

Nama Responden :

No. Registrasi :

No. Handphone :

KUESIONER FINAL**LOYALITAS PELANGGAN (VARIABEL Y)**

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya akan datang kembali ke Mc Donald Arion Mall					
2.	Saya akan membeli makanan cepat saji dalam jumlah banyak di Mc Donald Arion Mall					
3.	Saya tidak akan datang kembali ke McDonald Arion Mall					
4.	Saya bersedia menjadi pelanggan setia McDonald Arion Mall					
5.	Saya sering membeli produk McDonald Arion Mall					
6.	Walau banyak restoran cepat saji					

	bermunculan tetap memilih McDonald Arion Mall					
7.	Saya selalu memilih McDonald Arion Mall ketika saya lapar					
8.	Akan terus membeli produk McDonald Arion Mall, meski ada pernyataan negative dari orang lain					
9.	Akan terus menggunakan produk McDonald Arion Mall, meski orang lain menggunakan restoran cepat saji berbeda dengan produk sejenis					
10.	Saya tidak bersedia menjadi pelanggan setia McDonald Arion Mall					
11.	Saya memilih restoran cepat saji lain dengan model sejenis					
12.	Saya tidak akan terpengaruh promosi dari restoran cepat saji lainnya					
13.	Saya akan beralih ke restoran cepat saji lainnya jika ada promosi					
14.	Saya bersedia mengutamakan McDonald Arion Mall dibandingkan dengan restoran lain					
15.	Saya selalu memilih McDonald Arion Mall ketika saya lapar					
16.	Saya tidak bersedia mengutamakan McDonald Arion Mall dibandingkan dengan restoran lain					
17.	Saya merekomendasikan McDonald Arion Mall kepada teman-teman saya					
18.	Saya mengajak teman datang ke McDonald Arion Mall					
19.	Saya menyarankan teman berkunjung ke McDonald Arion Mall jika lapar					

20.	Saya tidak merekomendasikan McDonald Arion Mall kepada teman-teman saya					
21.	Saya berbagi pengalaman negative di McDonald Arion Mall kepada orang lain					
22.	Saya memberikan saran dan kritik yang membangun untuk kemajuan McDonald Arion Mall					
23.	Saya tidak ingin memberikan saran dan kritik yang membangun untuk kemajuan McDonald Arion Mall					

KUESIONER FINAL
PERSEPSI HARGA (VARIABEL X1)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Harga adalah pertimbangan saya untuk membeli McDonald Arion Mall					
2.	Harga yang ditawarkan McDonald Arion Mall terjangkau oleh masyarakat					
3.	Harga McDonald Arion Mall yang ditawarkan bersaing dari harga restoran cepat saji lainnya					
4.	Saya memilih McDonald Arion Mall karena harganya lebih murah dari restoran saji yang sejenis					
5.	Saya memilih McDonald Arion Mall dengan harga yang lebih mahal dibanding restoran saji yang sejenis					
6.	Saya saya tidak mempertimbangkan harga saat membeli McDonald Arion Mall					
7.	Harga McDonald Arion Mall lebih mahal dari pada restoran cepat saji lainnya yang memiliki model dan tipe sejenis					
8.	Harga McDonald Arion Mall lebih mahal dari pada resdtorancepat saji lainnya yang memiliki model dan tipe yang sama.					
9.	Harga produk yang tinggi memiliki kualitas yang baik					
10.	Harga McDonald Arion Mall sesuai dengan manfaat yang diterima					
11.	Harga McDonald Arion Mall sesuai dengan kualitas produk yang diterima					
12.	Saya merasakan manfaat dari harga yang ditawarkan					
13.	Harga McDonald Arion Mall sesuai dengan layanan purna jual yang didapat konsumen					
14.	Harga McDonald Arion Mall yang tinggi belum tentu berkualitas baik					

15.	Harga McDonald Arion Mall tidak sesuai dengan manfaat yang diterima					
16.	Saya memilih pembayaran secara tunai untuk proses pembayaran membeli McDonald Arion Mall					
17.	Saya memilih pembayaran secara kredit untuk proses pembayaran membeli McDonald Arion Mall					
18.	Saya tidak memilih membayar secara tunai untuk proses pembayaran membeli McDonald Arion Mall					
19.	Saya melakukan pembayaran dengan cara menggunakan kartu kredit untuk proses pembelian McDonald Arion Mall					
20.	Saya tidak suka melakukan pembayaran dengan cara transfer untuk proses pembelian McDonald Arion Mall karena tidak efisien					
21.	Saya tertarik membeli McDonald Arion Mall karena adanya diskon					
22.	Banyak keuntungan mendapatkan diskon bila membeli McDonald Arion Mall					
23.	Diskon merupakan trik menarik konsumen untuk membeli McDonald Arion Mall					
24.	Saya menunggu saat adanya diskon untuk membeli McDonald Arion Mall					
25.	Diskon McDonald Arion Mall sesuai dengan daya beli konsumen					
26.	McDonald Arion Mall memberikan diskon bila pembelian dilakukan dalam jumlah banyak					
27.	Saya tidak tertarik dengan adanya diskon bila membeli McDonald Arion Mall					

KUESIONER FINAIL KUALITAS PELAYANAN (VARIABEL X2)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Pelayanan McDonald Arion Mall memberikan informasi yang jelas					
2.	Pelayan McDonald Arion Mall bersedia menjelaskan daftar menu					
3.	Pelayan McDonald Arion Mall terampil dalam menggunakan mesin kasir					
4.	Proses pembelian dilakukan dengan cepat					
5.	Pegawai McDonald Arion Mall memberikan pelayanan yang baik saat melakukan delivery order sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
6.	Pelayan McDonald Arion Mall memiliki kemampuan dalam menjawab semua keluhan pelanggan					
7.	Pelayan McDonald Arion Mall lambat dalam melayani pesanan pelanggan					
8.	Pelayanan McDonald Arion Mall peduli terhadap pelanggan					
9.	Pegawai McDonald Arion Mall menanggapi semua permintaan pelanggan dengan cepat					
10.	Pelayan McDonald Arion Mall acuh tak acuh pada pelanggan					
11.	Toilet wanita dan pria ditempatkan terpisah					
12.	Terdapat hand dryer atau pengering tangan					
13.	Tidak terdapat hand dryer atau pengering tangan					
14.	Pelayan McDonald Arion Mall memahami kebutuhan atau rasa lapar pelanggan					
15.	Pelayan McDonald Arion Mall menanggapi semua permintaan pelanggan dengan cepat					
16.	Pelayan McDonald Arion Mall selalu ramah dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan					
17.	Pelayan McDonald Arion Mall selalu mengutamakan kebutuhan pelanggan					
18.	Warna cerah dan bentuk gedung unik membuat McDonald Arion Mall dikenali pelanggan					
19.	Bangunan McDonald Arion Mall mudah dikenali					
20.	Bentuk gedung McDonald Arion Mall tidak menarik					
21.	Kebersihan lingkungan di McDonald Arion Mall terjaga dengan baik					
22.	Toilet di McDonald Arion Mall selalu bersih					
23.	Pegawai McDonald Arion Mall selalu mengenakan seragam kerja dengan rapih					

DATA MENTAH VARIABEL Y
LOYALITAS PELANGGAN

No. Resp.	No. Item																							y _i	y _i ²
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23		
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	68	4624
2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	91	8281
3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	89	7921	
4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	94	8836	
5	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	90	8100	
6	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	2	4	5	5	5	5	4	4	98	9604	
7	5	4	2	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	4	2	83	6889	
8	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	104	10816	
9	4	4	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2	69	4761	
10	2	3	4	2	3	3	2	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	90	8100	
11	5	5	3	3	2	2	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	2	79	6241	
12	5	4	3	5	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	98	9604	
13	5	3	3	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	99	9801	
14	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5	103	10609	
15	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	5	5	5	3	4	4	5	4	85	7225	
16	2	3	4	4	3	3	2	2	2	4	4	5	3	3	4	3	3	3	4	4	5	3	77	5929	
17	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	95	9025	
18	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	106	11236	
19	4	3	2	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	94	8836	
20	4	3	5	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	75	5625	
21	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	91	8281	
22	5	5	1	5	5	5	2	5	5	5	2	2	3	4	2	5	5	3	4	5	5	2	90	8100	
23	5	3	1	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	2	2	4	2	75	5625	
24	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	94	8836	
25	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	94	8836	
26	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	100	10000	
27	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	90	8100	
28	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	106	11236	
29	5	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	78	6084	
30	5	5	1	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	87	7569	
31	4	3	5	3	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90	8100	
32	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	87	7569	
33	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	92	8464	
34	4	3	3	4	4	4	2	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	2	3	3	3	73	5329	
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3	2	5	84	7056	
36	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	2	5	4	4	3	4	4	2	2	4	2	87	7569	
37	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	2	3	4	3	82	6724	
38	4	3	2	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	94	8836	
39	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	2	4	2	72	5184	
40	5	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	68	4624	
41	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	69	4761	
42	5	3	2	5	4	4	3	3	4	4	1	5	4	3	2	4	4	4	2	4	4	2	81	6561	
43	3	3	2	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	87	7569	
44	4	2	3	2	4	2	2	4	3	3	3	2	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	68	4624	
45	3	5	3	5	5	5	3	3	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	98	9604	
46	2	2	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	90	8100	
47	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	108	11664	
48	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	82	6724	
49	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3	89	7921	
50	4	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	75	5625	
51	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	103	10609	
52	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	90	8100	
53	5	5	1	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	1	5	87	7569	
54	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	107	11449	
55	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	114	12996	
56	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88	7744	
57	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	95	9025	
58	4	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	82	6724	
59	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4	2	77	5929	
60	4	4	2	3	4	3	3	4	4	2	5	3	4	3	4	4	3	2	2	4	4	4	79	6241	
61	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	3	3	3	4	4	3	4	2	4	4	88	7744	
62	5	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	94	8836	
63	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	106	11236	
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	2	84	7056	
65	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	103	10609	
66	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	106	11236	
67	4	4	5	4	5	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	89	7921	
68	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	108	11664	
69	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	98	9604	
70	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	81	6561	
71	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	81	6561	
72	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	100	10000	

73	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	87	7569	
74	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	5	4	2	4	79	6241	
75	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	81	6561	
76	4	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	2	2	3	4	2	3	3	102	10404	
77	4	4	2	4	4	5	4	4	2	3	2	4	4	2	4	2	2	4	2	2	4	3	87	7569	
78	3	4	4	5	4	3	5	4	2	5	2	5	2	4	4	4	2	4	4	4	5	2	74	5476	
79	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	99	9801	
80	4	4	3	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2	4	75	5625	
81	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	2	3	5	2	2	4	2	5	90	8100	
82	4	4	2	4	4	2	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	4	81	6561	
83	5	5	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	87	7569	
84	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	100	10000	
85	5	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	2	3	4	4	2	4	93	8649	
86	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	87	7569	
87	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	2	4	4	2	1	3	3	4	4	1	79	6241	
88	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	87	7569	
89	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	2	3	5	4	3	3	2	3	100	10000	
90	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	3	4	2	4	93	8649	
91	4	4	4	5	4	2	5	4	4	5	4	4	4	2	4	2	4	4	5	5	4	4	87	7569	
92	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3	4	4	2	74	5476	
93	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	81	6561	
94	5	5	5	5	3	4	1	4	4	4	4	5	4	3	2	4	2	4	4	4	4	2	92	8464	
95	4	4	3	4	3	2	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	1	4	4	4	4	2	89	7921	
96	3	5	5	5	5	4	4	5	1	4	3	4	5	4	2	5	5	2	4	4	3	1	98	9604	
97	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4	75	5625	
98	5	3	4	4	3	4	3	2	1	2	2	3	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	92	8464	
99	5	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	2	4	75	5625	
100	4	4	3	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	3	1	2	1	3	4	4	3	2	95	9025	
101	4	4	3	4	4	3	4	3	2	4	2	3	4	3	3	2	2	4	4	2	4	2	102	10404	
102	3	4	3	4	4	5	5	5	2	4	3	5	4	5	2	2	2	4	4	4	3	2	92	8464	
103	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	87	7569	
104	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	2	100	10000	
105	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	2	2	4	2	5	5	3	101	10201	
106	4	4	4	4	4	5	5	4	2	5	4	5	5	3	1	4	2	4	4	4	5	2	75	5625	
107	4	4	4	5	4	2	5	4	4	4	4	3	3	4	5	5	2	4	5	5	5	2	94	8836	
108	5	4	4	2	2	4	4	4	2	5	5	4	4	4	3	1	2	2	2	4	4	2	91	8281	
109	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	2	5	81	6561	
110	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	93	8649	
Σ	452	402	316	416	397	355	382	387	359	399	351	411	382	374	350	353	346	397	344	342	406	285	425	9785	882175

**DATA MENTAH VARIABEL X1
PERSEPSI HARGA**

No. Resp.	No. Item																							X _t
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	
1	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	69
2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	89
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	99
5	2	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	96
6	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	91
7	5	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	83
8	5	4	4	3	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	98
9	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	69
10	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	83
11	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	76
12	4	4	4	3	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	103
13	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	4	3	4	103
14	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	102
15	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	70
16	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	72
17	3	3	4	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	77
18	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	2	99
19	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	97
20	3	5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	76
21	4	5	4	5	3	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	97
22	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5	3	94
23	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	69
24	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	77
25	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	99
26	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
27	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	69
28	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	91
29	2	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	71
30	3	5	3	3	3	4	4	2	4	2	3	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	82
31	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	3	3	5	2	4	2	2	2	4	71
32	4	2	2	4	2	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	64
33	4	4	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	2	4	2	2	2	2	3	2	2	5	70
34	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	3	4	4	2	2	4	78
35	3	4	3	3	2	3	3	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	87
36	4	4	4	4	5	5	2	4	4	4	4	5	2	2	4	4	5	5	4	5	4	4	4	92
37	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	5	3	4	3	5	4	5	5	4	4	3	3	5	87
38	4	2	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	93
39	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	77
40	4	2	4	3	2	2	2	4	4	4	4	4	3	2	3	1	1	1	4	2	2	2	2	62
41	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	4	2	3	3	5	2	2	3	4	62
42	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	2	2	2	4	3	4	4	5	82
43	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	69
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	5	76
45	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	5	4	83
46	4	2	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	95
47	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	105
48	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	2	2	2	4	3	2	2	3	3	2	2	5	64
49	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	2	82
50	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	4	3	3	4	75
51	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	84
52	3	5	2	4	2	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	91
53	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	84
54	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	105
55	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	111
56	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	93

57	4	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	5	2	5	5	3	3	5	4	4	4	4	89
58	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	63
59	4	4	2	2	3	3	2	5	4	4	4	3	4	3	3	3	3	5	3	2	2	4	75	
60	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	3	3	4	3	69	
61	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	5	4	4	4	90	
62	5	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	4	4	85	
63	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	2	2	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	98	
64	4	5	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	81	
65	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	83	
66	4	4	3	5	5	3	4	2	3	5	3	4	5	3	4	3	4	5	5	5	4	4	91	
67	4	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	2	2	4	2	4	70	
68	2	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	5	91	
69	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	77	
70	3	5	4	3	2	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	4	79	
71	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	82	
72	4	2	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	85	
73	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	83	
74	4	2	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	3	5	3	3	4	84	
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	5	3	3	3	3	3	4	82	
76	4	4	2	4	4	4	5	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4	3	3	4	5	5	84	
77	4	2	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	69	
78	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	74	
79	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	5	79	
80	3	2	2	3	3	3	3	3	1	4	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	1	56	
81	4	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	70	
82	4	4	2	4	4	3	4	3	2	4	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	81	
83	4	3	4	4	4	5	4	2	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	87	
84	4	2	5	4	4	5	5	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	84	
85	4	2	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	5	3	77	
86	4	4	4	4	4	3	5	2	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	77	
87	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	4	2	3	2	3	2	2	60	
88	5	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	76	
89	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	84	
90	2	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	78	
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	70	
92	5	5	4	4	2	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	79	
93	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	85	
94	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	95	
95	4	1	4	4	2	2	5	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3	5	5	83	
96	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	77	
97	5	5	3	4	3	4	4	2	4	3	4	4	2	4	4	3	2	5	3	3	3	2	80	
98	4	4	3	4	2	3	5	4	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4	4	2	5	5	93	
99	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	69	
100	2	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	100	
101	5	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	85	
102	4	2	4	4	3	3	3	3	4	4	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	77	
103	5	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	83	
104	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	94	
105	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	83	
106	2	2	4	2	2	2	3	2	4	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	56	
107	4	4	5	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	93	
108	5	5	4	2	3	4	2	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	90	
109	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	76	
110	5	3	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	3	4	93	
Σ	409	395	403	390	379	396	384	400	402	417	384	401	390	382	404	384	380	381	407	385	392	395	411	9071

DATA MENTAH VARIABEL X2
KUALITAS PELAYANAN

No. Resp.	No. Item																						X _i	X _i ²	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22			
1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	64	4096	
2	5	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	5	3	4	4	4	5	85	7225	
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3	69	4761	
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	94	8836	
5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	90	8100	
6	2	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	97	9409	
7	5	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	78	6084	
8	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	93	8649	
9	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	64	4096	
10	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	2	3	3	3	4	71	5041	
11	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	78	6084
12	2	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	98	9604	
13	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	98	9604	
14	3	4	3	4	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	2	86	7396	
15	3	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	5	2	4	4	4	5	3	84	7056	
16	4	2	4	4	3	2	2	4	2	4	2	4	5	4	4	2	4	4	4	4	3	4	77	5929	
17	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	75	5625	
18	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	106	11236	
19	4	4	5	2	4	5	5	5	2	3	5	5	5	5	4	4	2	5	5	4	5	4	92	8464	
20	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71	5041	
21	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92	8464	
22	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	89	7921	
23	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	4	2	4	2	3	2	5	2	2	4	58	3364	
24	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	74	5476	
25	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	94	8836	
26	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	80	6400	
27	2	2	2	2	4	2	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	64	4096	
28	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	86	7396	
29	2	5	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	51	2601	
30	3	3	3	3	3	4	4	2	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	67	4489	
31	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	2	4	4	4	4	71	5041	
32	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	59	3481	
33	4	4	5	3	4	5	2	4	4	4	4	4	5	5	4	2	5	5	5	4	4	5	91	8281	
34	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	2	2	4	4	4	3	4	73	5329	
35	3	4	3	3	5	3	3	4	4	4	3	5	5	4	5	3	3	3	3	3	4	5	82	6724	
36	4	4	4	4	2	5	5	4	4	4	4	5	2	5	3	5	2	5	4	4	4	4	87	7569	
37	4	4	3	3	5	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	2	5	5	4	5	82	6724	
38	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	94	8836	
39	3	4	3	1	3	4	4	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	2	5	5	5	72	5184	
40	3	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	58	3364	
41	4	2	4	3	2	2	2	3	4	3	2	2	4	2	4	2	3	4	4	4	2	4	66	4356	
42	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	2	2	2	4	3	4	5	78	6084	
43	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	3	3	64	4096	
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	68	4624	
45	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	78	6084	
46	4	2	4	4	3	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	90	8100	
47	3	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	2	3	5	4	4	5	5	4	5	4	93	8649	
48	4	2	3	2	3	2	2	3	3	3	4	2	2	2	3	3	2	2	3	3	4	5	62	3844	
49	4	3	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	70	4900	
50	4	4	4	5	2	3	3	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	4	4	4	75	5625	
51	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	83	6889	
52	3	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	3	2	4	4	4	4	88	7744	
53	4	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	5	5	5	5	77	5929	
54	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	93	8649	
55	4	5	3	2	2	1	1	5	5	5	5	4	2	2	4	1	2	2	4	5	5	5	74	5476	
56	4	4	3	3	5	3	2	5	3	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	88	7744	
57	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	5	4	3	4	3	4	3	3	77	5929	
58	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	4	4	63	3969	
59	4	4	2	2	3	3	2	5	4	4	4	3	4	3	5	2	3	3	5	4	5	5	79	6241	
60	3	4	2	3	3	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	2	2	2	2	4	4	5	76	5776	

61	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	5	4	4	5	4	2	4	4	2	2	5	4	85	7225
62	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	1	3	3	4	5	4	3	74	5476
63	3	3	4	5	5	4	4	5	5	4	2	3	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	93	8649
64	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	3	2	4	3	3	5	64	4096
65	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	87	7569
66	4	4	4	5	5	3	4	2	3	5	3	4	5	3	4	3	4	5	5	5	4	4	88	7744
67	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	2	2	2	2	3	69	4761
68	2	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	3	4	4	4	4	5	3	93	8649
69	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	82	6724
70	5	3	4	5	2	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	80	6400
71	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	78	6084
72	4	2	5	4	5	4	4	2	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	80	6400
73	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84	7056
74	4	2	2	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	79	6241
75	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	77	5929
76	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	5	5	2	4	82	6724
77	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	4	4	2	3	2	2	2	2	3	64	4096
78	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	54	2916
79	5	2	3	3	3	5	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	3	3	3	2	5	5	80	6400
80	4	2	2	4	4	3	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	75	5625
81	4	4	3	2	4	3	3	3	2	3	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	72	5184
82	2	2	2	4	2	3	3	2	2	3	2	3	1	2	2	3	2	3	3	2	2	3	53	2809
83	4	1	5	4	4	5	4	2	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	82	6724
84	4	2	5	4	4	3	5	4	4	3	3	3	4	3	4	5	3	4	4	3	4	3	81	6561
85	4	2	5	4	4	4	3	4	4	5	1	1	5	2	4	5	1	4	2	5	4	4	77	5929
86	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	2	4	3	3	3	1	4	3	3	2	4	72	5184
87	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	4	2	4	2	2	4	2	2	4	2	55	3025
88	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	2	3	3	71	5041
89	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	82	6724
90	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	91	8281
91	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	68	4624
92	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	74	5476
93	4	2	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	80	6400
94	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	90	8100
95	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	3	5	4	4	4	89	7921
96	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	78	6084
97	5	5	5	4	3	4	3	2	3	3	4	5	3	4	3	3	3	3	3	4	1	2	75	5625
98	4	4	3	4	2	3	5	4	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4	4	3	4	4	88	7744
99	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	5	3	2	56	3136
100	4	5	4	5	5	5	3	4	3	4	5	4	4	5	5	5	3	5	4	5	4	4	95	9025
101	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	83	6889
102	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	4	77	5929
103	5	2	5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	79	6241
104	4	5	4	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	89	7921
105	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	5	5	5	5	83	6889
106	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	57	3249
107	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	88	7744
108	5	5	4	2	3	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	85	7225
109	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	65	4225
110	5	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	88	7744
Σ	401	393	399	393	376	383	381	400	390	395	383	390	395	377	419	371	367	392	405	400	404	413	8627	691037

**DATA MENTAH VARIABEL Y (LOYALITAS PELANGGAN)
DAN VARIABEL X₁ (PERSEPSI HARGA)**

No.	VARIABEL X	VARIABEL Y
1	69	68
2	90	91
3	89	89
4	99	94
5	96	90
6	91	98
7	83	83
8	98	104
9	69	69
10	83	90
11	76	79
12	103	98
13	103	99
14	102	103
15	70	85
16	72	77
17	77	95
18	99	106
19	97	94
20	76	75
21	97	91
22	94	90
23	69	75
24	77	94
25	99	94
26	84	100
27	69	90
28	91	106
29	71	78
30	82	87
31	71	90
32	64	87
33	70	92
34	78	73

35	87	84
36	92	87
37	87	82
38	93	94
39	77	72
40	62	68
41	62	69
42	82	81
43	69	87
44	76	68
45	83	98
46	95	90
47	105	108
48	64	82
49	82	89
50	75	75
51	84	103
52	91	90
53	84	87
54	105	107
55	111	114
56	93	88
57	89	95
58	63	82
59	75	77
60	69	79
61	90	88
62	85	94
63	98	106
64	81	84
65	83	103
66	91	106
67	70	89
68	91	108
69	77	98
70	79	81
71	82	81
72	85	100
73	83	87

74	84	79
75	82	81
76	84	103
77	69	87
78	74	74
79	79	99
80	56	75
81	70	90
82	81	66
83	87	82
84	84	100
85	77	93
86	77	87
87	60	79
88	76	87
89	84	100
90	78	93
91	70	87
92	79	74
93	85	81
94	95	92
95	83	89
96	77	98
97	80	75
98	93	92
99	69	75
100	100	95
101	85	102
102	77	92
103	83	87
104	94	100
105	83	101
106	56	75
107	93	94
108	90	91
109	76	81
110	93	93
JUMLAH	9071	9764

Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian

No. Resp	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	69	68	4761	4624	4692
2	90	91	8100	8281	8190
3	89	89	7921	7921	7921
4	99	94	9801	8836	9306
5	96	90	9216	8100	8640
6	91	98	8281	9604	8918
7	83	83	6889	6889	6889
8	98	104	9604	10816	10192
9	69	69	4761	4761	4761
10	83	90	6889	8100	7470
11	76	79	5776	6241	6004
12	103	98	10609	9604	10094
13	103	99	10609	9801	10197
14	102	103	10404	10609	10506
15	70	85	4900	7225	5950
16	72	77	5184	5929	5544
17	77	95	5929	9025	7315
18	99	106	9801	11236	10494
19	97	94	9409	8836	9118
20	76	75	5776	5625	5700
21	97	91	9409	8281	8827
22	94	90	8836	8100	8460
23	69	75	4761	5625	5175
24	77	94	5929	8836	7238
25	99	94	9801	8836	9306
26	84	100	7056	10000	8400
27	69	90	4761	8100	6210
28	91	106	8281	11236	9646
29	71	78	5041	6084	5538
30	82	87	6724	7569	7134
31	71	90	5041	8100	6390
32	64	87	4096	7569	5568
33	70	92	4900	8464	6440

34	78	73	6084	5329	5694
35	87	84	7569	7056	7308
36	92	87	8464	7569	8004
37	87	82	7569	6724	7134
38	93	94	8649	8836	8742
39	77	72	5929	5184	5544
40	62	68	3844	4624	4216
41	62	69	3844	4761	4278
42	82	81	6724	6561	6642
43	69	87	4761	7569	6003
44	76	68	5776	4624	5168
45	83	98	6889	9604	8134
46	95	90	9025	8100	8550
47	105	108	11025	11664	11340
48	64	82	4096	6724	5248
49	82	89	6724	7921	7298
50	75	75	5625	5625	5625
51	84	103	7056	10609	8652
52	91	90	8281	8100	8190
53	84	87	7056	7569	7308
54	105	107	11025	11449	11235
55	111	114	12321	12996	12654
56	93	88	8649	7744	8184
57	89	95	7921	9025	8455
58	63	82	3969	6724	5166
59	75	77	5625	5929	5775
60	69	79	4761	6241	5451
61	90	88	8100	7744	7920
62	85	94	7225	8836	7990
63	98	106	9604	11236	10388
64	81	84	6561	7056	6804
65	83	103	6889	10609	8549
66	91	106	8281	11236	9646
67	70	89	4900	7921	6230
68	91	108	8281	11664	9828
69	77	98	5929	9604	7546
70	79	81	6241	6561	6399

71	82	81	6724	6561	6642
72	85	100	7225	10000	8500
73	83	87	6889	7569	7221
74	84	79	7056	6241	6636
75	82	81	6724	6561	6642
76	84	103	7056	10609	8652
77	69	87	4761	7569	6003
78	74	74	5476	5476	5476
79	79	99	6241	9801	7821
80	56	75	3136	5625	4200
81	70	90	4900	8100	6300
82	81	66	6561	4356	5346
83	87	82	7569	6724	7134
84	84	100	7056	10000	8400
85	77	93	5929	8649	7161
86	77	87	5929	7569	6699
87	60	79	3600	6241	4740
88	76	87	5776	7569	6612
89	84	100	7056	10000	8400
90	78	93	6084	8649	7254
91	70	87	4900	7569	6090
92	79	74	6241	5476	5846
93	85	81	7225	6561	6885
94	95	92	9025	8464	8740
95	83	89	6889	7921	7387
96	77	98	5929	9604	7546
97	80	75	6400	5625	6000
98	93	92	8649	8464	8556
99	69	75	4761	5625	5175
100	100	95	10000	9025	9500
101	85	102	7225	10404	8670
102	77	92	5929	8464	7084
103	83	87	6889	7569	7221
104	94	100	8836	10000	9400
105	83	101	6889	10201	8383
106	56	75	3136	5625	4200
107	93	94	8649	8836	8742

108	90	91	8100	8281	8190
109	76	81	5776	6561	6156
110	93	93	8649	8649	8649
JUMLAH	9071	9764	762373	878984	813790

**PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU
VARIABEL X1 DAN Y**

1. Rata-rata (X)

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} \\ &= \frac{9071}{110} \\ &= 82.46\end{aligned}$$

2. Varians (X)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(X-X)^2}{n-1} \\ &= \frac{14345.35}{109} \\ &= 131.61\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (X)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{131.61} \\ &= 11.47\end{aligned}$$

1. Rata-rata (Y)

$$\begin{aligned}Y &= \frac{\Sigma Y}{n} \\ &= \frac{9764}{110} \\ &= 88.76\end{aligned}$$

2. Varians (Y)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(Y-Y)^2}{n-1} \\ &= \frac{12295.85}{109} \\ &= 112.81\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (Y)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{112.81} \\ &= 10.62\end{aligned}$$

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA,
VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU, VARIABEL X_1 DAN Y**

No.	X	Y	X - X	Y - Y	(X - X) ²	(Y - Y) ²
1	69	68	-13.46	-20.76	181.27	431.13
2	90	91	7.54	2.24	56.80	5.00
3	89	89	6.54	0.24	42.72	0.06
4	99	94	16.54	5.24	273.45	27.42
5	96	90	13.54	1.24	183.23	1.53
6	91	98	8.54	9.24	72.87	85.31
7	83	83	0.54	-5.76	0.29	33.22
8	98	104	15.54	15.24	241.38	232.15
9	69	69	-13.46	-19.76	181.27	390.60
10	83	90	0.54	1.24	0.29	1.53
11	76	79	-6.46	-9.76	41.78	95.33
12	103	98	20.54	9.24	421.74	85.31
13	103	99	20.54	10.24	421.74	104.78
14	102	103	19.54	14.24	381.67	202.67
15	70	85	-12.46	-3.76	155.34	14.16
16	72	77	-10.46	-11.76	109.49	138.38
17	77	95	-5.46	6.24	29.85	38.89
18	99	106	16.54	17.24	273.45	297.09
19	97	94	14.54	5.24	211.31	27.42
20	76	75	-6.46	-13.76	41.78	189.44
21	97	91	14.54	2.24	211.31	5.00
22	94	90	11.54	1.24	133.09	1.53
23	69	75	-13.46	-13.76	181.27	189.44
24	77	94	-5.46	5.24	29.85	27.42
25	99	94	16.54	5.24	273.45	27.42
26	84	100	1.54	11.24	2.36	126.26
27	69	90	-13.46	1.24	181.27	1.53
28	91	106	8.54	17.24	72.87	297.09
29	71	78	-11.46	-10.76	131.41	115.86
30	82	87	-0.46	-1.76	0.21	3.11
31	71	90	-11.46	1.24	131.41	1.53
32	64	87	-18.46	-1.76	340.91	3.11
33	70	92	-12.46	3.24	155.34	10.47
34	78	73	-4.46	-15.76	19.92	248.49
35	87	84	4.54	-4.76	20.58	22.69
36	92	87	9.54	-1.76	90.94	3.11
37	87	82	4.54	-6.76	20.58	45.75
38	93	94	10.54	5.24	111.01	27.42
39	77	72	-5.46	-16.76	29.85	281.02
40	62	68	-20.46	-20.76	418.76	431.13
41	62	69	-20.46	-19.76	418.76	390.60

42	82	81	-0.46	-7.76	0.21	60.27
43	69	87	-13.46	-1.76	181.27	3.11
44	76	68	-6.46	-20.76	41.78	431.13
45	83	98	0.54	9.24	0.29	85.31
46	95	90	12.54	1.24	157.16	1.53
47	105	108	22.54	19.24	507.89	370.04
48	64	82	-18.46	-6.76	340.91	45.75
49	82	89	-0.46	0.24	0.21	0.06
50	75	75	-7.46	-13.76	55.71	189.44
51	84	103	1.54	14.24	2.36	202.67
52	91	90	8.54	1.24	72.87	1.53
53	84	87	1.54	-1.76	2.36	3.11
54	105	107	22.54	18.24	507.89	332.56
55	111	114	28.54	25.24	814.32	636.87
56	93	88	10.54	-0.76	111.01	0.58
57	89	95	6.54	6.24	42.72	38.89
58	63	82	-19.46	-6.76	378.83	45.75
59	75	77	-7.46	-11.76	55.71	138.38
60	69	79	-13.46	-9.76	181.27	95.33
61	90	88	7.54	-0.76	56.80	0.58
62	85	94	2.54	5.24	6.43	27.42
63	98	106	15.54	17.24	241.38	297.09
64	81	84	-1.46	-4.76	2.14	22.69
65	83	103	0.54	14.24	0.29	202.67
66	91	106	8.54	17.24	72.87	297.09
67	70	89	-12.46	0.24	155.34	0.06
68	91	108	8.54	19.24	72.87	370.04
69	77	98	-5.46	9.24	29.85	85.31
70	79	81	-3.46	-7.76	12.00	60.27
71	82	81	-0.46	-7.76	0.21	60.27
72	85	100	2.54	11.24	6.43	126.26
73	83	87	0.54	-1.76	0.29	3.11
74	84	79	1.54	-9.76	2.36	95.33
75	82	81	-0.46	-7.76	0.21	60.27
76	84	103	1.54	14.24	2.36	202.67
77	69	87	-13.46	-1.76	181.27	3.11
78	74	74	-8.46	-14.76	71.63	217.96
79	79	99	-3.46	10.24	12.00	104.78
80	56	75	-26.46	-13.76	700.32	189.44
81	70	90	-12.46	1.24	155.34	1.53
82	81	66	-1.46	-22.76	2.14	518.18
83	87	82	4.54	-6.76	20.58	45.75
84	84	100	1.54	11.24	2.36	126.26
85	77	93	-5.46	4.24	29.85	17.95
86	77	87	-5.46	-1.76	29.85	3.11

87	60	79	-22.46	-9.76	504.61	95.33
88	76	87	-6.46	-1.76	41.78	3.11
89	84	100	1.54	11.24	2.36	126.26
90	78	93	-4.46	4.24	19.92	17.95
91	70	87	-12.46	-1.76	155.34	3.11
92	79	74	-3.46	-14.76	12.00	217.96
93	85	81	2.54	-7.76	6.43	60.27
94	95	92	12.54	3.24	157.16	10.47
95	83	89	0.54	0.24	0.29	0.06
96	77	98	-5.46	9.24	29.85	85.31
97	80	75	-2.46	-13.76	6.07	189.44
98	93	92	10.54	3.24	111.01	10.47
99	69	75	-13.46	-13.76	181.27	189.44
100	100	95	17.54	6.24	307.52	38.89
101	85	102	2.54	13.24	6.43	175.20
102	77	92	-5.46	3.24	29.85	10.47
103	83	87	0.54	-1.76	0.29	3.11
104	94	100	11.54	11.24	133.09	126.26
105	83	101	0.54	12.24	0.29	149.73
106	56	75	-26.46	-13.76	700.32	189.44
107	93	94	10.54	5.24	111.01	27.42
108	90	91	7.54	2.24	56.80	5.00
109	76	81	-6.46	-7.76	41.78	60.27
110	93	93	10.54	4.24	111.01	17.95
Jumlah	9071	9764			14345.35	12295.85

**Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel (Y)
LOYALITAS PELANGGAN**

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 114 - 66 \\ &= 48 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{ Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 110 \\ &= 1 + (3.3) \cdot 2.041393 \\ &= 7.74 \\ &= 7,74 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{48}{8} = 6.00 \text{ (ditetapkan menjadi 6)} \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
66	-	71	65.5	71.5	6	5.5%
72	-	77	71.5	77.5	13	11.8%
78	-	83	77.5	83.5	16	14.5%
84	-	89	83.5	89.5	20	18.2%
90	-	95	89.5	95.5	28	25.5%
96	-	100	95.5	100.5	12	10.9%
101	-	106	100.5	106.5	11	10.0%
107	-	114	106.5	114.5	4	3.6%
Jumlah					110	100%

Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel (X_1) PERSEPSI HARGA

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 111 - 56 \\ &= 55 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

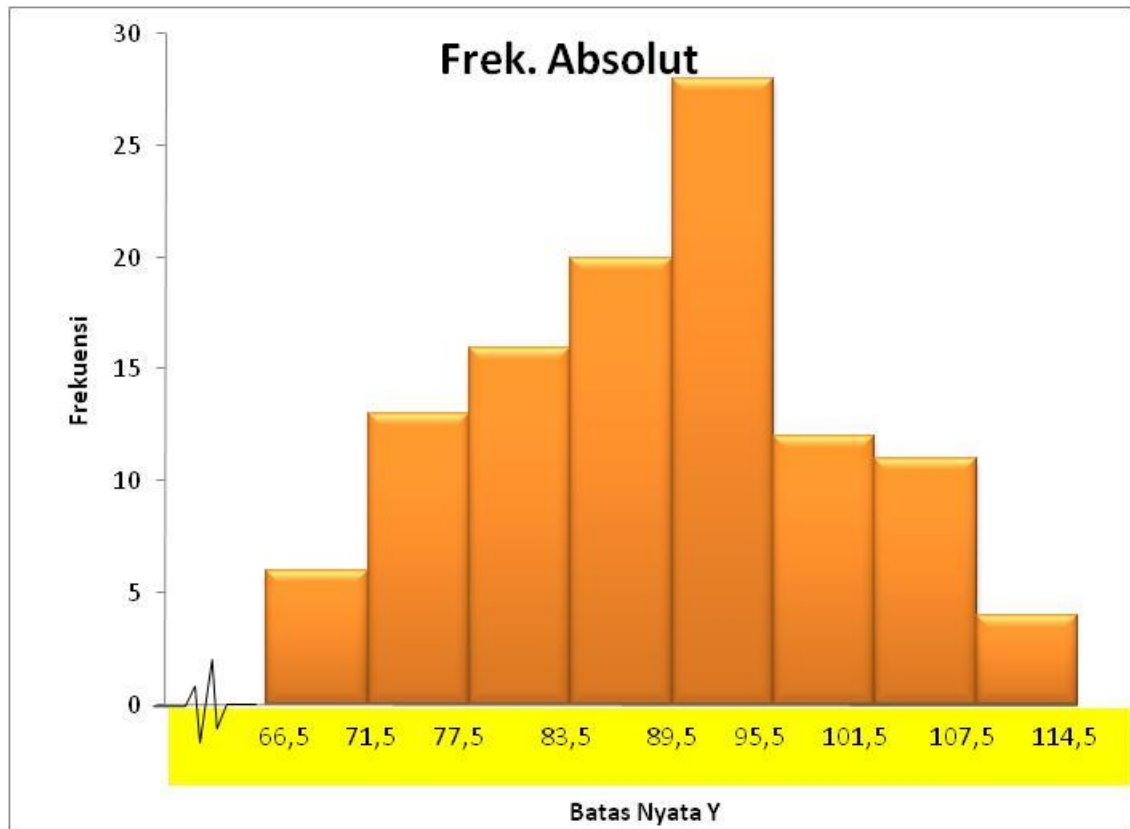
$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{ Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 110 \\ &= 1 + (3.3) \quad 2.041393 \\ &= 7.74 \\ &= 7,74 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

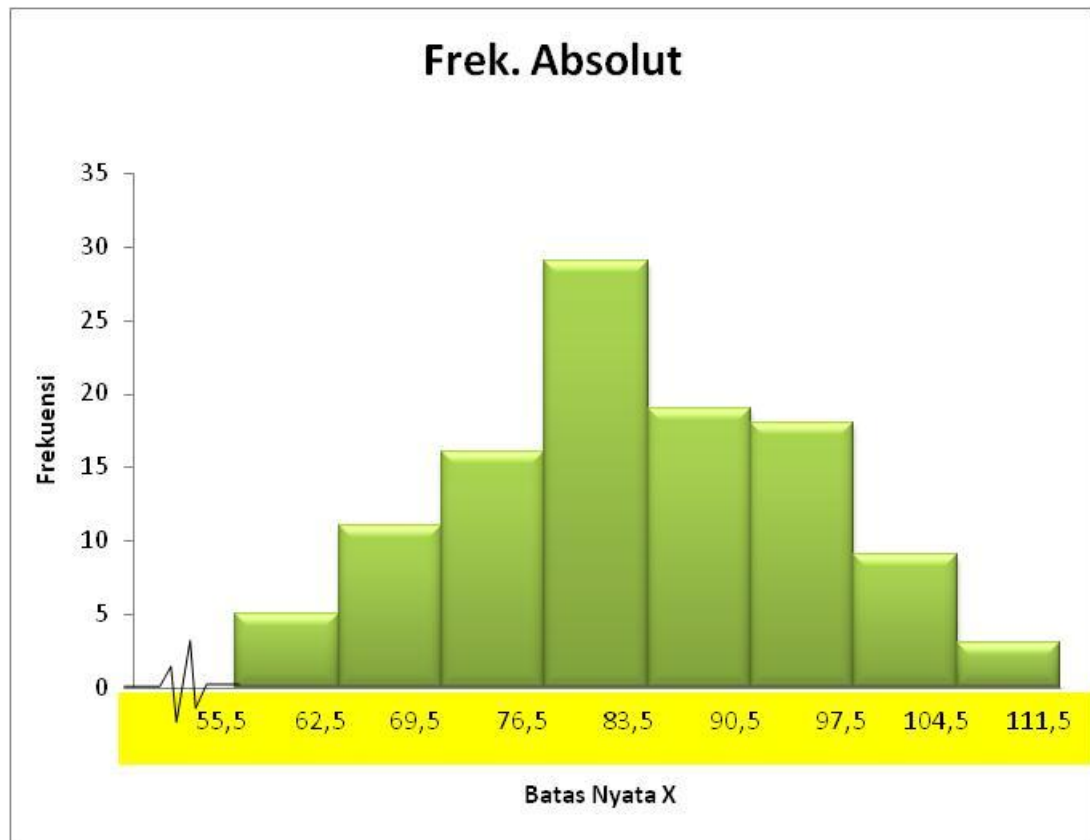
$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{55}{8} = 6.875 \quad \text{(ditetapkan menjadi 7)} \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
56	-	62	55.5	62.5	5	4.5%
63	-	69	62.5	69.5	11	10.0%
70	-	76	69.5	76.5	16	14.5%
77	-	83	76.5	83.5	29	26.4%
84	-	90	83.5	90.5	19	17.3%
91	-	97	90.5	97.5	18	16.4%
98		104	97.5	104.5	9	8.2%
105	-	111	104.5	111.5	3	2.7%
Jumlah					110	100%

GRAFIK HISTOGRAM
VARIABEL Y (Loyalitas Pelanggan)



GRAFIK HISTOGRAM
VARIABEL X_1 (PERSEPSI HARGA)

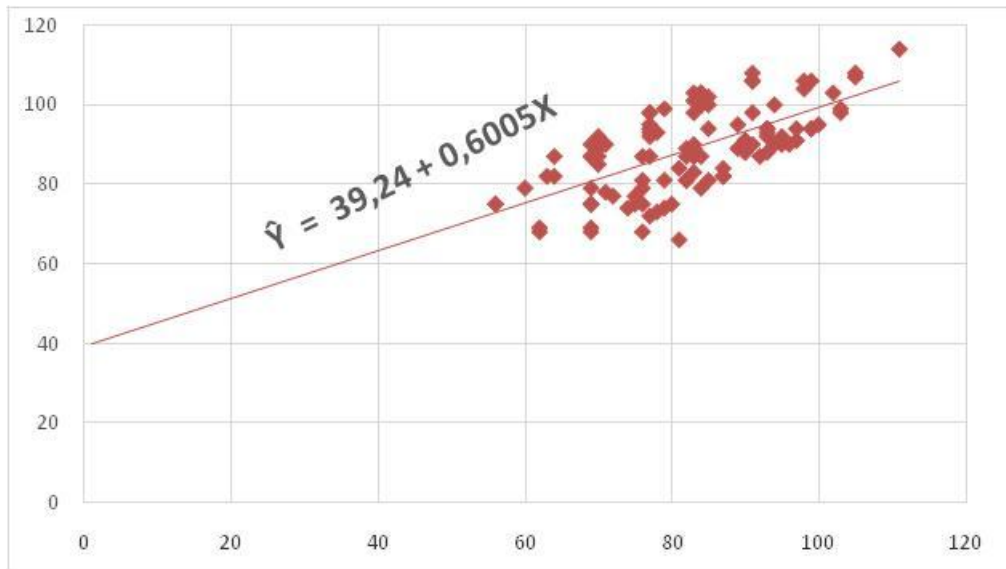


PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI LINEAR SEDERHANA

$$\hat{Y} = a + bX$$

$n = 110$ $\Sigma XY = 813790$ $\Sigma X = 9071$ $\Sigma Y = 9764$ $\Sigma x^2 = \Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n}$ $= 762373 - \frac{82283041}{110}$ $= 14345.35$ $\Sigma y^2 = \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$ $= 878984 - \frac{95335696}{110}$ $= 12295.85$ $b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$ $= \frac{8615.05455}{14345.35}$ $= 0.6005$ $= \mathbf{0.6005}$	$\Sigma X^2 = 762373$ $\Sigma Y^2 = 878984$ $\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{9764}{110} = 88.76$ $\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{9071}{110} = 82.46$ $\Sigma xy = \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n}$ $= 813790 - \frac{88569244}{110}$ $= 8615.05$ $a = \bar{Y} - b\bar{X}$ $= 88.76 - (0.60 \times 82.46)$ $= \mathbf{39.24}$
---	--

Jadi Persamaan Regresi adalah $\hat{Y} = 39,24 + 0,6005X$

GRAFIK PERSAMAAN REGRESI

Tabel Untuk Menghitung $\hat{Y} = a + bX$

n	X	$\hat{Y} = 39,24 + 0,6005X$					Y
1	69	39.24	+	0.60	.	69	80.68
2	90	39.24	+	0.60	.	90	93.29
3	89	39.24	+	0.60	.	89	92.69
4	99	39.24	+	0.60	.	99	98.69
5	96	39.24	+	0.60	.	96	96.89
6	91	39.24	+	0.60	.	91	93.89
7	83	39.24	+	0.60	.	83	89.09
8	98	39.24	+	0.60	.	98	98.09
9	69	39.24	+	0.60	.	69	80.68
10	83	39.24	+	0.60	.	83	89.09
11	76	39.24	+	0.60	.	76	84.88
12	103	39.24	+	0.60	.	103	101.10
13	103	39.24	+	0.60	.	103	101.10
14	102	39.24	+	0.60	.	102	100.50
15	70	39.24	+	0.60	.	70	81.28
16	72	39.24	+	0.60	.	72	82.48
17	77	39.24	+	0.60	.	77	85.48
18	99	39.24	+	0.60	.	99	98.69
19	97	39.24	+	0.60	.	97	97.49
20	76	39.24	+	0.60	.	76	84.88
21	97	39.24	+	0.60	.	97	97.49
22	94	39.24	+	0.60	.	94	95.69
23	69	39.24	+	0.60	.	69	80.68
24	77	39.24	+	0.60	.	77	85.48
25	99	39.24	+	0.60	.	99	98.69
26	84	39.24	+	0.60	.	84	89.69
27	69	39.24	+	0.60	.	69	80.68
28	91	39.24	+	0.60	.	91	93.89
29	71	39.24	+	0.60	.	71	81.88
30	82	39.24	+	0.60	.	82	88.49
31	71	39.24	+	0.60	.	71	81.88
32	64	39.24	+	0.60	.	64	77.68
33	70	39.24	+	0.60	.	70	81.28
34	78	39.24	+	0.60	.	78	86.08
35	87	39.24	+	0.60	.	87	91.49

36	92	39.24	+	0.60	.	92	94.49
37	87	39.24	+	0.60	.	87	91.49
38	93	39.24	+	0.60	.	93	95.09
39	77	39.24	+	0.60	.	77	85.48
40	62	39.24	+	0.60	.	62	76.47
41	62	39.24	+	0.60	.	62	76.47
42	82	39.24	+	0.60	.	82	88.49
43	69	39.24	+	0.60	.	69	80.68
44	76	39.24	+	0.60	.	76	84.88
45	83	39.24	+	0.60	.	83	89.09
46	95	39.24	+	0.60	.	95	96.29
47	105	39.24	+	0.60	.	105	102.30
48	64	39.24	+	0.60	.	64	77.68
49	82	39.24	+	0.60	.	82	88.49
50	75	39.24	+	0.60	.	75	84.28
51	84	39.24	+	0.60	.	84	89.69
52	91	39.24	+	0.60	.	91	93.89
53	84	39.24	+	0.60	.	84	89.69
54	105	39.24	+	0.60	.	105	102.30
55	111	39.24	+	0.60	.	111	105.90
56	93	39.24	+	0.60	.	93	95.09
57	89	39.24	+	0.60	.	89	92.69
58	63	39.24	+	0.60	.	63	77.07
59	75	39.24	+	0.60	.	75	84.28
60	69	39.24	+	0.60	.	69	80.68
61	90	39.24	+	0.60	.	90	93.29
62	85	39.24	+	0.60	.	85	90.29
63	98	39.24	+	0.60	.	98	98.09
64	81	39.24	+	0.60	.	81	87.88
65	83	39.24	+	0.60	.	83	89.09
66	91	39.24	+	0.60	.	91	93.89
67	70	39.24	+	0.60	.	70	81.28
68	91	39.24	+	0.60	.	91	93.89
69	77	39.24	+	0.60	.	77	85.48
70	79	39.24	+	0.60	.	79	86.68
71	82	39.24	+	0.60	.	82	88.49
72	85	39.24	+	0.60	.	85	90.29
73	83	39.24	+	0.60	.	83	89.09
74	84	39.24	+	0.60	.	84	89.69
75	82	39.24	+	0.60	.	82	88.49

76	84	39.24	+	0.60	.	84	89.69
77	69	39.24	+	0.60	.	69	80.68
78	74	39.24	+	0.60	.	74	83.68
79	79	39.24	+	0.60	.	79	86.68
80	56	39.24	+	0.60	.	56	72.87
81	70	39.24	+	0.60	.	70	81.28
82	81	39.24	+	0.60	.	81	87.88
83	87	39.24	+	0.60	.	87	91.49
84	84	39.24	+	0.60	.	84	89.69
85	77	39.24	+	0.60	.	77	85.48
86	77	39.24	+	0.60	.	77	85.48
87	60	39.24	+	0.60	.	60	75.27
88	76	39.24	+	0.60	.	76	84.88
89	84	39.24	+	0.60	.	84	89.69
90	78	39.24	+	0.60	.	78	86.08
91	70	39.24	+	0.60	.	70	81.28
92	79	39.24	+	0.60	.	79	86.68
93	85	39.24	+	0.60	.	85	90.29
94	95	39.24	+	0.60	.	95	96.29
95	83	39.24	+	0.60	.	83	89.09
96	77	39.24	+	0.60	.	77	85.48
97	80	39.24	+	0.60	.	80	87.28
98	93	39.24	+	0.60	.	93	95.09
99	69	39.24	+	0.60	.	69	80.68
100	100	39.24	+	0.60	.	100	99.30
101	85	39.24	+	0.60	.	85	90.29
102	77	39.24	+	0.60	.	77	85.48
103	83	39.24	+	0.60	.	83	89.09
104	94	39.24	+	0.60	.	94	95.69
105	83	39.24	+	0.60	.	83	89.09
106	56	39.24	+	0.60	.	56	72.87
107	93	39.24	+	0.60	.	93	95.09
108	90	39.24	+	0.60	.	90	93.29
109	76	39.24	+	0.60	.	76	84.88
110	93	39.24	+	0.60	.	93	95.09

PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIAN, SIMPANGAN BAKU

REGRESI $\hat{Y} = 39,24 + 0,6005X_1$

$$\begin{aligned}
 1. \text{ Rata-rata} &= \overline{Y - \hat{Y}} = \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})}{n} \\
 &= \frac{0.00}{110} \\
 &= 0.000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2. \text{ Varians} &= S^2 = \frac{\Sigma\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}^2}{n - 1} \\
 &= \frac{6441.09}{109} \\
 &= 59.09
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 3. \text{ Simpangan Baku} &= S = \sqrt{S^2} \\
 &= \sqrt{59.09} \\
 &= 7.69
 \end{aligned}$$

PERHITUNGAN NORMALITAS GALAT TAKSIRAN Y ATAS X_1
REGRESI $\hat{Y} = 39,24 + 0,6005X_1$

No.	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$	Zi	Zt	F(zi)	S(zi)	F(zi) - S(zi)
1	-14.59	-14.59	-1.898	0.4706	0.029	0.0091	0.0203
2	-13.01	-13.01	-1.692	0.4545	0.046	0.0182	0.0273
3	-12.62	-12.62	-1.642	0.4495	0.051	0.0273	0.0232
4	-12.37	-12.37	-1.609	0.4452	0.055	0.0364	0.0184
5	-12.26	-12.26	-1.595	0.4441	0.056	0.0455	0.0104
6	-12.23	-12.23	-1.591	0.4441	0.056	0.0545	0.0014
7	-11.84	-11.84	-1.540	0.4382	0.062	0.0636	0.0018
8	-11.84	-11.84	-1.540	0.4382	0.062	0.0727	0.0109
9	-11.84	-11.84	-1.540	0.4382	0.062	0.0818	0.0200
10	-11.05	-11.05	-1.437	0.4236	0.076	0.0909	0.0145
11	-10.34	-10.34	-1.345	0.4099	0.090	0.1000	0.0099
12	-10.26	-10.26	-1.335	0.4082	0.092	0.1091	0.0173
13	-9.08	-9.08	-1.181	0.3810	0.119	0.1182	0.0008
14	-9.05	-9.05	-1.177	0.3790	0.121	0.1273	0.0063
15	-8.87	-8.87	-1.154	0.3749	0.125	0.1364	0.0113
16	-8.87	-8.87	-1.154	0.3749	0.125	0.1455	0.0204
17	-8.80	-8.80	-1.145	0.3729	0.127	0.1545	0.0274
18	-8.73	-8.73	-1.136	0.3708	0.129	0.1636	0.0344
19	-8.44	-8.44	-1.098	0.3621	0.138	0.1727	0.0348
20	-7.66	-7.66	-0.996	0.3389	0.161	0.1818	0.0207
21	-7.30	-7.30	-0.950	0.3264	0.174	0.1909	0.0173
22	-7.12	-7.12	-0.926	0.3212	0.179	0.2000	0.0212
23	-7.05	-7.05	-0.917	0.3186	0.181	0.2091	0.0277
24	-6.73	-6.73	-0.875	0.3078	0.192	0.2182	0.0260
25	-6.44	-6.44	-0.838	0.2967	0.203	0.2273	0.0240
26	-6.33	-6.33	-0.823	0.2939	0.206	0.2364	0.0303
27	-5.94	-5.94	-0.773	0.2794	0.221	0.2455	0.0249
28	-5.91	-5.91	-0.769	0.2764	0.224	0.2545	0.0309
29	-5.33	-5.33	-0.693	0.2549	0.245	0.2636	0.0185
30	-5.30	-5.30	-0.689	0.2518	0.248	0.2727	0.0245
31	-5.08	-5.08	-0.661	0.2454	0.255	0.2818	0.0272
32	-4.98	-4.98	-0.648	0.2389	0.261	0.2909	0.0298
33	-4.87	-4.87	-0.634	0.2357	0.264	0.3000	0.0357
34	-4.73	-4.73	-0.615	0.2291	0.271	0.3091	0.0382
35	-4.73	-4.73	-0.615	0.2291	0.271	0.3182	0.0473
36	-4.55	-4.55	-0.592	0.2224	0.278	0.3273	0.0497
37	-4.44	-4.44	-0.578	0.2157	0.284	0.3364	0.0521
38	-4.37	-4.37	-0.568	0.2123	0.288	0.3455	0.0578
39	-4.16	-4.16	-0.541	0.2054	0.295	0.3545	0.0599
40	-4.08	-4.08	-0.531	0.2019	0.298	0.3636	0.0655
41	-3.98	-3.98	-0.518	0.1950	0.305	0.3727	0.0677
42	-3.94	-3.94	-0.513	0.1950	0.305	0.3818	0.0768
43	-3.76	-3.76	-0.489	0.1844	0.316	0.3909	0.0753
44	-2.73	-2.73	-0.355	0.1368	0.363	0.4000	0.0368

45	-2.33	-2.33	-0.303	0.1179	0.382	0.4091	0.0270
46	-2.26	-2.26	-0.294	0.1141	0.386	0.4182	0.0323
47	-2.19	-2.19	-0.285	0.1103	0.390	0.4273	0.0376
48	-1.94	-1.94	-0.252	0.0987	0.401	0.4364	0.0351
49	-1.91	-1.91	-0.248	0.0948	0.405	0.4455	0.0403
50	-1.80	-1.80	-0.234	0.0910	0.409	0.4545	0.0455
51	-1.73	-1.73	-0.225	0.0871	0.413	0.4636	0.0507
52	-1.58	-1.58	-0.206	0.0793	0.421	0.4727	0.0520
53	-1.51	-1.51	-0.196	0.0754	0.425	0.4818	0.0572
54	-1.30	-1.30	-0.169	0.0636	0.436	0.4909	0.0545
55	-1.05	-1.05	-0.137	0.0517	0.448	0.5000	0.0517
56	-0.91	-0.91	-0.118	0.0438	0.456	0.5091	0.0529
57	-0.73	-0.73	-0.095	0.0359	0.464	0.5182	0.0541
58	-0.30	-0.30	-0.039	0.0120	0.488	0.5273	0.0393
59	-0.09	-0.09	-0.012	0.0040	0.496	0.5364	0.0404
60	0.24	0.24	0.031	0.0120	0.512	0.5455	0.0335
61	0.34	0.34	0.044	0.0160	0.516	0.5545	0.0385
62	1.99	1.99	0.259	0.0987	0.599	0.5636	0.0351
63	2.45	2.45	0.319	0.1217	0.622	0.5727	0.0490
64	2.59	2.59	0.337	0.1293	0.629	0.5818	0.0475
65	3.06	3.06	0.398	0.1517	0.652	0.5909	0.0608
66	3.84	3.84	0.500	0.1879	0.688	0.6000	0.0815
67	3.95	3.95	0.514	0.1950	0.695	0.6091	0.0789
68	4.31	4.31	0.561	0.2123	0.712	0.6182	0.0801
69	4.41	4.41	0.574	0.2157	0.716	0.6273	0.0784
70	4.42	4.42	0.575	0.2157	0.716	0.6364	0.0793
71	4.67	4.67	0.608	0.2258	0.726	0.6455	0.0803
72	4.95	4.95	0.644	0.2389	0.739	0.6545	0.0744
73	4.99	4.99	0.649	0.2389	0.739	0.6636	0.0753
74	5.02	5.02	0.653	0.2422	0.742	0.6727	0.0695
75	5.20	5.20	0.676	0.2486	0.749	0.6818	0.0668
76	5.20	5.20	0.676	0.2486	0.749	0.6909	0.0577
77	5.59	5.59	0.727	0.2642	0.764	0.7000	0.0642
78	5.59	5.59	0.727	0.2642	0.764	0.7091	0.0551
79	5.74	5.74	0.747	0.2704	0.770	0.7182	0.0522
80	5.81	5.81	0.756	0.2734	0.773	0.7273	0.0461
81	6.59	6.59	0.857	0.3023	0.802	0.7364	0.0659
82	6.77	6.77	0.881	0.3106	0.811	0.7455	0.0651
83	6.84	6.84	0.890	0.3106	0.811	0.7545	0.0561
84	6.84	6.84	0.890	0.3106	0.811	0.7636	0.0470
85	6.92	6.92	0.900	0.3159	0.816	0.7727	0.0432
86	6.95	6.95	0.904	0.3159	0.816	0.7818	0.0341
87	7.52	7.52	0.978	0.3340	0.834	0.7909	0.0431
88	7.67	7.67	0.998	0.3389	0.839	0.8000	0.0389
89	7.67	7.67	0.998	0.3389	0.839	0.8091	0.0298
90	7.77	7.77	1.011	0.3438	0.844	0.8182	0.0256
91	8.16	8.16	1.062	0.3554	0.855	0.8273	0.0281
92	8.24	8.24	1.072	0.3577	0.858	0.8364	0.0213
93	8.92	8.92	1.160	0.3770	0.877	0.8455	0.0315

94	9.13	9.13	1.188	0.3810	0.881	0.8545	0.0265
95	9.24	9.24	1.202	0.3849	0.885	0.8636	0.0213
96	9.31	9.31	1.211	0.3869	0.887	0.8727	0.0142
97	9.34	9.34	1.215	0.3869	0.887	0.8818	0.0051
98	9.34	9.34	1.215	0.3869	0.887	0.8909	0.0040
99	9.52	9.52	1.238	0.3907	0.891	0.9000	0.0093
100	9.84	9.84	1.280	0.3997	0.900	0.9091	0.0094
101	9.88	9.88	1.285	0.3997	0.900	0.9182	0.0185
102	10.13	10.13	1.318	0.4049	0.905	0.9273	0.0224
103	10.13	10.13	1.318	0.4049	0.905	0.9364	0.0315
104	10.24	10.24	1.332	0.4082	0.908	0.9455	0.0373
105	10.31	10.31	1.341	0.4099	0.910	0.9545	0.0446
106	10.92	10.92	1.421	0.4222	0.922	0.9636	0.0414
107	11.27	11.27	1.466	0.4279	0.928	0.9727	0.0448
108	11.31	11.31	1.471	0.4292	0.929	0.9818	0.0526
109	12.49	12.49	1.625	0.4474	0.947	0.9909	0.0435
110	15.63	15.63	2.033	0.4788	0.979	1.0000	0.0212

Dari perhitungan, didapat nilai L_{hitung} terbesar = 0.0815 L_{tabel} untuk $n = 110$ dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,0844. $L_{hitung} < L_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan data berdistribusi Normal.

LANGKAH PERHITUNGAN UJI NORMALITAS GALAT TAKSIRAN

REGRESI $\hat{Y} = 39,24 + 0,6005X_1$

Disertai contoh perhitungan untuk no. 1 (pada tabel normalitas)

1. Kolom $Y - \hat{Y}$

Data diurutkan dari data yang terkecil sampai yang terbesar

2. Kolom $(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$

Mengikuti kolom $Y - \hat{Y}$

3. Kolom Z_i untuk $i = 1$

$$Z_i = \frac{\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}_1}{S} = \frac{-14.59}{7.69} = -1.898$$

4. Kolom Z_t

Nilai Z_t dikonsultasikan pada daftar F, misalnya :

Cari -1.90 diperoleh $Z_t = 0.4706$

Untuk $Z_i = -1.898$, maka $F(z_i) = 0.5 - 0.4706 = 0.0294$

5. Kolom $F(z_i)$

Jika Z_i negatif, maka $F(z_i) = 0,5 - Z_t$

Jika Z_i positif, maka $F(z_i) = 0,5 + Z_t$

6. Kolom $S(z_i) = \frac{\text{Nomor Responden}}{\text{Jumlah Responden}}$

$$\text{Kolom } S(z_i) = \frac{1}{110} = 0.0091$$

7. Kolom $|F(z_i) - S(z_i)|$

Nilai mutlak antara $F(z_i) - S(z_i)$

$$= |0.0294 - 0.0091| = 0.0203$$

Merupakan harga mutlak dan selisih $F(Z_i)$ dan $S(Z_i)$

PERHITUNGAN JK (G)

No.	K	n	X	Y	Y ²	XY	ΣY ²	(ΣY)	(ΣY) ²	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
1	I	2	56	78	6084	4368	10440	144	20736	10,368.00	72.00
2			56	66	4356	3696					
3	II	1	60	74	5476	4440					
4	III	2	62	79	6241	4898	11866	154	23716	11,858.00	8.00
5			62	75	5625	4650					
6	IV	1	63	75	5625	4725					
7	V	2	64	75	5625	4800	10249	143	20449	10,224.50	24.50
8			64	68	4624	4352					
9	VI	1	68	87	7569	5916					
10	VII	7	69	82	6724	5658	45558	562	315844	45,120.57	437.43
11			69	82	6724	5658					
12			69	68	4624	4692					
13			69	69	4761	4761					
14			69	90	8100	6210					
15			69	87	7569	6003					
16			69	84	7056	5796					
17	VIII	4	70	87	7569	6090	26460	324	104976	26,244.00	216.00
18			70	81	6561	5670					
19			70	69	4761	4830					
20			70	87	7569	6090					
21	IX	2	71	68	4624	4828	12193	155	24025	12,012.50	180.50
22			71	87	7569	6177					
23	X	1	72	89	7921	6408					
24	XI	1	74	89	7921	6586					
25	XII	2	75	89	7921	6675	16021	179	32041	16,020.50	0.50
26			75	90	8100	6750					
27	XIII	5	76	75	5625	5700	34578	414	171396	34,279.20	298.80
28			76	90	8100	6840					
29			76	87	7569	6612					
30			76	72	5184	5472					
31			76	90	8100	6840					
32	XIV	8	77	87	7569	6699	56321	667	444889	55,611.13	709.88
33			77	73	5329	5621					
34			77	94	8836	7238					
35			77	94	8836	7238					
36			77	74	5476	5698					
37			77	95	9025	7315					
38			77	75	5625	5775					
39			77	75	5625	5775					
40	XV	2	78	75	5625	5850	11866	154	23716	11,858.00	8.00
41			78	79	6241	6162					
42	XVI	3	79	77	5929	6083	22523	259	67081	22,360.33	162.67
43			79	87	7569	6873					
44			79	95	9025	7505					
45	XVII	1	80	81	6561	6480					
46	XVIII	2	81	93	8649	7533	17113	185	34225	17,112.50	0.50
47			81	92	8464	7452					
48	XIX	4	82	83	6889	6806	29295	341	116281	29,070.25	224.75
49			82	79	6241	6478					
50			82	81	6561	6642					
51			82	98	9604	8036					
52	XX	9	83	81	6561	6723	72266	802	643204	71,467.11	798.89
53			83	98	9604	8134					
54			83	77	5929	6391					

55			83	79	6241	6557					
56			83	87	7569	7221					
57			83	100	10000	8300					
58			83	81	6561	6723					
59			83	100	10000	8300					
60			83	99	9801	8217					
61	XXI	7	84	81	6561	6804	57278	630	396900	56,700.00	578.00
62			84	100	10000	8400					
63			84	84	7056	7056					
64			84	82	6724	6888					
65			84	98	9604	8232					
66			84	103	10609	8652					
67			84	82	6724	6888					
68	XXII	4	85	100	10000	8500	41214	406	164836	41,209.00	5.00
69			85	103	10609	8755					
70			85	102	10404	8670					
71			85	101	10201	8585					
72	XXIII	3	87	85	7225	7395	23075	263	69169	23,056.33	18.67
73			87	87	7569	7569					
74			87	91	8281	7917					
75	XXIV	2	89	88	7744	7832	16025	179	32041	16,020.50	4.50
76			89	91	8281	8099					
77	XXV	3	90	103	10609	9270	29414	296	87616	29,205.33	208.67
78			90	106	11236	9540					
79			90	87	7569	7830					
80	XXVI	5	91	103	10609	9373	46153	479	229441	45,888.20	264.80
81			91	90	8100	8190					
82			91	88	7744	8008					
83			91	106	11236	9646					
84			91	92	8464	8372					
85	XXVII	1	92	94	8836	8648					
86	XXVIII	5	93	93	8649	8649	43319	465	216225	43,245.00	74.00
87			93	90	8100	8370					
88			93	93	8649	8649					
89			93	89	7921	8277					
90			93	100	10000	9300					
91	XXIX	2	94	90	8100	8460	16200	180	32400	16,200.00	0.00
92			94	90	8100	8460					
93	XXX	3	95	92	8464	8740	25764	278	77284	25,761.33	2.67
94			95	92	8464	8740					
95			95	94	8836	8930					
96	XXXI	1	96	91	8281	8736					
97	XXXII	2	97	104	10816	10088	22480	212	44944	22,472.00	8.00
98			97	108	11664	10476					
99	XXXIII	2	98	107	11449	10486	22685	213	45369	22,684.50	0.50
100			98	106	11236	10388					
101	XXXIV	3	99	108	11664	10692	29336	296	87616	29,205.33	130.67
102			99	94	8836	9306					
103			99	94	8836	9306					
104	XXXV	1	100	94	8836	9400					
105	XXXVI	1	102	114	12996	11628					
106	XXXVII	2	103	95	9025	9785	18629	193	37249	18,624.50	4.50
107			103	98	9604	10094					
108	XXXVIII	2	105	98	9604	10290	19405	197	38809	19,404.50	0.50
109			105	99	9801	10395					
110	XXXIX	1	111	106	11236	11766					
Σ	39	110	99	9764	878984	816546					4,442.88

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Total JK (T)

$$\begin{aligned} JK(T) &= \Sigma Y^2 \\ &= 878984 \end{aligned}$$

2. Mencari jumlah kuadrat regresi a JK (a)

$$\begin{aligned} JK(a) &= \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= \frac{9764^2}{110} \\ &= 866688.15 \end{aligned}$$

3. Mencari jumlah kuadrat regresi b JK (b/a)

$$\begin{aligned} JK(b/a) &= b \cdot \Sigma xy \\ &= 0.601 \times 8615.05455 \\ &= 5173.74 \end{aligned}$$

4. Mencari jumlah kuadrat residu JK (S)

$$\begin{aligned} JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b/a) \\ &= 878984 - 866688.15 - 5173.74 \\ &= 7122.11 \end{aligned}$$

5. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} dk_{(T)} &= n = 110 \\ dk_{(a)} &= 1 \\ dk_{(b/a)} &= 1 \\ dk_{(res)} &= n - 2 = 108 \end{aligned}$$

6. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat

$$\begin{aligned} RJK_{(b/a)} &= \frac{JK_{(b/a)}}{dk_{(b/a)}} = \frac{5173.74}{1} = 5173.74 \\ RJK_{(res)} &= \frac{JK_{(res)}}{dk_{(res)}} = \frac{7122.11}{108} = 65.95 \end{aligned}$$

7. Kriteria Pengujian

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi tidak berarti

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi berarti

8. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(b/a)}}{RJK_{(res)}} = \frac{5173.74}{65.95} = 78.45$$

9. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 78.45$

Berdasarkan taraf signifikan 0.05, pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut $n-2 = 110-2 = 108$ dihasilkan F_{tabel} sebesar 3,91

sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah **signifikan**

PERHITUNGAN UJI KELINIERAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Error JK (G)

$$JK(G) = \sum \left\{ \sum Y_k^2 - \frac{\sum Y_k^2}{n_k} \right\}$$

$$= 4442.88 \text{ (Lihat tabel Perhitungan JK } G_{(\text{galat})})$$

2. Mencari Jumlah Kuadrat Tuna cocok JK (TC)

$$JK(TC) = JK(S) - JK(G)$$

$$= 7122.11 - 4442.88$$

$$= 2679.24$$

3. Mencari Derajat Kebebasan

$$k = 39$$

$$dk_{(TC)} = k - 2 = 37$$

$$dk_{(G)} = n - k = 71$$

4. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$RJK_{(TC)} = \frac{2679.24}{37} = 72.41$$

$$RJK_{(G)} = \frac{4442.88}{71} = 62.58$$

5. Kriteria Pengujian

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi tidak linier

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi linier

6. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(TC)}}{RJK_{(G)}} = \frac{72.41}{62.58} = 1.16$$

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 1.16$

Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan

Menggunakan dk pembilang 35 dan dk penyebut 73 dihasilkan F_{tabel} sebesar = 1,56

sehingga $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan

regresi adalah **linier**

TABEL ANAVA UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN UJI KELINIERAN REGRESI

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	n	ΣY^2			
Regresi (a)	1	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$			
Regresi (b/a)	1	b . Σxy	$\frac{b \cdot \Sigma xy}{1}$	$\frac{RJK(b/a)^*}{RJK(res)}$	Fo > Ft Maka regresi Berarti
Residu	n - 2	Jk (S)	$\frac{JK(S)}{n-2}$		
Tuna Cocok	k - 2	JK (TC)	$\frac{JK (TC)}{k-2}$	$\frac{RJK(TC)^{ns}}{RJK(G)}$	Fo < Ft Maka Regresi Linier
Galat Kekeliruan	n - k	JK (G)	$\frac{JK (G)}{n - k}$		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti karena $F_{hitung} > F_{tabel}$

ns) Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} < F_{tabel}$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	110	878984			
Regresi (a)	1	866688.15			
Regresi (b/a)	1	5173.74	5173.74	78.45 *)	3.91
Residu	108	7122.11	65.95		
Tuna Cocok	37	2679.24	72.41	1.16 ns)	1.56
Galat Kekeliruan	71	4442.88	62.58		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti karena $F_{hitung} (78,45) > F_{tabel} (3,91)$

ns) Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} (1,16) < F_{tabel} (1,56)$

**PERHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI
PRODUCT MOMENT**

Mencari Koefisien Korelasi dengan Rumus *Product Moment*

Diketahui :

$$\Sigma x^2 = 14345.35$$

$$\Sigma y^2 = 12295.85$$

$$\Sigma xy = 8615.05$$

$$r_{XY} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2) \cdot (\Sigma y^2)}}$$

$$r_{XY} = \frac{8615.05}{\sqrt{14345.35 \cdot 12295.9}}$$

$$r_{XY} = \frac{8615.05}{13281.1292}$$

$$r_{XY} = 0.6487$$

Kesimpulan :

Pada perhitungan product moment di atas diperoleh $r_{hitung}(r_{xy}) = 0.6487$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang **positif** antara variabel X terhadap variabel Y.

PERHITUNGAN KOEFISIEN DETERMINASI

Untuk mencari seberapa besar variasi variabel Y yang ditentukan oleh variabel X, maka digunakan Koefisien Determinasi dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{XY}^2 \\ &= 0.6487^2 \\ &= 0.42077 \\ &= 42.08\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa loyalitas pelanggan ditentukan oleh persepsi harga sebesar 42,08 %.

**PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN
KOEFSISIEN KORELASI (Uji-t)**

Koefisien Korelasi *Product Moment* (Uji-t)

$$\begin{aligned}
 t_h &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0.649\sqrt{108}}{\sqrt{1-0.421}} \\
 &= \frac{0.649 \times 10.3923}{\sqrt{0.579}} \\
 &= \frac{6.741}{0.7611} \\
 &= 8.857
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk $(n-2) = (110-2) = 108$ sebesar 1,66

Kriteria pengujian :

H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.

H_0 diterima jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$.

Dari hasil pengujian :

$t_{\text{hitung}} [8.857] > t_{\text{tabel}} (1,66)$, maka terdapat hubungan yang **signifikan** antara variabel X_1 dengan variabel Y

SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL Y
Loyalitas Pelanggan

SKOR INDIKATOR = $\frac{\text{Jumlah skor butir tiap soal indikator}}{\text{Banyaknya soal indikator}}$

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
<i>Repeat</i>	Keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang	3 Soal	$\frac{450+421+388}{3}$ 419.7	16.52%
	Kesediaan pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap McDonald Arion Mall	8 Soal	$\frac{440+434+417+420+438+427+433+413}{8}$ 427.8	16.84%
<i>Retention</i>	Tidak terpengaruh dengan promosi perusahaan lainnya	2 Soal	$\frac{438+424}{2}$ 431.0	16.97%
	Kesediaan pelanggan menjadikan pilihan utama	3 soal	$\frac{421+414+421}{3}$ 418.7	16%
<i>Referral</i>	Bersedia merekomendasikan kepada orang lain	5 Soal	$\frac{428+430+420+420+435}{5}$ 426.6	17%
	bersedia memberikan saran dan kritik untuk kemajuan perusahaan	2 Soal	$\frac{385+447}{2}$ 416	16%
Total Skor			2539.7	100%

Dari hasil perhitungan, ke-tiga dimensi tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang. indikator bersedia merekomendasikan kepada orang lain dalam dimensi *referral* memiliki pengaruh yang cukup besar dalam loyalitas pelanggan

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL XI
PERSEPSI HARGA**

SKOR SUB INDIKATOR = $\frac{\text{Jumlah skor butir tiap soal sub indikator}}{\text{Banyaknya soal sub indikator}}$

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Tingkat Harga	Harga sesuai dengan pemasaran	5 soal	$\frac{409+395+403+390+379}{5}$ 395.2	20.06%
	harga sesuai dengan mutu produknya	6 soal	$\frac{396+384+400+402+417+384}{6}$ 397.2	20.16%
Cara pembayaran	Pemilihan cara pembayaran tunai atau kredit	3 soal	$\frac{401+390+382}{3}$ 391.0	19.85%
	Praktik dalam pembayaran transfer antar bank	2 soal	$\frac{404+384}{2}$ 394.0	20.00%
Potongan Harga	Pemberian potongan harga pada konsumen	7 soal	$\frac{380+381+407+385+392+394+411}{7}$ 392.9	19.94%
Total Skor			1970.22	100%

Dari hasil perhitungan, ke-tiga dimensi tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang. indikator harga sesuai dengan mutu produknya dalam dimensi tingkat harga memiliki pengaruh yang cukup besar dalam proses terjadinya loyalitas pelanggan

**DATA MENTAH VARIABEL Y (LOYALITAS PELANGGAN) DAN
VARIABEL X (KUALITAS PELAYANAN)**

No.	VARIABEL X ₂	VARIABEL Y
1	64	68
2	85	91
3	69	89
4	94	94
5	90	90
6	97	98
7	78	83
8	93	104
9	64	69
10	71	90
11	78	79
12	98	98
13	98	99
14	86	103
15	84	85
16	77	77
17	75	95
18	106	106
19	92	94
20	71	75
21	92	93
22	89	90
23	58	75
24	74	94
25	94	94
26	80	100
27	64	90
28	86	106
29	51	78
30	67	87
31	71	90
32	59	87
33	91	92
34	73	73
35	82	86

36	87	87
37	82	82
38	94	94
39	72	72
40	58	68
41	66	69
42	78	81
43	64	87
44	68	68
45	78	98
46	90	90
47	93	108
48	62	82
49	70	89
50	75	75
51	83	103
52	88	90
53	77	87
54	93	107
55	94	114
56	88	88
57	77	95
58	63	82
59	79	77
60	76	79
61	85	87
62	74	93
63	93	106
64	64	84
65	87	103
66	88	106
67	69	89
68	93	108
69	82	98
70	80	81
71	78	81
72	80	100
73	84	87

74	79	79
75	77	81
76	82	102
77	64	87
78	54	74
79	80	99
80	75	75
81	72	90
82	53	81
83	82	87
84	81	100
85	77	93
86	72	87
87	55	79
88	71	87
89	82	100
90	89	93
91	68	87
92	74	74
93	80	81
94	90	92
95	89	89
96	78	98
97	75	75
98	88	92
99	56	75
100	95	95
101	83	102
102	77	92
103	79	87
104	89	100
105	83	101
106	57	75
107	88	94
108	85	91
109	65	81
110	88	93
JUMLAH	8645	9785

Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian

No. Resp	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	64	68	4096	4624	4352
2	85	91	7225	8281	7735
3	69	89	4761	7921	6141
4	94	94	8836	8836	8836
5	90	90	8100	8100	8100
6	97	98	9409	9604	9506
7	78	83	6084	6889	6474
8	93	104	8649	10816	9672
9	64	69	4096	4761	4416
10	71	90	5041	8100	6390
11	78	79	6084	6241	6162
12	98	98	9604	9604	9604
13	98	99	9604	9801	9702
14	86	103	7396	10609	8858
15	84	85	7056	7225	7140
16	77	77	5929	5929	5929
17	75	95	5625	9025	7125
18	106	106	11236	11236	11236
19	92	94	8464	8836	8648
20	71	75	5041	5625	5325
21	92	91	8464	8281	8372
22	89	90	7921	8100	8010
23	58	75	3364	5625	4350
24	74	94	5476	8836	6956
25	94	94	8836	8836	8836
26	80	100	6400	10000	8000
27	64	90	4096	8100	5760
28	86	106	7396	11236	9116
29	51	78	2601	6084	3978
30	67	87	4489	7569	5829
31	71	90	5041	8100	6390
32	59	87	3481	7569	5133

33	91	92	8281	8464	8372
34	73	73	5329	5329	5329
35	82	84	6724	7056	6888
36	87	87	7569	7569	7569
37	82	82	6724	6724	6724
38	94	94	8836	8836	8836
39	72	72	5184	5184	5184
40	58	68	3364	4624	3944
41	66	69	4356	4761	4554
42	78	81	6084	6561	6318
43	64	87	4096	7569	5568
44	68	68	4624	4624	4624
45	78	98	6084	9604	7644
46	90	90	8100	8100	8100
47	93	108	8649	11664	10044
48	62	82	3844	6724	5084
49	70	89	4900	7921	6230
50	75	75	5625	5625	5625
51	83	103	6889	10609	8549
52	88	90	7744	8100	7920
53	77	87	5929	7569	6699
54	93	107	8649	11449	9951
55	74	114	5476	12996	8436
56	88	88	7744	7744	7744
57	77	95	5929	9025	7315
58	63	82	3969	6724	5166
59	79	77	6241	5929	6083
60	76	79	5776	6241	6004
61	85	88	7225	7744	7480
62	74	94	5476	8836	6956
63	93	106	8649	11236	9858
64	64	84	4096	7056	5376
65	87	103	7569	10609	8961
66	88	106	7744	11236	9328
67	69	89	4761	7921	6141
68	93	108	8649	11664	10044
69	82	98	6724	9604	8036

70	80	81	6400	6561	6480
71	78	81	6084	6561	6318
72	80	100	6400	10000	8000
73	84	87	7056	7569	7308
74	79	79	6241	6241	6241
75	77	81	5929	6561	6237
76	82	103	6724	10609	8446
77	64	87	4096	7569	5568
78	54	74	2916	5476	3996
79	80	99	6400	9801	7920
80	75	75	5625	5625	5625
81	72	90	5184	8100	6480
82	53	66	2809	4356	3498
83	82	82	6724	6724	6724
84	81	100	6561	10000	8100
85	77	93	5929	8649	7161
86	72	87	5184	7569	6264
87	55	79	3025	6241	4345
88	71	87	5041	7569	6177
89	82	100	6724	10000	8200
90	91	93	8281	8649	8463
91	68	87	4624	7569	5916
92	74	74	5476	5476	5476
93	80	81	6400	6561	6480
94	90	92	8100	8464	8280
95	89	89	7921	7921	7921
96	78	98	6084	9604	7644
97	75	75	5625	5625	5625
98	88	92	7744	8464	8096
99	56	75	3136	5625	4200
100	95	95	9025	9025	9025
101	83	102	6889	10404	8466
102	77	92	5929	8464	7084
103	79	87	6241	7569	6873
104	89	100	7921	10000	8900
105	83	101	6889	10201	8383
106	57	75	3249	5625	4275

107	88	94	7744	8836	8272
108	85	91	7225	8281	7735
109	65	81	4225	6561	5265
110	88	93	7744	8649	8184
JUMLAH	8627	9764	691037	878984	774416

**PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN
SIMPANGAN BAKU VARIABEL X₂ DAN Y**

1. Rata-rata (X)

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} \\ &= \frac{8627}{110} \\ &= 78.43\end{aligned}$$

2. Varians (X)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(X-X)^2}{n-1} \\ &= \frac{14444.92}{109} \\ &= 132.52\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (X)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{132.52} \\ &= 11.51\end{aligned}$$

1. Rata-rata (Y)

$$\begin{aligned}Y &= \frac{\Sigma Y}{n} \\ &= \frac{9764}{110} \\ &= 88.76\end{aligned}$$

2. Varians (Y)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(Y-Y)^2}{n-1} \\ &= \frac{12295.85}{109} \\ &= 112.81\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (Y)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{112.81} \\ &= 10.62\end{aligned}$$

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA,
VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU, VARIABEL X₂ DAN Y**

No.	X	Y	$X - \bar{X}$	$Y - \bar{Y}$	$(X - \bar{X})^2$	$(Y - \bar{Y})^2$
1	64	68	-14.43	-20.76	208.15	431.13
2	85	91	6.57	2.24	43.20	5.00
3	69	89	-9.43	0.24	88.87	0.06
4	94	94	15.57	5.24	242.51	27.42
5	90	90	11.57	1.24	133.93	1.53
6	97	98	18.57	9.24	344.95	85.31
7	78	83	-0.43	-5.76	0.18	33.22
8	93	104	14.57	15.24	212.36	232.15
9	64	69	-14.43	-19.76	208.15	390.60
10	71	90	-7.43	1.24	55.16	1.53
11	78	79	-0.43	-9.76	0.18	95.33
12	98	98	19.57	9.24	383.09	85.31
13	98	99	19.57	10.24	383.09	104.78
14	86	103	7.57	14.24	57.35	202.67
15	84	85	5.57	-3.76	31.06	14.16
16	77	77	-1.43	-11.76	2.04	138.38
17	75	95	-3.43	6.24	11.75	38.89
18	106	106	27.57	17.24	760.26	297.09
19	92	94	13.57	5.24	184.22	27.42
20	71	75	-7.43	-13.76	55.16	189.44
21	92	91	13.57	2.24	184.22	5.00
22	89	90	10.57	1.24	111.78	1.53
23	58	75	-20.43	-13.76	417.27	189.44
24	74	94	-4.43	5.24	19.60	27.42
25	94	94	15.57	5.24	242.51	27.42
26	80	100	1.57	11.24	2.47	126.26
27	64	90	-14.43	1.24	208.15	1.53
28	86	106	7.57	17.24	57.35	297.09
29	51	78	-27.43	-10.76	752.26	115.86
30	67	87	-11.43	-1.76	130.58	3.11
31	71	90	-7.43	1.24	55.16	1.53
32	59	87	-19.43	-1.76	377.42	3.11
33	91	92	12.57	3.24	158.07	10.47
34	73	73	-5.43	-15.76	29.46	248.49
35	82	84	3.57	-4.76	12.76	22.69
36	87	87	8.57	-1.76	73.49	3.11
37	82	82	3.57	-6.76	12.76	45.75
38	94	94	15.57	5.24	242.51	27.42
39	72	72	-6.43	-16.76	41.31	281.02
40	58	68	-20.43	-20.76	417.27	431.13

41	66	69	-12.43	-19.76	154.44	390.60
42	78	81	-0.43	-7.76	0.18	60.27
43	64	87	-14.43	-1.76	208.15	3.11
44	68	68	-10.43	-20.76	108.73	431.13
45	78	98	-0.43	9.24	0.18	85.31
46	90	90	11.57	1.24	133.93	1.53
47	93	108	14.57	19.24	212.36	370.04
48	62	82	-16.43	-6.76	269.86	45.75
49	70	89	-8.43	0.24	71.02	0.06
50	75	75	-3.43	-13.76	11.75	189.44
51	83	103	4.57	14.24	20.91	202.67
52	88	90	9.57	1.24	91.64	1.53
53	77	87	-1.43	-1.76	2.04	3.11
54	93	107	14.57	18.24	212.36	332.56
55	74	114	-4.43	25.24	19.60	636.87
56	88	88	9.57	-0.76	91.64	0.58
57	77	95	-1.43	6.24	2.04	38.89
58	63	82	-15.43	-6.76	238.00	45.75
59	79	77	0.57	-11.76	0.33	138.38
60	76	79	-2.43	-9.76	5.89	95.33
61	85	88	6.57	-0.76	43.20	0.58
62	74	94	-4.43	5.24	19.60	27.42
63	93	106	14.57	17.24	212.36	297.09
64	64	84	-14.43	-4.76	208.15	22.69
65	87	103	8.57	14.24	73.49	202.67
66	88	106	9.57	17.24	91.64	297.09
67	69	89	-9.43	0.24	88.87	0.06
68	93	108	14.57	19.24	212.36	370.04
69	82	98	3.57	9.24	12.76	85.31
70	80	81	1.57	-7.76	2.47	60.27
71	78	81	-0.43	-7.76	0.18	60.27
72	80	100	1.57	11.24	2.47	126.26
73	84	87	5.57	-1.76	31.06	3.11
74	79	79	0.57	-9.76	0.33	95.33
75	77	81	-1.43	-7.76	2.04	60.27
76	82	103	3.57	14.24	12.76	202.67
77	64	87	-14.43	-1.76	208.15	3.11
78	54	74	-24.43	-14.76	596.69	217.96
79	80	99	1.57	10.24	2.47	104.78
80	75	75	-3.43	-13.76	11.75	189.44
81	72	90	-6.43	1.24	41.31	1.53
82	53	66	-25.43	-22.76	646.55	518.18
83	82	82	3.57	-6.76	12.76	45.75
84	81	100	2.57	11.24	6.62	126.26

85	77	93	-1.43	4.24	2.04	17.95
86	72	87	-6.43	-1.76	41.31	3.11
87	55	79	-23.43	-9.76	548.84	95.33
88	71	87	-7.43	-1.76	55.16	3.11
89	82	100	3.57	11.24	12.76	126.26
90	91	93	12.57	4.24	158.07	17.95
91	68	87	-10.43	-1.76	108.73	3.11
92	74	74	-4.43	-14.76	19.60	217.96
93	80	81	1.57	-7.76	2.47	60.27
94	90	92	11.57	3.24	133.93	10.47
95	89	89	10.57	0.24	111.78	0.06
96	78	98	-0.43	9.24	0.18	85.31
97	75	75	-3.43	-13.76	11.75	189.44
98	88	92	9.57	3.24	91.64	10.47
99	56	75	-22.43	-13.76	502.98	189.44
100	95	95	16.57	6.24	274.66	38.89
101	83	102	4.57	13.24	20.91	175.20
102	77	92	-1.43	3.24	2.04	10.47
103	79	87	0.57	-1.76	0.33	3.11
104	89	100	10.57	11.24	111.78	126.26
105	83	101	4.57	12.24	20.91	149.73
106	57	75	-21.43	-13.76	459.13	189.44
107	88	94	9.57	5.24	91.64	27.42
108	85	91	6.57	2.24	43.20	5.00
109	65	81	-13.43	-7.76	180.29	60.27
110	88	93	9.57	4.24	91.64	17.95
Jumlah	8627	9764			14444.92	12295.85

**Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram
LOYALITAS PELANGGAN**

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 114 - 66 \\ &= 48 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 110 \\ &= 1 + (3.3) \cdot 2.041393 \\ &= 7.74 \\ &= 7,74 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{48}{8} = 6.00 \text{ (ditetapkan menjadi 6)} \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
66	-	71	65.5	71.5	6	5.5%
72	-	77	71.5	77.5	13	11.8%
78	-	83	77.5	83.5	16	14.5%
84	-	89	83.5	89.5	20	18.2%
90	-	95	89.5	95.5	28	25.5%
96	-	100	95.5	100.5	12	10.9%
101		106	100.5	106.5	11	10.0%
107	-	114	106.5	114.5	4	3.6%
Jumlah					110	100%

**Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram
KUALITAS PELAYANAN**

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 106 - 51 \\ &= 55 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

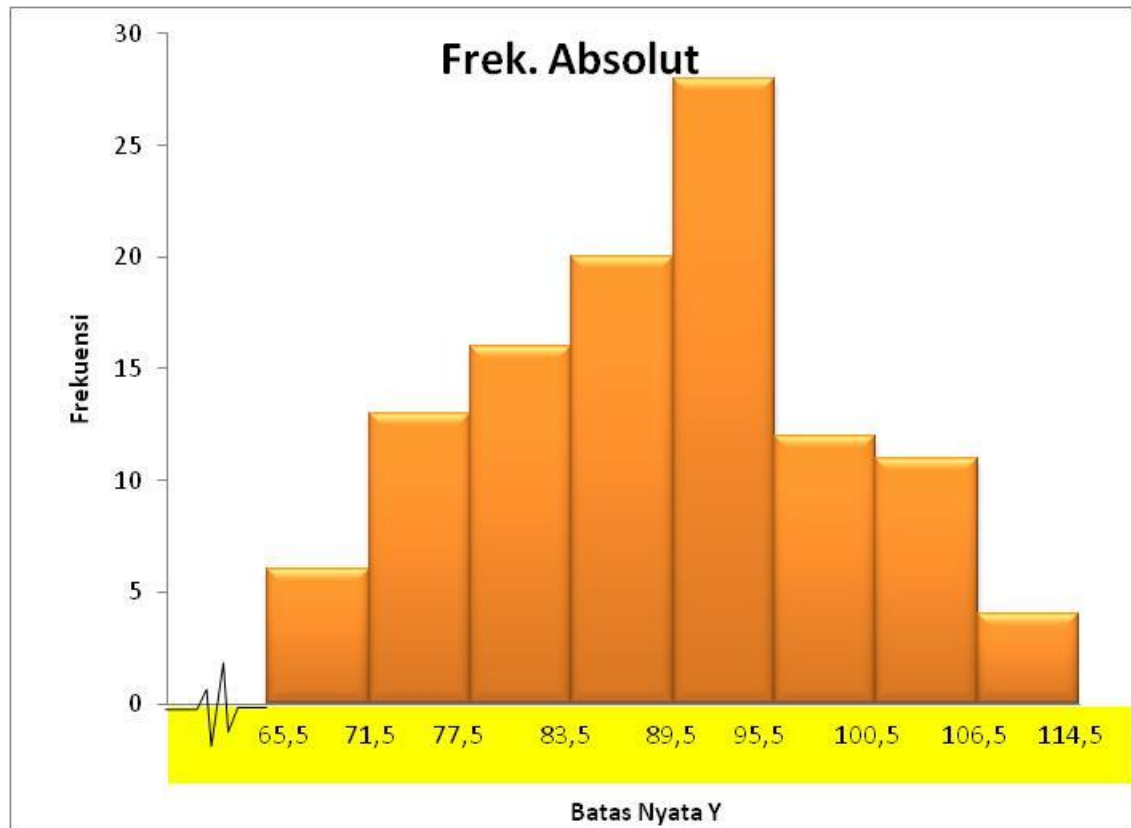
$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{ Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 110 \\ &= 1 + (3.3) \cdot 2.041393 \\ &= 7.74 \\ &= 7,74 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

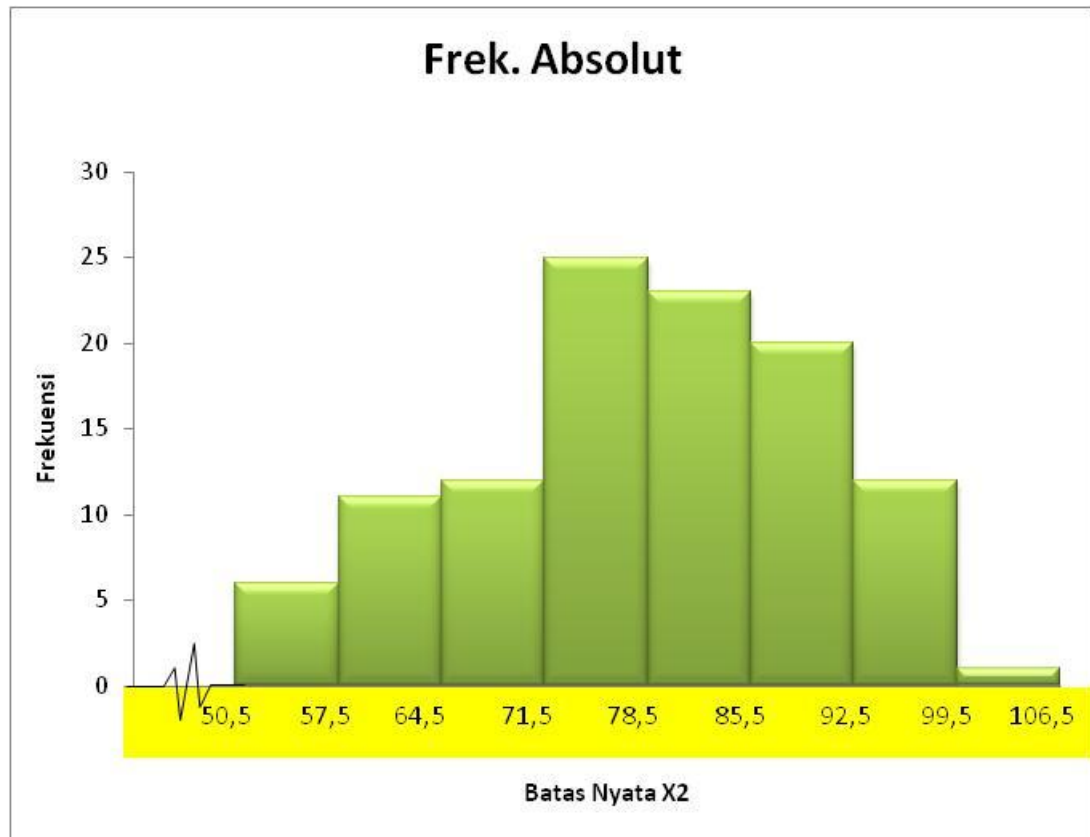
$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{55}{8} = 6.875 \quad \text{(ditetapkan menjadi 7)} \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
51	-	57	50.5	57.5	6	5.5%
58	-	64	57.5	64.5	11	10.0%
65	-	71	64.5	71.5	12	10.9%
72	-	78	71.5	78.5	25	22.7%
79	-	85	78.5	85.5	23	20.9%
86	-	92	85.5	92.5	20	18.2%
93	-	99	92.5	99.5	12	10.9%
100	-	106	99.5	106.5	1	0.9%
Jumlah					110	100%

GRAFIK HISTOGRAM
LOYALITAS PELANGGAN (Y)



GRAFIK HISTOGRAM
KUALITAS PELAYAN (X₂)



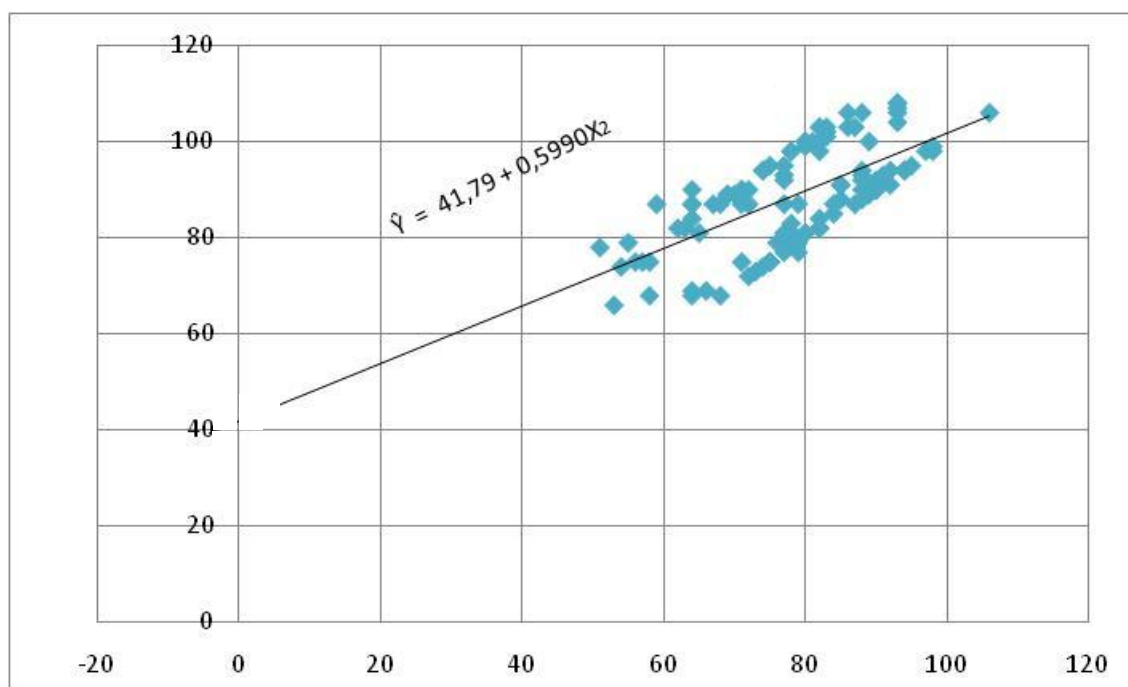
PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI LINEAR SEDERHANA

$$\hat{Y} = a + bX$$

$n = 110$ $\Sigma XY = 774416$ $\Sigma X = 8627$ $\Sigma Y = 9764$ $\Sigma x^2 = \Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n}$ $= 691037 - \frac{74425129}{110}$ $= 14444.92$ $\Sigma y^2 = \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$ $= 878984 - \frac{95335696}{110}$ $= 12295.85$ $b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$ $= \frac{8652.10909}{14444.92}$ $= 0.5990$ $= \mathbf{0.5990}$	$\Sigma X^2 = 691037$ $\Sigma Y^2 = 878984$ $\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{9764}{110} = 88.76$ $\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{8627}{110} = 78.43$ $\Sigma xy = \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n}$ $= 774416 - \frac{84234028}{110}$ $= 8652.11$ $a = \bar{Y} - b\bar{X}$ $= 88.76 - (0.60 \times 78.43)$ $= \mathbf{41.79}$
---	--

Jadi Persamaan Regresi adalah $\hat{Y} = 41,79 + 0,5990X_2$

GRAFIK PERSAMAAN REGRESI



Tabel Untuk Menghitung $\hat{Y} = a + bX$

n	X	$\hat{Y} = 41,79 + 0,5990X_2$					Y
1	64	41.79	+	0.60	.	64	80.12
2	85	41.79	+	0.60	.	85	92.70
3	69	41.79	+	0.60	.	69	83.12
4	94	41.79	+	0.60	.	94	98.09
5	90	41.79	+	0.60	.	90	95.70
6	97	41.79	+	0.60	.	97	99.89
7	78	41.79	+	0.60	.	78	88.51
8	93	41.79	+	0.60	.	93	97.49
9	64	41.79	+	0.60	.	64	80.12
10	71	41.79	+	0.60	.	71	84.31
11	78	41.79	+	0.60	.	78	88.51
12	98	41.79	+	0.60	.	98	100.49
13	98	41.79	+	0.60	.	98	100.49
14	86	41.79	+	0.60	.	86	93.30
15	84	41.79	+	0.60	.	84	92.10
16	77	41.79	+	0.60	.	77	87.91
17	75	41.79	+	0.60	.	75	86.71
18	106	41.79	+	0.60	.	106	105.28
19	92	41.79	+	0.60	.	92	96.89
20	71	41.79	+	0.60	.	71	84.31
21	92	41.79	+	0.60	.	92	96.89
22	89	41.79	+	0.60	.	89	95.10
23	58	41.79	+	0.60	.	58	76.53
24	74	41.79	+	0.60	.	74	86.11
25	94	41.79	+	0.60	.	94	98.09
26	80	41.79	+	0.60	.	80	89.71
27	64	41.79	+	0.60	.	64	80.12
28	86	41.79	+	0.60	.	86	93.30
29	51	41.79	+	0.60	.	51	72.34
30	67	41.79	+	0.60	.	67	81.92
31	71	41.79	+	0.60	.	71	84.31
32	59	41.79	+	0.60	.	59	77.13
33	91	41.79	+	0.60	.	91	96.29
34	73	41.79	+	0.60	.	73	85.51
35	82	41.79	+	0.60	.	82	90.90

36	87	41.79	+	0.60	.	87	93.90
37	82	41.79	+	0.60	.	82	90.90
38	94	41.79	+	0.60	.	94	98.09
39	72	41.79	+	0.60	.	72	84.91
40	58	41.79	+	0.60	.	58	76.53
41	66	41.79	+	0.60	.	66	81.32
42	78	41.79	+	0.60	.	78	88.51
43	64	41.79	+	0.60	.	64	80.12
44	68	41.79	+	0.60	.	68	82.52
45	78	41.79	+	0.60	.	78	88.51
46	90	41.79	+	0.60	.	90	95.70
47	93	41.79	+	0.60	.	93	97.49
48	62	41.79	+	0.60	.	62	78.92
49	70	41.79	+	0.60	.	70	83.72
50	75	41.79	+	0.60	.	75	86.71
51	83	41.79	+	0.60	.	83	91.50
52	88	41.79	+	0.60	.	88	94.50
53	77	41.79	+	0.60	.	77	87.91
54	93	41.79	+	0.60	.	93	97.49
55	74	41.79	+	0.60	.	74	86.11
56	88	41.79	+	0.60	.	88	94.50
57	77	41.79	+	0.60	.	77	87.91
58	63	41.79	+	0.60	.	63	79.52
59	79	41.79	+	0.60	.	79	89.11
60	76	41.79	+	0.60	.	76	87.31
61	85	41.79	+	0.60	.	85	92.70
62	74	41.79	+	0.60	.	74	86.11
63	93	41.79	+	0.60	.	93	97.49
64	64	41.79	+	0.60	.	64	80.12
65	87	41.79	+	0.60	.	87	93.90
66	88	41.79	+	0.60	.	88	94.50
67	69	41.79	+	0.60	.	69	83.12
68	93	41.79	+	0.60	.	93	97.49
69	82	41.79	+	0.60	.	82	90.90
70	80	41.79	+	0.60	.	80	89.71
71	78	41.79	+	0.60	.	78	88.51
72	80	41.79	+	0.60	.	80	89.71
73	84	41.79	+	0.60	.	84	92.10
74	79	41.79	+	0.60	.	79	89.11
75	77	41.79	+	0.60	.	77	87.91

76	82	41.79	+	0.60	.	82	90.90
77	64	41.79	+	0.60	.	64	80.12
78	54	41.79	+	0.60	.	54	74.13
79	80	41.79	+	0.60	.	80	89.71
80	75	41.79	+	0.60	.	75	86.71
81	72	41.79	+	0.60	.	72	84.91
82	53	41.79	+	0.60	.	53	73.53
83	82	41.79	+	0.60	.	82	90.90
84	81	41.79	+	0.60	.	81	90.30
85	77	41.79	+	0.60	.	77	87.91
86	72	41.79	+	0.60	.	72	84.91
87	55	41.79	+	0.60	.	55	74.73
88	71	41.79	+	0.60	.	71	84.31
89	82	41.79	+	0.60	.	82	90.90
90	91	41.79	+	0.60	.	91	96.29
91	68	41.79	+	0.60	.	68	82.52
92	74	41.79	+	0.60	.	74	86.11
93	80	41.79	+	0.60	.	80	89.71
94	90	41.79	+	0.60	.	90	95.70
95	89	41.79	+	0.60	.	89	95.10
96	78	41.79	+	0.60	.	78	88.51
97	75	41.79	+	0.60	.	75	86.71
98	88	41.79	+	0.60	.	88	94.50
99	56	41.79	+	0.60	.	56	75.33
100	95	41.79	+	0.60	.	95	98.69
101	83	41.79	+	0.60	.	83	91.50
102	77	41.79	+	0.60	.	77	87.91
103	79	41.79	+	0.60	.	79	89.11
104	89	41.79	+	0.60	.	89	95.10
105	83	41.79	+	0.60	.	83	91.50
106	57	41.79	+	0.60	.	57	75.93
107	88	41.79	+	0.60	.	88	94.50
108	85	41.79	+	0.60	.	85	92.70
109	65	41.79	+	0.60	.	65	80.72
110	88	41.79	+	0.60	.	88	94.50

PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIAN, SIMPANGAN BAKU

REGRESI $\hat{Y} = 41,79 + 0,5990X_2$

$$\begin{aligned}
 1. \text{ Rata-rata} &= \overline{Y - \hat{Y}} &= \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})}{n} \\
 & &= \frac{0,00}{110} \\
 & &= 0,000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2. \text{ Varians} &= S^2 &= \frac{\Sigma\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}^2}{n - 1} \\
 & &= \frac{6564,82}{109} \\
 & &= 60,23
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 3. \text{ Simpangan Baku} &= S &= \sqrt{S^2} \\
 & &= \sqrt{60,23} \\
 & &= 7,76
 \end{aligned}$$

PERHITUNGAN NORMALITAS GALAT TAKSIRAN Y ATAS X₂
REGRESI $\hat{Y} = 41,79 + 0,5990X_2$

No.	(Y - Y _h)	(Y - Y _h) / (Y - Y _h)	Zi	Zt	F(zi)	S(zi)	F(zi) - S(zi)
1	-14.59	-14.59	-1.880	0.4693	0.031	0.0091	0.0216
2	-13.01	-13.01	-1.676	0.4525	0.048	0.0182	0.0293
3	-12.62	-12.62	-1.626	0.4474	0.053	0.0273	0.0253
4	-12.37	-12.37	-1.594	0.4441	0.056	0.0364	0.0195
5	-12.26	-12.26	-1.580	0.4418	0.058	0.0455	0.0127
6	-12.23	-12.23	-1.576	0.4418	0.058	0.0545	0.0037
7	-11.84	-11.84	-1.526	0.4357	0.064	0.0636	0.0007
8	-11.84	-11.84	-1.526	0.4357	0.064	0.0727	0.0084
9	-11.84	-11.84	-1.526	0.4357	0.064	0.0818	0.0175
10	-11.05	-11.05	-1.424	0.4222	0.078	0.0909	0.0131
11	-10.34	-10.34	-1.332	0.4082	0.092	0.1000	0.0082
12	-10.26	-10.26	-1.322	0.4066	0.093	0.1091	0.0157
13	-9.08	-9.08	-1.170	0.3790	0.121	0.1182	0.0028
14	-9.05	-9.05	-1.166	0.3770	0.123	0.1273	0.0043
15	-8.87	-8.87	-1.143	0.3729	0.127	0.1364	0.0093
16	-8.87	-8.87	-1.143	0.3729	0.127	0.1455	0.0184
17	-8.80	-8.80	-1.134	0.3708	0.129	0.1545	0.0253
18	-8.73	-8.73	-1.125	0.3686	0.131	0.1636	0.0322
19	-8.44	-8.44	-1.088	0.3599	0.140	0.1727	0.0326
20	-7.66	-7.66	-0.987	0.3365	0.164	0.1818	0.0183
21	-7.30	-7.30	-0.941	0.3264	0.174	0.1909	0.0173
22	-7.12	-7.12	-0.917	0.3186	0.181	0.2000	0.0186
23	-7.05	-7.05	-0.908	0.3159	0.184	0.2091	0.0250
24	-6.73	-6.73	-0.867	0.3051	0.195	0.2182	0.0233
25	-6.44	-6.44	-0.830	0.2939	0.206	0.2273	0.0212
26	-6.33	-6.33	-0.816	0.2910	0.209	0.2364	0.0274
27	-5.94	-5.94	-0.765	0.2764	0.224	0.2455	0.0219
28	-5.91	-5.91	-0.762	0.2764	0.224	0.2545	0.0309
29	-5.33	-5.33	-0.687	0.2518	0.248	0.2636	0.0154
30	-5.30	-5.30	-0.683	0.2518	0.248	0.2727	0.0245
31	-5.08	-5.08	-0.655	0.2422	0.258	0.2818	0.0240
32	-4.98	-4.98	-0.642	0.2389	0.261	0.2909	0.0298
33	-4.87	-4.87	-0.628	0.2324	0.268	0.3000	0.0324
34	-4.73	-4.73	-0.609	0.2258	0.274	0.3091	0.0349
35	-4.73	-4.73	-0.609	0.2258	0.274	0.3182	0.0440
36	-4.55	-4.55	-0.586	0.2190	0.281	0.3273	0.0463
37	-4.44	-4.44	-0.572	0.2157	0.284	0.3364	0.0521
38	-4.37	-4.37	-0.563	0.2123	0.288	0.3455	0.0578
39	-4.16	-4.16	-0.536	0.2019	0.298	0.3545	0.0564
40	-4.08	-4.08	-0.526	0.1985	0.302	0.3636	0.0621
41	-3.98	-3.98	-0.513	0.1950	0.305	0.3727	0.0677

42	-3.94	-3.94	-0.508	0.1915	0.309	0.3818	0.0733
43	-3.76	-3.76	-0.484	0.1844	0.316	0.3909	0.0753
44	-2.73	-2.73	-0.352	0.1368	0.363	0.4000	0.0368
45	-2.33	-2.33	-0.300	0.1179	0.382	0.4091	0.0270
46	-2.26	-2.26	-0.291	0.1141	0.386	0.4182	0.0323
47	-2.19	-2.19	-0.282	0.1103	0.390	0.4273	0.0376
48	-1.94	-1.94	-0.250	0.0948	0.405	0.4364	0.0312
49	-1.91	-1.91	-0.246	0.0948	0.405	0.4455	0.0403
50	-1.80	-1.80	-0.232	0.0910	0.409	0.4545	0.0455
51	-1.73	-1.73	-0.223	0.0871	0.413	0.4636	0.0507
52	-1.58	-1.58	-0.204	0.0793	0.421	0.4727	0.0520
53	-1.51	-1.51	-0.195	0.0754	0.425	0.4818	0.0572
54	-1.30	-1.30	-0.168	0.0636	0.436	0.4909	0.0545
55	-1.05	-1.05	-0.135	0.0517	0.448	0.5000	0.0517
56	-0.91	-0.91	-0.117	0.0438	0.456	0.5091	0.0529
57	-0.73	-0.73	-0.094	0.0359	0.464	0.5182	0.0541
58	-0.30	-0.30	-0.039	0.0120	0.488	0.5273	0.0393
59	-0.09	-0.09	-0.012	0.0040	0.496	0.5364	0.0404
60	0.24	0.24	0.031	0.0120	0.512	0.5455	0.0335
61	0.34	0.34	0.044	0.0160	0.516	0.5545	0.0385
62	1.99	1.99	0.256	0.0987	0.599	0.5636	0.0351
63	2.45	2.45	0.316	0.1217	0.622	0.5727	0.0490
64	2.59	2.59	0.334	0.1293	0.629	0.5818	0.0475
65	3.06	3.06	0.394	0.1517	0.652	0.5909	0.0608
66	3.84	3.84	0.495	0.1879	0.688	0.6000	0.0805
67	3.95	3.95	0.509	0.1915	0.692	0.6091	0.0804
68	4.31	4.31	0.555	0.2088	0.709	0.6182	0.0795
69	4.41	4.41	0.568	0.2123	0.712	0.6273	0.0717
70	4.42	4.42	0.570	0.2123	0.712	0.6364	0.0766
71	4.67	4.67	0.602	0.2258	0.726	0.6455	0.0809
72	4.95	4.95	0.638	0.2357	0.736	0.6545	0.0829
73	4.99	4.99	0.643	0.2389	0.739	0.6636	0.0753
74	5.02	5.02	0.647	0.2389	0.739	0.6727	0.0662
75	5.20	5.20	0.670	0.2486	0.749	0.6818	0.0668
76	5.20	5.20	0.670	0.2486	0.749	0.6909	0.0577
77	5.59	5.59	0.720	0.2642	0.764	0.7000	0.0642
78	5.59	5.59	0.720	0.2642	0.764	0.7091	0.0551
79	5.74	5.74	0.740	0.2673	0.767	0.7182	0.0491
80	5.81	5.81	0.749	0.2704	0.770	0.7273	0.0431
81	6.59	6.59	0.849	0.2996	0.800	0.7364	0.0632
82	6.77	6.77	0.872	0.3078	0.808	0.7455	0.0623
83	6.84	6.84	0.881	0.3106	0.811	0.7545	0.0561
84	6.84	6.84	0.881	0.3106	0.811	0.7636	0.0470
85	6.92	6.92	0.892	0.3133	0.813	0.7727	0.0406
86	6.95	6.95	0.896	0.3133	0.813	0.7818	0.0315
87	7.52	7.52	0.969	0.3315	0.832	0.7909	0.0406
88	7.67	7.67	0.988	0.3365	0.837	0.8000	0.0365

89	7.67	7.67	0.988	0.3365	0.837	0.8091	0.0274
90	7.77	7.77	1.001	0.3413	0.841	0.8182	0.0231
91	8.16	8.16	1.051	0.3531	0.853	0.8273	0.0258
92	8.24	8.24	1.062	0.3554	0.855	0.8364	0.0190
93	8.92	8.92	1.149	0.3729	0.873	0.8455	0.0274
94	9.13	9.13	1.176	0.3790	0.879	0.8545	0.0245
95	9.24	9.24	1.191	0.3830	0.883	0.8636	0.0194
96	9.31	9.31	1.200	0.3830	0.883	0.8727	0.0103
97	9.34	9.34	1.204	0.3849	0.885	0.8818	0.0031
98	9.34	9.34	1.204	0.3849	0.885	0.8909	0.0060
99	9.52	9.52	1.227	0.3888	0.889	0.9000	0.0112
100	9.84	9.84	1.268	0.3962	0.896	0.9091	0.0129
101	9.88	9.88	1.273	0.3980	0.898	0.9182	0.0202
102	10.13	10.13	1.305	0.4032	0.903	0.9273	0.0241
103	10.13	10.13	1.305	0.4032	0.903	0.9364	0.0332
104	10.24	10.24	1.319	0.4049	0.905	0.9455	0.0406
105	10.31	10.31	1.328	0.4066	0.907	0.9545	0.0479
106	10.92	10.92	1.407	0.4192	0.919	0.9636	0.0444
107	11.27	11.27	1.452	0.4265	0.927	0.9727	0.0462
108	11.31	11.31	1.457	0.4265	0.927	0.9818	0.0553
109	12.49	12.49	1.609	0.4452	0.945	0.9909	0.0457
110	15.63	15.63	2.014	0.4778	0.978	1.0000	0.0222

Dari perhitungan, didapat nilai L_{hitung} terbesar = 0.0829 dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,0844. $L_{hitung} < L_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan data berdistribusi Normal.

LANGKAH PERHITUNGAN UJI NORMALITAS GALAT TAKSIRAN

REGRESI $\hat{Y} = 41,79 + 0,5990X_2$

Disertai contoh perhitungan untuk no. 1 (pada tabel normalitas)

1. Kolom $Y - \hat{Y}$

Data diurutkan dari data yang terkecil sampai yang terbesar

2. Kolom $(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$

Mengikuti kolom $Y - \hat{Y}$

3. Kolom Z_i untuk $i = 1$

$$Z_i = \frac{\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}}{S} = \frac{-14.59}{7.76} = -1.880$$

4. Kolom Z_t

Nilai Z_t dikonsultasikan pada daftar F, misalnya :

Cari -1.88 diperoleh $Z_t = 0.4693$

Untuk $Z_i = -1.880$, maka $F(z_i) = 0.5 - 0.4693 = 0.0307$

5. Kolom $F(z_i)$

Jika Z_i negatif, maka $F(z_i) = 0,5 - Z_t$

Jika Z_i positif, maka $F(z_i) = 0,5 + Z_t$

6. Kolom $S(z_i) = \frac{\text{Nomor Responden}}{\text{Jumlah Responden}}$

$$\text{Kolom } S(z_i) = \frac{1}{110} = 0.0091$$

7. Kolom $|F(z_i) - S(z_i)|$

Nilai mutlak antara $F(z_i) - S(z_i)$

$$= |0.0307 - 0.0091| = 0.0216$$

Merupakan harga mutlak dan selisih $F(Z_i)$ dan $S(Z_i)$

PERHITUNGAN JK (G)											
No.	K	n	X	Y	Y ²	XY	ΣY ²	(ΣY)	(ΣY) ²	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
1	I	1	51	78	6084	3978					
2	II	1	53	66	4356	3498					
3	III	1	54	74	5476	3996					
4	IV	1	55	79	6241	4345					
5	V	1	56	75	5625	4200					
6	VI	1	57	75	5625	4275					
7	VII	2	58	75	5625	4350	10249	143	20449	10,224.50	24.50
8			58	68	4624	3944					
9	VIII	1	59	87	7569	5133					
10	IX	1	62	82	6724	5084					
11	X	1	63	82	6724	5166					
12	XI	6	64	68	4624	4352	39679	485	235225	39,204.17	474.83
13			64	69	4761	4416					
14			64	90	8100	5760					
15			64	87	7569	5568					
16			64	84	7056	5376					
17			64	87	7569	5568					
18	XII	1	65	81	6561	5265					
19	XIII	1	66	69	4761	4554					
20	XIV	1	67	87	7569	5829					
21	XV	2	68	68	4624	4624	12193	155	24025	12,012.50	180.50
22			68	87	7569	5916					
23	XVI	2	69	89	7921	6141	15842	178	31684	15,842.00	0.00
24			69	89	7921	6141					
25	XVII	1	70	89	7921	6230					
26	XVIII	4	71	90	8100	6390	29394	342	116964	29,241.00	153.00
27			71	75	5625	5325					
28			71	90	8100	6390					
29			71	87	7569	6177					
30	XIX	3	72	72	5184	5184	20853	249	62001	20,667.00	186.00
31			72	90	8100	6480					
32			72	87	7569	6264					
33	XX	1	73	73	5329	5329					
34	XXI	4	74	94	8836	6956	32173	357	127449	31,862.25	310.75
35			74	94	8836	6956					
36			74	74	5476	5476					
37			74	95	9025	7030					
38	XXII	4	75	75	5625	5625	23116	304	92416	23,104.00	12.00
39			75	75	5625	5625					
40			75	75	5625	5625					
41			75	79	6241	5925					
42	XXIII	1	76	77	5929	5852					
43	XXIV	6	77	87	7569	6699	47157	531	281961	46,993.50	163.50
44			77	95	9025	7315					
45			77	81	6561	6237					
46			77	93	8649	7161					
47			77	92	8464	7084					
48			77	83	6889	6391					
49	XXV	6	78	79	6241	6162	44500	514	264196	44,032.67	467.33
50			78	81	6561	6318					
51			78	98	9604	7644					
52			78	81	6561	6318					
53			78	98	9604	7644					
54			78	77	5929	6006					

55	XXVI	3	79	79	6241	6241	23810	266	70756	23,585.33	224.67
56			79	87	7569	6873					
57			79	100	10000	7900					
58	XXVII	5	80	81	6561	6480	42923	461	212521	42,504.20	418.80
59			80	100	10000	8000					
60			80	99	9801	7920					
61			80	81	6561	6480					
62			80	100	10000	8000					
63	XXVIII	1	81	84	7056	6804					
64	XXIX	6	82	82	6724	6724	54270	568	322624	53,770.67	499.33
65			82	98	9604	8036					
66			82	103	10609	8446					
67			82	82	6724	6724					
68			82	100	10000	8200					
69			82	103	10609	8446					
70	XXX	3	83	102	10404	8466	27830	288	82944	27,648.00	182.00
71			83	101	10201	8383					
72			83	85	7225	7055					
73	XXXI	2	84	87	7569	7308	15850	178	31684	15,842.00	8.00
74			84	91	8281	7644					
75	XXXII	3	85	88	7744	7480	26634	282	79524	26,508.00	126.00
76			85	91	8281	7735					
77			85	103	10609	8755					
78	XXXIII	2	86	106	11236	9116	18805	193	37249	18,624.50	180.50
79			86	87	7569	7482					
80	XXXIV	2	87	103	10609	8961	18709	193	37249	18,624.50	84.50
81			87	90	8100	7830					
82	XXXV	6	88	88	7744	7744	53029	563	316969	52,828.17	200.83
83			88	106	11236	9328					
84			88	92	8464	8096					
85			88	94	8836	8272					
86			88	93	8649	8184					
87			88	90	8100	7920					
88	XXXVI	3	89	93	8649	8277	26570	282	79524	26,508.00	62.00
89			89	89	7921	7921					
90			89	100	10000	8900					
91	XXXVII	3	90	90	8100	8100	24664	272	73984	24,661.33	2.67
92			90	90	8100	8100					
93			90	92	8464	8280					
94	XXXVIII	2	91	92	8464	8372	17300	186	34596	17,298.00	2.00
95			91	94	8836	8554					
96	XXXIX	2	92	91	8281	8372	19097	195	38025	19,012.50	84.50
97			92	104	10816	9568					
98	XL	5	93	108	11664	10044	54849	523	273529	54,705.80	143.20
99			93	107	11449	9951					
100			93	106	11236	9858					
101			93	108	11664	10044					
102			93	94	8836	8742					
103	XLI	3	94	94	8836	8836	30668	302	91204	30,401.33	266.67
104			94	94	8836	8836					
105			94	114	12996	10716					
106	XLII	1	95	95	9025	9025					
107	XLIII	1	97	98	9604	9506					
108	XLIV	2	98	98	9604	9604	19405	197	38809	19,404.50	0.50
109			98	99	9801	9702					
110	XLV	1	106	106	11236	11236					
Σ	45	110	8627	9764	878984	774874					4,458.58

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Total JK (T)

$$\begin{aligned} JK(T) &= \Sigma Y^2 \\ &= 878984 \end{aligned}$$

2. Mencari jumlah kuadrat regresi a JK (a)

$$\begin{aligned} JK(a) &= \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= \frac{9764^2}{110} \\ &= 866688.15 \end{aligned}$$

3. Mencari jumlah kuadrat regresi b JK (b/a)

$$\begin{aligned} JK(b/a) &= b \cdot \Sigma xy \\ &= 0.599 \times 8652.10909 \\ &= 5182.38 \end{aligned}$$

4. Mencari jumlah kuadrat residu JK (S)

$$\begin{aligned} JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b/a) \\ &= 878984 - 866688.15 - 5182.38 \\ &= 7113.48 \end{aligned}$$

5. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} dk_{(T)} &= n = 110 \\ dk_{(a)} &= 1 \\ dk_{(b/a)} &= 1 \\ dk_{(res)} &= n - 2 = 108 \end{aligned}$$

6. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat

$$\begin{aligned} RJK_{(b/a)} &= \frac{JK_{(b/a)}}{dk_{(b/a)}} = \frac{5182.38}{1} = 5182.38 \\ RJK_{(res)} &= \frac{JK_{(res)}}{dk_{(res)}} = \frac{7113.48}{108} = 65.87 \end{aligned}$$

7. Kriteria Pengujian

Terima Ho jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi tidak berarti

Tolak Ho jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi berarti

8. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(b/a)}}{RJK_{(res)}} = \frac{5182.38}{65.87} = 78.68$$

9. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 78.68$

Berdasarkan taraf signifikan 0.05, pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut $n-2 = 110-2 = 108$ dihasilkan F_{tabel} sebesar = 3,91

sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah **signifikan**

PERHITUNGAN UJI KELINIERAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Error JK (G)

$$JK(G) = \sum \left\{ \sum Y_k^2 - \frac{\sum Y_k^2}{n_k} \right\}$$

$$= 4458.58 \text{ (Lihat tabel Perhitungan JK } G_{\text{(galat)}})$$

2. Mencari Jumlah Kuadrat Tuna cocok JK (TC)

$$JK(TC) = JK(S) - JK(G)$$

$$= 7113.48 - 4458.58$$

$$= 2654.90$$

3. Mencari Derajat Kebebasan

$$k = 45$$

$$dk_{(TC)} = k - 2 = 43$$

$$dk_{(G)} = n - k = 65$$

4. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$RJK_{(TC)} = \frac{2654.90}{43} = 61.74$$

$$RJK_{(G)} = \frac{4458.58}{65} = 68.59$$

5. Kriteria Pengujian

Tolak H_0 jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka regresi tidak linier

Terima H_0 jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka regresi linier

6. Pengujian

$$F_{\text{hitung}} = \frac{RJK_{(TC)}}{RJK_{(G)}} = \frac{61.74}{68.59} = 0.90$$

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{\text{hitung}} = 0.90$

Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan

Menggunakan dk pembilang 35 dan dk penyebut 73 dihasilkan F_{tabel} sebesar = 1,56

sehingga $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah **linier**

TABEL ANAVA UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN UJI KELINIERAN REGRESI

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	n	ΣY^2			
Regresi (a)	1	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$			
Regresi (b/a)	1	b . Σxy	$\frac{b \cdot \Sigma xy}{1}$	$\frac{RJK(b/a)^*}{RJK(res)}$	Fo > Ft Maka regresi Berarti
Residu	n - 2	JK (S)	$\frac{JK(S)}{n-2}$		
Tuna Cocok	k - 2	JK (TC)	$\frac{JK (TC)}{k-2}$	$\frac{RJK(TC)^{ns}}{RJK(G)}$	Fo < Ft Maka Regresi Linier
Galat Kekeliruan	n - k	JK (G)	$\frac{JK (G)}{n - k}$		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti karena $F_{hitung} > F_{tabel}$

ns) Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} < F_{tabel}$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	110	878984			
Regresi (a)	1	866688.15			
Regresi (b/a)	1	5182.38	5182.38	78.68 *)	3.91
Residu	108	7113.48	65.87		
Tuna Cocok	43	2654.90	61.74	0.90 ns)	1.56
Galat Kekeliruan	65	4458.58	68.59		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti karena $F_{hitung} (78,68) > F_{tabel} (3,91)$

ns) Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} (0,90) < F_{tabel} (1,56)$

**PERHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI
PRODUCT MOMENT**

Mencari Koefisien Korelasi dengan Rumus *Product Moment*

Diketahui :

$$\Sigma x^2 = 14444.92$$

$$\Sigma y^2 = 12295.85$$

$$\Sigma xy = 8652.11$$

$$r_{XY} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2) \cdot (\Sigma y^2)}}$$

$$r_{XY} = \frac{8652.11}{\sqrt{14444.92 \cdot 12295.9}}$$

$$r_{XY} = \frac{8652.11}{13327.1382}$$

$$r_{XY} = 0.6492$$

Kesimpulan :

Pada perhitungan product moment di atas diperoleh $r_{hitung}(r_{xy}) = 0.6492$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang **positif** antara variabel X terhadap variabel Y.

PERHITUNGAN KOEFISIEN DETERMINASI

Untuk mencari seberapa besar variasi variabel Y yang ditentukan oleh variabel X, maka digunakan Koefisien Determinasi dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{XY}^2 \\ &= 0.649^2 \\ &= 0.4215 \\ &= 42.15\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh loyalitas pelanggan sebesar 42,15 %.

**PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN
KOEFISIEN KORELASI (Uji-t)**

Koefisien Korelasi *Product Moment* (Uji-t)

$$\begin{aligned}
 t_h &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0.649\sqrt{108}}{\sqrt{1-0.421}} \\
 &= \frac{0.649 \times 10.3923}{\sqrt{0.579}} \\
 &= \frac{6.747}{0.7606} \\
 &= 8.870
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk $(n-2) = (110-2) = 108$ sebesar 1,66

Kriteria pengujian :

H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.

H_0 diterima jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$.

Dari hasil pengujian :

$t_{\text{hitung}} [8.870] > t_{\text{tabel}} (1,66)$, maka terdapat hubungan yang **signifikan** antara variabel X dengan variabel Y

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL Y
LOYALITAS PELANGGAN**

$$\text{SKOR SUB INDIKATOR} = \frac{\text{Jumlah skor butir tiap soal sub indikator}}{\text{Banyaknya soal sub indikator}}$$

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
<i>Repeat</i>	Keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang	3 soal	$\frac{450+421+388}{3}$ 419.67	16.52%
	Kesediaan pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap McDonald Arion Mall	8 soal	$\frac{440+434+417+420+438+427+433+413}{8}$ 427.75	16.84%
<i>Retention</i>	Tidak terpengaruh dengan promosi perusahaan lain	2 soal	$\frac{438+424}{2}$ 431.0	16.97%
	Kesediaan pelanggan menjadikan pilihan utama	3 soal	$\frac{421+414+421}{3}$ 418.7	16.48%
<i>Referral</i>	Bersedia Merekomendasikan kepada orang lain	5 soal	$\frac{428+430+420+420+435}{5}$ 426.6	16.80%
	Bersedia memberikan saran dan kritik untuk kemajuan perusahaan	2 soal	$\frac{385+447}{2}$ 416	16%
	Total Skor		2539.68	100%

Dari hasil perhitungan, ke-enam indikator tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang. Indikator tidak terpengaruh dengan promosi perusahaan lainnya dalam dimensi sumber *retention* memiliki pengaruh yang cukup besar dalam proses terjadinya loyalitas pelanggan

SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL X2
Kualitas Pelayanan

$$\text{SKOR INDIKATOR} = \frac{\text{Jumlah skor butir tiap soal indikator}}{\text{Banyaknya soal indikator}}$$

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Daya tanggap	Pelayanan yang tepat	Penyampaian informasi yang jelas	2 Soal	$\frac{401+393}{2}$ 397,0	14,40%
		Keterampilan Karyawan	5 soal	$\frac{399+393+376+383+381}{5}$ 386,4	14,0%
Jaminan	Kompetensi	Perhatian Karyawan	3 soal	$\frac{400+390+395}{3}$ 395,0	14,3%
		Kemudahan memanfaatkan jasa	3 soal	$\frac{383+390+395}{3}$ 389,3	14,1%
Empati	Akses	Mengetahui kebutuhan pelanggan	4 soal	$\frac{377+419+371+357}{4}$ 381,0	13,8%
	Pemahaman Pelanggan	Warna dan bentuk gedung menarik	3 soal	$\frac{392+405+400}{3}$ 399,0	14,48%
Bukti fisik	Fasilitas Fisik	Kebersihan ruangan	2 Soal	$\frac{404+413}{2}$ 409	14,82%
		Total Skor		2756,2	100%

Dari hasil perhitungan, ke-lima indikator tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang. Sub indikator kebersihan ruangan dalam indikator fasilitas fisik memiliki pengaruh yang cukup besar dalam kualitas pelayanan

**TABEL PENENTUAN JUMLAH SAMPEL DARI POPULASI TERTENTU
DENGAN TARAF KESALAHAN 1, 5, DAN 10 %**

N	Signifikansi			N	Signifikansi		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138
15	15	14	14	290	202	158	140
20	19	19	19	300	207	161	143
25	24	23	23	320	216	167	147
30	29	28	28	340	225	172	151
35	33	32	32	360	234	177	155
40	38	36	36	380	242	182	158
45	42	40	39	400	250	186	162
50	47	44	42	420	257	191	165
55	51	48	46	440	265	195	168
60	55	51	49	460	272	198	171
65	59	55	53	480	279	202	173
70	63	58	56	500	285	205	176
75	67	62	59	550	301	213	182
80	71	65	62	600	315	221	187
85	75	68	65	650	329	227	191
90	79	72	68	700	341	233	195
95	83	75	71	750	352	238	199
100	87	78	73	800	363	243	202
110	94	84	78	850	373	247	205
120	102	89	83	900	382	251	208
130	109	95	88	950	391	255	211
140	116	100	92	1000	399	258	213
150	122	105	97	1100	414	265	217
160	129	110	101	1200	427	270	221
170	135	114	105	1300	440	275	224
180	142	119	108	1400	450	279	227
190	148	123	112	1500	460	283	229
200	154	127	115	1600	469	286	232
210	160	131	118	1700	477	289	234
220	165	135	122	1800	485	292	235
230	171	139	125	1900	492	294	237
240	176	142	127	2000	498	297	238
250	182	146	130	2200	510	301	241
260	187	149	133	2400	520	304	243
270	192	152	135	2600	529	307	245

Tabel Nilai-nilai r Product Moment dari Pearson

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	26	0,388	0,496	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	27	0,381	0,487	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	28	0,374	0,478	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	29	0,367	0,470	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	30	0,361	0,463	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	31	0,355	0,456	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	32	0,349	0,449	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	33	0,344	0,442	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	34	0,339	0,436	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	35	0,334	0,430	100	0,194	0,256
13	0,553	0,684	36	0,329	0,424	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	37	0,325	0,418	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	38	0,320	0,413	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	39	0,316	0,408	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	40	0,312	0,403	300	0,113	0,148
18	0,463	0,590	41	0,308	0,398	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	42	0,304	0,393	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	43	0,301	0,389	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	44	0,297	0,384	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	45	0,294	0,380	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	46	0,291	0,376	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	47	0,288	0,372	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	48	0,284	0,368			
			49	0,281	0,364			
			50	0,279	0,361			

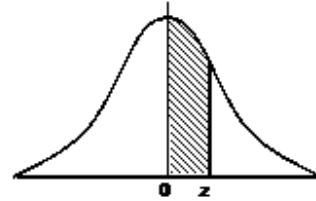
Sumber : Conover, W.J., *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, Inc., 1973

Nilai Kritis L untuk Uji Lilliefors

Ukuran Sampel	Taraf Nyata (α)				
	0,01	0,05	0,10	0,15	0,20
n = 4	0,417	0,381	0,352	0,319	0,300
5	0,405	0,337	0,315	0,299	0,285
6	0,364	0,319	0,294	0,277	0,265
7	0,348	0,300	0,276	0,258	0,247
8	0,331	0,285	0,261	0,244	0,233
9	0,311	0,271	0,249	0,233	0,223
10	0,294	0,258	0,239	0,224	0,215
11	0,284	0,249	0,230	0,217	0,206
12	0,275	0,242	0,223	0,212	0,199
13	0,268	0,234	0,214	0,202	0,190
14	0,261	0,227	0,207	0,194	0,183
15	0,257	0,220	0,201	0,187	0,177
16	0,250	0,213	0,195	0,182	0,173
17	0,245	0,206	0,189	0,177	0,169
18	0,239	0,200	0,184	0,173	0,166
19	0,235	0,195	0,179	0,169	0,163
20	0,231	0,190	0,174	0,166	0,160
25	0,200	0,173	0,158	0,147	0,142
30	0,187	0,161	0,144	0,136	0,131
n > 30	1,031	0,886	0,805	0,768	0,736
	\sqrt{n}	\sqrt{n}	\sqrt{n}	\sqrt{n}	\sqrt{n}

Sumber : Conover, W.J., *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, Inc., 1973

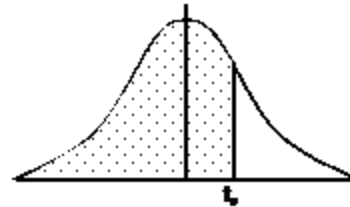
**Tabel Kurva Normal Persentase
Daerah Kurva Normal
dari 0 sampai z**



Z	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0,0	0000	0040	0080	0120	0160	0199	0239	0279	0319	0359
0,1	0398	0438	0478	0517	0557	0596	0636	0675	0714	0753
0,2	0793	0832	0871	0910	0948	0987	1026	1064	1103	1141
0,3	1179	1217	1255	1293	1331	1368	1406	1443	1480	1517
0,4	1554	1591	1628	1664	1700	1736	1772	1808	1844	1879
0,5	1915	1950	1985	2019	2054	2088	2123	2157	2190	2224
0,6	2258	2291	2324	2357	2389	2422	2454	2486	2518	2549
0,7	2580	2612	2642	2673	2704	2734	2764	2794	2823	2852
0,8	2881	2910	2939	2967	2996	3023	3051	3078	3106	3133
0,9	3159	3186	3212	3238	3264	3289	3315	3340	3365	3389
1,0	3413	3438	3461	3485	3508	3531	3554	3577	3599	3621
1,1	3643	3665	3686	3708	3729	3749	3770	3790	3810	3830
1,2	3849	3869	3888	3907	3925	3944	3962	3980	3997	4015
1,3	4032	4049	4066	4082	4099	4115	4131	4147	4162	4177
1,4	4192	4207	4222	4236	4251	4265	4279	4292	4306	4319
1,5	4332	4345	4357	4370	4382	4394	4406	4418	4429	4441
1,6	4452	4463	4474	4484	4495	4505	4515	4525	4535	4545
1,7	4554	4564	4573	4582	4591	4599	4608	4616	4625	4633
1,8	4641	4649	4656	4664	4671	4678	4688	4693	4699	4706
1,9	4713	4719	4726	4732	4738	4744	4750	4756	4761	4767
2,0	4772	4778	4783	4788	4793	4798	4803	4808	4812	4817
2,1	4821	4826	4830	4834	4838	4842	4846	4850	4854	4857
2,2	4861	4864	4868	4871	4875	4878	4881	4884	4887	4889
2,3	4893	4896	4898	4901	4904	4906	4909	4911	4913	4936
2,4	4918	4920	4922	4925	4927	4929	4931	4932	4934	4936
2,5	4938	4940	4941	4943	4945	4946	4948	4949	4951	4952
2,6	4953	4955	4956	4957	4959	4960	4961	4962	4963	4964
2,7	4965	4966	4967	4968	4969	4970	4971	4972	4973	4974
2,8	4974	4975	4976	4977	4977	4978	4979	4979	4980	4981
2,9	4981	4982	4982	4983	4984	4984	4985	4985	4986	4986
3,0	4987	4987	4987	4988	4988	4989	4989	4989	4990	4990
3,1	4990	4991	4991	4991	4992	4992	4992	4992	4993	4993
3,2	4993	4993	4994	4994	4994	4994	4994	4995	4995	4995
3,3	4995	4995	4995	4996	4996	4996	4996	4996	4996	4997
3,4	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4998
3,5	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998
3,6	4998	4998	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3,7	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3,8	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3,9	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000

Sumber : Theory and Problems of Statistics, Spiegel, M.R., Ph.D., Schaum Publishing Co., New York, 1961

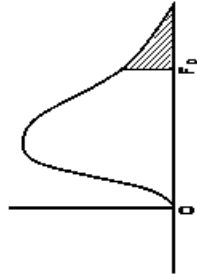
Nilai Persentil untuk Distribusi t
v = dk
(Bilangan Dalam Badan Daftar Menyatakan t_p)



v	t _{0,995}	t _{0,99}	t _{0,975}	t _{0,95}	t _{0,90}	t _{0,80}	t _{0,75}	t _{0,70}	t _{0,60}	t _{0,55}
1	63,66	31,82	12,71	6,31	3,08	1,376	1,000	0,727	0,325	0,518
2	9,92	6,96	4,30	2,92	1,89	1,061	0,816	0,617	0,289	0,142
3	5,84	4,54	3,18	2,35	1,64	0,978	0,765	0,584	0,277	0,137
4	4,60	3,75	2,78	2,13	1,53	0,941	0,744	0,569	0,271	0,134
5	4,03	3,36	2,57	2,02	1,48	0,920	0,727	0,559	0,267	0,132
6	3,71	3,14	2,45	1,94	1,44	0,906	0,718	0,553	0,265	0,131
7	3,50	3,00	2,36	1,90	1,42	0,896	0,711	0,519	0,263	0,130
8	3,36	2,90	2,31	1,86	1,40	0,889	0,706	0,516	0,262	0,130
9	3,25	2,82	2,26	1,83	1,38	0,883	0,703	0,513	0,261	0,129
10	3,17	2,76	2,23	1,81	1,37	0,879	0,700	0,512	0,260	0,129
11	3,11	2,72	2,20	1,80	1,36	0,876	0,697	0,510	0,260	0,129
12	3,06	2,68	2,18	1,78	1,36	0,873	0,695	0,509	0,259	0,128
13	3,01	2,65	2,16	1,77	1,35	0,870	0,694	0,508	0,259	0,128
14	2,98	2,62	2,14	1,76	1,34	0,868	0,692	0,507	0,258	0,128
15	2,95	2,60	2,13	1,75	1,34	0,866	0,691	0,506	0,258	0,128
16	2,92	2,58	2,12	1,75	1,34	0,865	0,690	0,505	0,258	0,128
17	2,90	2,57	2,11	1,74	1,33	0,863	0,690	0,504	0,257	0,128
18	2,88	2,55	2,10	1,73	1,33	0,862	0,688	0,504	0,257	0,127
19	2,86	2,54	2,09	1,73	1,33	0,861	0,688	0,503	0,257	0,127
20	2,84	2,53	2,09	1,72	1,32	0,860	0,687	0,503	0,257	0,127
21	2,83	2,52	2,08	1,72	1,32	0,859	0,686	0,502	0,257	0,127
22	2,82	2,51	2,07	1,72	1,32	0,858	0,686	0,502	0,256	0,127
23	2,81	2,50	2,07	1,71	1,32	0,858	0,685	0,502	0,256	0,127
24	2,80	2,49	2,06	1,71	1,32	0,857	0,685	0,501	0,256	0,127
25	2,79	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,501	0,256	0,127
26	2,78	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,501	0,256	0,127
27	2,77	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,684	0,501	0,256	0,127
28	2,76	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,683	0,500	0,256	0,127
29	2,76	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,500	0,256	0,127
30	2,75	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,500	0,256	0,127
40	2,70	2,42	2,02	1,68	1,30	0,854	0,681	0,529	0,255	0,126
60	2,66	2,39	2,00	1,67	1,30	0,848	0,679	0,527	0,254	0,126
120	2,62	2,36	1,98	1,66	1,29	0,845	0,677	0,526	0,254	0,126
∞	2,58	2,33	1,96	1,645	1,28	0,842	0,674	0,521	0,253	0,126

Sumber : Statistical Tables for Biological, Agricultural and Medical Research, Fisher, R.Y., dan Yates F

Table III. Oliver & Boyd, Ltd., Edinburgh



Nilai Persepsi untuk Distribusi F
 (Bilangan dalam Badan Daftar menyatakan F_p ;
 Baris atas untuk $p = 0,05$ dan Baris bawah untuk $p = 0,01$)

$v_2 = dk$ pembuat	$v_1 = dk$ pembilang																								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞	
1	161	200	216	226	230	234	237	239	241	242	243	244	245	246	246	246	246	246	246	246	246	246	246	246	246
2	4082	4666	4903	5025	5104	5166	5216	5258	5294	5325	5352	5376	5398	5418	5436	5452	5467	5481	5494	5506	5517	5527	5536	5544	5550
3	10,19	9,59	9,29	9,12	9,01	8,94	8,89	8,84	8,81	8,78	8,74	8,71	8,69	8,67	8,65	8,64	8,62	8,60	8,59	8,57	8,56	8,55	8,54	8,54	8,53
4	7,71	7,54	7,39	7,28	7,19	7,12	7,06	7,01	6,97	6,93	6,89	6,86	6,84	6,82	6,80	6,78	6,77	6,74	6,71	6,70	6,68	6,67	6,66	6,64	6,63
5	6,81	6,78	6,61	6,48	6,38	6,31	6,25	6,20	6,16	6,12	6,08	6,05	6,03	6,01	5,99	5,97	5,94	5,91	5,89	5,87	5,86	5,85	5,84	5,84	5,83
6	6,09	6,14	6,02	5,88	5,78	5,71	5,65	5,60	5,56	5,52	5,48	5,45	5,43	5,41	5,39	5,37	5,34	5,31	5,29	5,27	5,26	5,25	5,24	5,24	5,23
7	5,69	5,74	5,63	5,48	5,38	5,31	5,25	5,20	5,16	5,12	5,08	5,05	5,03	5,01	4,99	4,97	4,94	4,91	4,89	4,87	4,86	4,85	4,84	4,84	4,83
8	5,32	5,37	5,26	5,11	5,01	4,94	4,88	4,83	4,79	4,75	4,71	4,68	4,66	4,64	4,62	4,60	4,57	4,54	4,52	4,50	4,49	4,48	4,47	4,47	4,46
9	5,12	5,17	5,06	4,91	4,81	4,74	4,68	4,63	4,59	4,55	4,51	4,48	4,46	4,44	4,42	4,40	4,37	4,34	4,32	4,30	4,29	4,28	4,27	4,27	4,26
10	4,98	5,03	4,92	4,77	4,67	4,60	4,54	4,49	4,45	4,41	4,38	4,35	4,33	4,31	4,29	4,27	4,24	4,21	4,19	4,17	4,16	4,15	4,14	4,14	4,13

Lanjutan Distribusi F

$v_2 = dk$	$v_1 = dk$																							
pembagi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞
11	4,84	3,88	3,58	3,38	3,20	3,08	3,01	2,98	2,90	2,88	2,82	2,78	2,74	2,70	2,68	2,61	2,57	2,55	2,50	2,47	2,46	2,43	2,41	2,40
	6,88	7,20	6,22	6,17	6,32	6,07	4,88	4,74	4,83	4,64	4,48	4,40	4,28	4,21	4,10	4,02	3,94	3,88	3,80	3,74	3,70	3,68	3,62	3,60
12	4,78	3,88	3,48	3,28	3,11	3,00	2,92	2,88	2,80	2,78	2,72	2,68	2,64	2,60	2,54	2,50	2,48	2,42	2,40	2,38	2,36	2,32	2,31	2,30
	6,93	6,83	6,88	6,41	6,08	4,82	4,88	4,80	4,88	4,90	4,22	4,18	4,08	3,98	3,88	3,78	3,70	3,61	3,58	3,48	3,48	3,41	3,38	3,38
13	4,87	3,80	3,41	3,18	3,02	2,92	2,84	2,77	2,72	2,67	2,63	2,60	2,56	2,51	2,48	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,28	2,24	2,21	2,20
	6,97	6,70	6,74	6,20	4,88	4,82	4,44	4,80	4,18	4,10	4,02	3,88	3,88	3,78	3,67	3,58	3,51	3,42	3,37	3,30	3,27	3,21	3,18	3,18
14	4,87	3,80	3,41	3,18	3,02	2,92	2,84	2,77	2,72	2,67	2,63	2,60	2,56	2,51	2,48	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,28	2,24	2,21	2,21
	6,99	6,81	6,88	6,03	4,88	4,48	4,28	4,14	4,03	3,84	3,88	3,80	3,70	3,62	3,51	3,43	3,34	3,28	3,21	3,14	3,11	3,08	3,02	3,00
15	4,84	3,88	3,28	3,08	2,90	2,78	2,70	2,64	2,58	2,55	2,51	2,48	2,43	2,38	2,33	2,28	2,24	2,21	2,18	2,15	2,12	2,10	2,08	2,07
	6,98	6,98	6,42	4,88	4,88	4,32	4,14	4,00	3,88	3,80	3,73	3,67	3,68	3,48	3,38	3,28	3,20	3,12	3,07	3,00	2,97	2,92	2,88	2,87
16	4,48	3,83	3,24	3,01	2,88	2,74	2,68	2,68	2,64	2,48	2,42	2,37	2,33	2,28	2,24	2,20	2,16	2,13	2,09	2,07	2,04	2,02	2,01	2,01
	6,83	6,23	6,28	4,77	4,44	4,20	4,03	3,88	3,78	3,68	3,61	3,58	3,48	3,37	3,28	3,18	3,10	3,01	2,98	2,88	2,88	2,80	2,77	2,76
17	4,48	3,88	3,20	2,88	2,81	2,70	2,62	2,68	2,60	2,48	2,41	2,38	2,33	2,28	2,23	2,18	2,16	2,11	2,08	2,04	2,02	1,98	1,97	1,98
	6,40	6,11	6,18	4,87	4,34	4,10	3,93	3,78	3,68	3,68	3,62	3,48	3,38	3,27	3,18	3,08	3,00	2,92	2,88	2,78	2,78	2,70	2,67	2,68
18	4,41	3,88	3,18	2,83	2,77	2,68	2,68	2,61	2,48	2,41	2,37	2,34	2,28	2,28	2,18	2,16	2,11	2,07	2,04	2,00	1,98	1,98	1,93	1,92
	6,28	6,01	6,08	4,88	4,28	4,01	3,88	3,71	3,60	3,61	3,44	3,37	3,27	3,18	3,07	3,00	2,91	2,83	2,78	2,71	2,68	2,62	2,58	2,57
19	4,38	3,82	3,13	2,80	2,74	2,63	2,68	2,48	2,43	2,38	2,34	2,31	2,28	2,21	2,16	2,11	2,07	2,02	2,00	1,98	1,94	1,91	1,90	1,88
	6,18	6,03	6,01	4,80	4,17	3,84	3,77	3,63	3,62	3,48	3,38	3,30	3,18	3,12	3,00	2,92	2,84	2,78	2,70	2,63	2,60	2,54	2,51	2,48
20	4,38	3,48	3,10	2,87	2,71	2,60	2,62	2,48	2,43	2,38	2,31	2,28	2,23	2,18	2,12	2,08	2,08	2,08	1,98	1,98	1,92	1,90	1,87	1,84
	6,10	6,08	4,84	4,43	4,10	3,87	3,71	3,68	3,48	3,37	3,30	3,23	3,13	3,08	2,94	2,88	2,77	2,68	2,68	2,68	2,63	2,47	2,44	2,42
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,67	2,48	2,42	2,37	2,32	2,28	2,28	2,20	2,18	2,08	2,08	2,00	1,98	1,98	1,98	1,97	1,94	1,92	1,91
	6,02	6,78	4,87	4,37	4,04	3,81	3,68	3,61	3,40	3,31	3,24	3,17	3,07	2,98	2,88	2,80	2,72	2,68	2,68	2,61	2,47	2,42	2,38	2,38
22	4,30	3,44	3,08	2,82	2,68	2,68	2,47	2,40	2,38	2,30	2,28	2,23	2,18	2,13	2,07	2,03	1,98	1,98	1,91	1,97	1,94	1,91	1,90	1,78
	7,84	6,72	4,82	4,31	3,88	3,78	3,68	3,48	3,38	3,28	3,18	3,12	3,02	2,94	2,83	2,78	2,67	2,68	2,68	2,48	2,42	2,37	2,33	2,31
23	4,28	3,48	3,03	2,80	2,64	2,63	2,48	2,38	2,32	2,28	2,24	2,20	2,14	2,10	2,04	2,00	1,98	1,91	1,98	1,94	1,92	1,78	1,77	1,78
	7,88	6,88	4,78	4,28	3,84	3,71	3,64	3,41	3,30	3,21	3,14	3,07	2,97	2,88	2,78	2,70	2,62	2,68	2,48	2,41	2,37	2,32	2,28	2,28
24	4,28	3,40	3,01	2,78	2,62	2,61	2,43	2,38	2,30	2,28	2,22	2,18	2,13	2,08	2,02	1,98	1,94	1,98	1,98	1,92	1,90	1,78	1,74	1,73
	7,82	6,81	4,72	4,22	3,80	3,67	3,60	3,38	3,28	3,17	3,08	3,03	2,93	2,88	2,74	2,68	2,68	2,48	2,44	2,38	2,33	2,27	2,23	2,21
25	4,24	3,38	2,98	2,78	2,60	2,48	2,41	2,34	2,28	2,24	2,20	2,18	2,11	2,08	2,00	1,98	1,92	1,97	1,94	1,90	1,77	1,74	1,72	1,71
	7,77	6,87	4,88	4,18	3,88	3,63	3,48	3,32	3,21	3,13	3,08	2,98	2,88	2,81	2,70	2,62	2,64	2,48	2,40	2,32	2,28	2,23	2,18	2,17

26	422	337	289	274	269	247	239	232	227	222	218	215	210	205	199	195	190	185	182	179	176	172	170	169
	772	653	484	414	382	359	342	329	317	309	302	299	295	277	269	259	250	241	238	229	225	219	215	213
27	421	335	290	273	267	249	237	230	225	220	218	213	208	203	197	193	188	184	180	179	174	171	169	167
	788	646	480	411	379	359	328	314	309	299	293	289	283	274	263	255	247	239	233	225	221	219	212	210
28	420	334	285	271	268	244	239	229	224	219	215	212	209	202	199	191	187	181	179	175	172	169	167	165
	784	645	457	407	379	353	323	311	303	295	290	280	271	260	252	244	235	230	222	218	213	209	206	204
29	419	333	283	270	264	243	235	228	222	218	214	210	205	200	194	190	185	180	177	173	171	169	165	164
	780	652	464	404	373	350	320	309	300	292	287	277	269	257	249	241	232	227	219	215	210	206	203	201
30	417	332	282	269	263	242	234	227	221	218	212	209	204	199	193	189	184	179	176	172	169	168	164	162
	758	636	451	402	370	347	330	317	309	299	290	284	274	266	255	247	239	229	224	219	213	207	203	201
32	416	330	280	267	261	240	232	225	219	214	210	207	202	197	191	189	182	179	174	169	167	164	161	159
	750	634	448	397	369	342	325	312	301	294	288	280	270	262	251	242	234	225	220	212	208	202	199	196
34	413	328	288	285	249	239	230	223	217	212	209	205	200	195	189	184	180	174	171	167	164	161	159	157
	744	628	442	393	361	339	321	309	297	289	282	276	269	259	247	239	230	221	215	209	204	199	194	191
36	411	326	280	263	248	239	229	221	215	210	208	203	199	193	187	182	178	172	169	165	162	159	158	155
	739	625	439	389	359	335	318	304	294	284	279	272	262	254	243	235	229	217	212	204	200	194	190	187
38	410	325	285	262	249	239	229	219	214	209	205	202	199	192	185	180	179	171	167	163	160	157	154	153
	735	621	434	389	354	332	315	302	291	282	275	269	259	251	240	232	222	214	209	200	197	190	189	184
40	409	323	284	281	245	234	225	218	212	207	204	200	195	190	184	179	174	169	169	161	159	155	153	151
	731	619	431	393	351	329	312	299	289	280	273	269	260	249	237	229	220	211	205	197	194	189	184	181
42	407	322	283	269	244	232	224	217	211	209	202	199	194	189	182	179	173	169	164	160	157	154	151	149
	727	615	429	380	349	326	310	299	289	277	270	264	254	246	235	229	217	209	202	194	191	185	180	179
44	406	321	282	269	243	231	223	216	210	205	201	199	192	189	181	176	172	169	163	159	156	152	150	148
	724	612	428	379	349	324	307	294	284	275	269	262	252	244	232	224	215	209	200	192	189	182	179	175
46	405	320	281	267	242	230	222	214	209	204	200	197	191	187	180	175	171	165	162	157	154	151	149	148
	721	610	424	379	344	322	305	292	282	273	269	260	250	242	230	222	213	204	199	190	189	180	179	172
48	404	319	280	269	241	230	221	214	209	203	199	196	190	189	179	174	170	164	161	159	153	150	147	145
	719	608	422	374	342	320	304	290	280	271	264	259	249	240	229	220	211	202	199	199	194	179	173	170
50	403	318	279	269	210	229	220	213	207	202	199	195	190	185	179	174	169	163	160	155	152	149	148	144
	717	606	420	372	344	319	302	299	279	270	262	259	219	239	229	219	210	200	191	189	182	179	171	169

55	4,02	3,17	2,78	2,51	3,38	2,27	2,18	2,11	2,05	2,00	1,97	1,93	1,88	1,83	1,76	1,72	1,67	1,61	1,58	1,52	1,50	1,46	1,43	1,41
	7,12	5,01	4,16	3,68	3,37	3,15	2,98	2,85	2,75	2,66	2,59	2,53	2,43	2,35	2,23	2,15	2,00	1,96	1,90	1,82	1,78	1,71	1,66	1,64
60	4,00	3,15	2,76	2,52	2,37	2,25	2,17	2,10	2,01	1,99	1,95	1,92	1,86	1,81	1,75	1,70	1,65	1,59	1,56	1,50	1,48	1,44	1,41	1,39
	7,08	4,98	4,13	3,63	3,31	3,12	2,95	2,82	2,72	2,63	2,56	2,50	2,10	2,32	2,20	2,12	2,03	1,93	1,87	1,79	1,71	1,68	1,63	1,60
65	3,89	3,14	2,75	2,51	2,36	2,21	2,15	2,08	2,02	1,98	1,91	1,90	1,85	1,80	1,73	1,68	1,63	1,57	1,51	1,49	1,46	1,42	1,39	1,37
	7,01	4,85	4,10	3,62	3,31	3,09	2,93	2,79	2,70	2,61	2,51	2,47	2,37	2,30	2,18	2,09	2,00	1,90	1,81	1,76	1,71	1,61	1,60	1,56
70	3,88	3,13	2,74	2,50	2,35	2,22	2,11	2,07	2,01	1,97	1,93	1,89	1,81	1,79	1,72	1,67	1,62	1,56	1,53	1,47	1,45	1,40	1,37	1,35
	7,01	4,92	4,08	3,60	3,29	3,07	2,91	2,77	2,67	2,59	2,51	2,45	2,35	2,28	2,15	2,07	1,98	1,88	1,82	1,74	1,69	1,63	1,56	1,53
80	3,86	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21	2,12	2,05	1,99	1,95	1,91	1,88	1,82	1,77	1,70	1,65	1,60	1,51	1,51	1,45	1,42	1,38	1,35	1,32
	6,98	4,86	4,04	3,58	3,25	3,01	2,87	2,71	2,61	2,55	2,18	2,11	2,32	2,21	2,11	2,03	1,94	1,84	1,78	1,70	1,65	1,57	1,52	1,49
100	3,91	3,09	2,70	2,46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92	1,88	1,85	1,79	1,75	1,68	1,63	1,57	1,51	1,18	1,12	1,39	1,34	1,30	1,28
	6,90	4,82	3,98	3,51	3,20	2,99	2,82	2,69	2,59	2,51	2,13	2,36	2,26	2,19	2,06	1,98	1,89	1,79	1,73	1,64	1,59	1,51	1,46	1,43
125	3,82	3,07	2,68	2,44	2,29	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90	1,86	1,83	1,77	1,72	1,66	1,60	1,55	1,49	1,45	1,39	1,36	1,31	1,27	1,25
	6,81	4,78	3,94	3,17	3,17	2,95	2,79	2,65	2,56	2,17	2,40	2,33	2,23	2,15	2,03	1,94	1,85	1,75	1,68	1,59	1,54	1,46	1,40	1,37
150	3,91	3,06	2,67	2,43	2,27	2,16	2,07	2,00	1,94	1,89	1,85	1,82	1,76	1,71	1,64	1,59	1,51	1,47	1,44	1,37	1,34	1,29	1,25	1,22
	6,81	4,75	3,91	3,14	3,13	2,92	2,76	2,62	2,53	2,44	2,37	2,30	2,20	2,12	2,00	1,91	1,83	1,72	1,66	1,56	1,51	1,43	1,37	1,33
200	3,88	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80	1,74	1,69	1,62	1,57	1,52	1,45	1,42	1,35	1,32	1,26	1,22	1,19
	6,79	4,74	3,88	3,41	3,11	2,90	2,73	2,60	2,50	2,41	2,34	2,28	2,17	2,09	1,97	1,88	1,79	1,69	1,62	1,53	1,48	1,39	1,33	1,28
400	3,88	3,02	2,62	2,39	2,23	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,78	1,72	1,67	1,60	1,54	1,49	1,42	1,38	1,32	1,28	1,22	1,16	1,13
	6,70	4,66	3,83	3,36	3,06	2,85	2,69	2,55	2,46	2,37	2,29	2,23	2,12	2,04	1,92	1,84	1,74	1,64	1,57	1,47	1,42	1,32	1,24	1,19
1000	3,85	3,00	2,61	2,38	2,22	2,10	2,02	1,95	1,89	1,84	1,80	1,76	1,70	1,65	1,58	1,53	1,47	1,41	1,36	1,30	1,26	1,19	1,13	1,08
	6,68	4,62	3,80	3,34	3,04	2,82	2,66	2,53	2,13	2,34	2,26	2,20	2,09	2,01	1,89	1,81	1,71	1,61	1,54	1,44	1,38	1,28	1,19	1,11
∞	3,84	2,99	2,60	2,37	2,21	2,09	2,01	1,94	1,88	1,83	1,79	1,75	1,69	1,64	1,57	1,52	1,46	1,40	1,35	1,28	1,24	1,17	1,11	1,00
	6,64	4,60	3,78	3,32	3,02	2,80	2,64	2,51	2,41	2,32	2,24	2,18	2,07	1,98	1,87	1,79	1,69	1,59	1,52	1,41	1,36	1,25	1,15	1,00

Sumber: 7

diin Khuliatu pada penulisan

Dafta Responden Kuesioner Uji Coba		
No.	Nama	Kelas
1	Eka Nur Diah	Pendidikan Akuntansi 1 2013
2	Safitri Wartti	Pendidikan Akuntansi 1 2013
3	Febri Nur Fitriani	Pendidikan Akuntansi 1 2013
4	Ahmad Sofyan	Pendidikan Akuntansi 1 2013
5	Wirdha Annisa Laksmi	Pendidikan Akuntansi 1 2013
6	Ajeng Pratiwi	Pendidikan Akuntansi 1 2013
7	Dinka Ramadhani	Pendidikan Akuntansi 1 2013
8	Resti Indah Purwaningsih	Pendidikan Akuntansi 1 2013
9	Luthfi Wahyuningtyas	Pendidikan Akuntansi 1 2013
10	Cahayani Sinarta Sukma	Pendidikan Akuntansi 1 2013
11	Farida Eka Safitri	Pendidikan Akuntansi 1 2013
12	Rianto Pangestu	Pendidikan Akuntansi 1 2013
13	Dzikra astila	Pendidikan Akuntansi 1 2013
14	Eka Fajar Rahayu	Pendidikan Akuntansi 1 2013
15	Sahat Pangihutan	Pendidikan Akuntansi 1 2013
16	Adelia N Pratiwi	Pendidikan Akuntansi 1 2013
17	Madon	Pendidikan Akuntansi 1 2013
18	Zaracherosa Violetia	Pendidikan Akuntansi 1 2013
19	Ayu Wulandari	Pendidikan Akuntansi 1 2013
20	Dian lestari	Pendidikan Akuntansi 1 2013
21	Nanik Sriharti	Pendidikan Akuntansi 1 2013
22	Yudha Aditya Pratama	Pendidikan Akuntansi 1 2013
23	Anisah Nur Rahman	Pendidikan Akuntansi 1 2013
24	Jasmine Risky Ramadhani	Pendidikan Akuntansi 1 2013
25	Destya Larasati	Pendidikan Akuntansi 1 2013
26	Eky Hamidah Putri	Pendidikan Akuntansi 1 2013
27	Meri Rusmardian	Pendidikan Akuntansi 1 2013
28	Putri Humairoh	Pendidikan Akuntansi 1 2013
29	Ika Murnia	Pendidikan Akuntansi 1 2013
30	Novi Purwaningsih	Pendidikan Akuntansi 1 2013

Daftar Responden Kuesioner Final

No.	Nama	Kelas
1	Mega Rusmardiana	Pend. Tata Niaga 2013
2	Aulia Favlevi	Pend. Tata Niaga 2013
3	Astari Ramdhania Rahayu	Pend. Tata Niaga 2013
4	Rizki Hidayatullah	Pend. Tata Niaga 2013
5	Alfi Fitri Yeni	Pend. Tata Niaga 2013
6	Dyah Puspita	Pend. Tata Niaga 2013
7	Tri Intan Dewi	Pend. Tata Niaga 2013
8	Willies Tarantiarno	Pend. Tata Niaga 2013
9	Kevin Yudho Utomo	Pend. Tata Niaga 2013
10	Anwar Hadi	Pend. Tata Niaga 2013
11	Restia Nur Rizky	Pend. Tata Niaga 2013
12	Adie R Subandie	Pend. Tata Niaga 2013
13	Desy Kartika Chandra Putri	Pend. Tata Niaga 2013
14	Abdul Qodir Jaelani	Pend. Tata Niaga 2013
15	Desy Purwito Sari	Pend. Tata Niaga 2013
16	Muhammad Irsya Firwadi	Pend. Tata Niaga 2013
17	Ummu Fitriani	Pend. Tata Niaga 2013
18	Choirunnisa	Pend. Tata Niaga 2013
19	Uwais Qurni	Pend. Tata Niaga 2013
20	Dzaqiyah Tsabatullah	Pend. Tata Niaga 2013
21	Nila Indawati	Pend. Tata Niaga 2013
22	Steria Yasmin	Pend. Tata Niaga 2013
23	Inna Tri Liana	Pend. Tata Niaga 2013
24	Nur Fajri Jamillah	Pend. Tata Niaga 2013
25	Ardinda Daniswara	Pend. Tata Niaga 2013
26	Siti Rodiah	Pend. Tata Niaga 2013
27	Annisa Ul Hasanah	Pend. Tata Niaga 2013
28	Margaretha Estiana	Pend. Tata Niaga 2013
29	Muhammad Miura	Pend. Tata Niaga 2013
30	Iyan Anggi	Pend. Tata Niaga 2013
31	Nona Rani	Pend. Tata Niaga 2013
32	Juwita Mega	Pend. Tata Niaga 2013
33	Lusi Julistia	Pend. Tata Niaga 2013
34	Hania Rahmanti	Pend. Tata Niaga 2013
35	Rahma Yani	Pend. Tata Niaga 2013
36	Raras Shinta	Pend. Tata Niaga 2013
37	Kenti Astuti	Pend. Tata Niaga 2013
38	Rani Riyanti	Pend. Tata Niaga 2013

39	Sri Aisah	Pend. Tata Niaga 2013
40	Sutan Leonardo	Pend. Tata Niaga 2013
41	Eka Yuliasih	Pend. Tata Niaga 2013
42	Diaz Lupita	Pend. Tata Niaga 2013
43	Rahmat Hidayat	Pend. Tata Niaga 2013
44	Ika Wahyuni	Pend. Tata Niaga 2013
45	Pigantara Adiguna	Pend. Tata Niaga 2013
46	Ahmad Zulfiyan	Pend. Tata Niaga 2013
47	Sarah Invera	Pend. Tata Niaga 2013
48	Rini Tri Apriliani	Pend. Tata Niaga 2013
49	Agita Haerani	Pend. Tata Niaga 2013
50	Nova Arisanti	Pend. Tata Niaga 2013
51	Syifa Nurul Aini	Pend. Tata Niaga 2013
52	Dinda Amalia	Pend. Tata Niaga 2013
53	Riska Adi Sulistyani	Pend. Tata Niaga 2013
54	Sitta Putri	Pend. Tata Niaga 2013
55	Mela S.	Pend. Tata Niaga 2013
56	Ulfa Farida	Pend. Tata Niaga 2013
57	Febriyani	Pend. Tata Niaga 2013
58	Panca Setya	Pend. Tata Niaga 2013
59	Sofia Hertanty	Pend. Tata Niaga 2013
60	Choirunnisa	Pend. Tata Niaga 2014
61	Nurul Aisyah	Pend. Tata Niaga 2014
62	Sarah Fauziah	Pend. Tata Niaga 2014
63	Ribiatul Adawiyah	Pend. Tata Niaga 2014
64	Marin Dwi Pamungkas	Pend. Tata Niaga 2014
65	Rizki Nia	Pend. Tata Niaga 2014
66	Widia Puji Lestari	Pend. Tata Niaga 2014
67	Fajar Dwi Kurniawan	Pend. Tata Niaga 2014
68	Dira Nurmawati Dewi	Pend. Tata Niaga 2014
69	Novi Lanjar	Pend. Tata Niaga 2014
70	Devi Rohmawati	Pend. Tata Niaga 2014
71	Kholifaturrokhma	Pend. Tata Niaga 2014
72	Diah Meiyanti	Pend. Tata Niaga 2014
73	Reska Septiani	Pend. Tata Niaga 2014
74	Hikmawati	Pend. Tata Niaga 2014
75	Sarah Mutia	Pend. Tata Niaga 2014
76	Shintia Indah	Pend. Tata Niaga 2014
77	Bekti Susilo Aji	Pend. Tata Niaga 2014
78	Diana Puspa	Pend. Tata Niaga 2014
79	Rachmadina Pratiwi	Pend. Tata Niaga 2014
80	Ummi Nadroh	Pend. Tata Niaga 2014
81	Nelinda	Pend. Tata Niaga 2014

82	Dyah Kartika	Pend. Tata Niaga 2015
83	Namira Nurmeidianan	Pend. Tata Niaga 2015
84	Irma Ramadhani	Pend. Tata Niaga 2015
85	Ismail	Pend. Tata Niaga 2015
86	Eka Yuliana	Pend. Tata Niaga 2015
87	Melsy	Pend. Tata Niaga 2015
88	Febri Restiana	Pend. Tata Niaga 2015
89	Khoirunnisa	Pend. Tata Niaga 2015
90	Vivi Juliany	Pend. Tata Niaga 2015
91	Muhammad Akbar	Pend. Tata Niaga 2015
92	Putrie Narulia	Pend. Tata Niaga 2015
93	Astri Oktavianingrum	Pend. Tata Niaga 2015
94	Lia Indah Pramesti	Pend. Tata Niaga 2015
95	Ananda Ameliana	Pend. Tata Niaga 2015
96	Nenden Siti Fauziah	Pend. Tata Niaga 2015
97	Rizky Rahadian	Pend. Tata Niaga 2015
98	Athifa Rahmadini	Pend. Tata Niaga 2015
99	Misla Oktaviani	Pend. Tata Niaga 2016
100	Maudy Ragilia Andriani	Pend. Tata Niaga 2016
101	Novianan Afrida	Pend. Tata Niaga 2016
102	Hanani Afwan	Pend. Tata Niaga 2016
103	Rahma Purti fatiah	Pend. Tata Niaga 2016
104	Cyndy Yulyanti	Pend. Tata Niaga 2016
105	Khimatun Luthfia	Pend. Tata Niaga 2016
106	Riesta Agustina	Pend. Tata Niaga 2016
107	Rahma Putri	Pend. Tata Niaga 2016
108	Sekar Ayu Kirana	Pend. Tata Niaga 2016
109	Farrel Muhammad	Pend. Tata Niaga 2016
110	Zafar Adreansyah Gumay	Pend. Tata Niaga 2016

RIWAYAT HIDUP



Niken Nurazizah, lahir di Jakarta pada 4 Oktober 1995 yang merupakan anak pertama dari 2 bersaudara pasangan Bapak Rusdani Sofyan dan Ibu Neneng Nur Hasanah.

RIWAYAT PENDIDIKAN

Lembaga Pendidikan	Periode
Universitas Negeri Jakarta	2013 -
SMAN 100 Jakarta	2010 - 2013
SMPN 27 Jakarta	2007 - 2010
SDN Klender 04 Pagi	2001 - 2007

RIWAYAT ORGANISASI

Organisasi	Jabatan	Periode
Econochannel	Kepala Divisi Ilustrator	2016 – 2017
BEM FE UNJ	Staf Public Relation	2015 – 2016
Pandawa FE UNJ	Staf Propaganda	2015 – 2016
Econochannel	Staf Psdm	2014 – 2015
HMJ EA FE UNJ	Staf Infokom	2014 – 2015

PENGALAMAN PRAKTIK

Jenis kegiatan	Tempat	Masa bakti
Kuliah Kerja Nyata	Mandalawangi, Pandeglang	1 bulan 2016
Praktik Kerja Lapangan	Baituzzakah Pertamina	1 bulan 2016
Praktik Keterampilan Mengajar	SMKN 48 Jakarta	6 bulan 2016

