

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh signifikan dan positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Mutiara Kosmetik di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka respon emosi positif dari pelanggan akan muncul sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi juga.
2. Ada pengaruh signifikan dan positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Mutiara Kosmetik di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan pelanggan pula rasa puas yang dirasakan pelanggan.
3. Ada pengaruh signifikan dan positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Mutiara Kosmetik di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi juga loyalitas pelanggan.
4. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Mutiara Kosmetik di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal tersebut menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas

pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan serta mampu menciptakan loyalitas pelanggan yang tinggi juga.

5.2. Implikasi Manajerial

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini, dapat membantu Mutiara Kosmetik Daerah Istimewa Yogyakarta untuk meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga perusahaan dapat lebih maju lagi. Berdasarkan hasil yang diperoleh pada penelitian ini, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan sesuai dengan yang diharapkan otomatis pelanggan akan merasa puas dengan apa yang diterima dari perusahaan dengan begitu dapat menciptakan pelanggan yang loyal. Kualitas pelayanan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan untuk menciptakan rasa puas dalam diri pelanggan dengan begitu pelanggan akan memberikan respon positif kepada restoran. Respon positif yang diberikan pelanggan dapat berupa pelanggan menjadi loyal kepada perusahaan. Disarankan kepada manajemen perusahaan Mutiara Kosmetik agar lebih memperhatikan kualitas layanan dengan cara menghubungi koordinator-koordinator yang membuka gerai (brand) di Mutiara Kosmetik.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, kualitas pelayanan Mutiara Kosmetik tergolong tinggi. Hasil yang diperoleh menunjukkan Mutiara Kosmetik sudah memberikan pelayanan yang baik kepada setiap

pelanggannya sehingga setiap pelanggan menjadi nyaman ketika melakukan pembelian di Mutiara Kosmetik. Bersikap ramah dan sopan kepada setiap pelanggan dapat membuat pelanggan menjadi nyaman ketika melakukan pembelian Mutiara Kosmetik. Diharapkan Mutiara Kosmetik tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga mampu memberikan rasa puas kepada setiap pelanggan, serta mampu menciptakan pelanggan yang loyal.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, kepuasan pelanggan Mutiara Kosmetik tergolong tinggi. Hasil yang diperoleh menunjukkan Mutiara Kosmetik berhasil memberikan rasa puas kepada setiap pelanggan setelah melakukan pembelian pada Mutiara Kosmetik. Perusahaan harus mampu mempertahankan dan memenuhi harapan setiap pelanggan. Salah satu harapan pelanggan yaitu mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan dengan begitu pelanggan dapat merasa puas dengan kinerja yang diberikan Perusahaan kepada pelanggan. Diharapkan perusahaan mampu untuk terus memberikan rasa puas kepada setiap pelanggan Mutiara Kosmetik sehingga mampu untuk membangun loyalitas pelanggan. Selain dengan memberikan pelayanan yang baik perusahaan juga bisa meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan harga yang terjangkau, diskon, hadiah, dll.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, loyalitas pelanggan Mutiara Kosmetik tergolong tinggi, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa Mutiara Kosmetik telah berhasil membangun loyalitas pelanggan. Untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan perusahaan harus mampu

untuk memberikan rasa puas kepada pelanggan. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti memberikan kualitas pelayanan yang baik, memberikan diskon dan gratis ongkir dengan begitu pelanggan akan puas serta loyal kepada perusahaan.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terdapat beberapa kekurangan dalam penulisan, keterbatasan penelitian yang dialami oleh peneliti sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini jumlah sampel yang diambil 98 responden, namun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini terlalu sedikit untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya dari merek Mutiara Kosmetik.
2. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan *google form* untuk membagikan kuesioner kepada responden, peneliti tidak dapat secara langsung mengawasi responden dalam mengisi kuesioner, sehingga tidak dapat dipastikan apakah responden benar-benar paham dengan pertanyaan yang ada di kuesioner tersebut dan mengisi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

5.4. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti akan menyampaikan beberapa saran yang mungkin dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menambah jumlah sampel penelitian. Menambah jumlah sampel penelitian akan memberikan hasil

yang lebih baik. Semakin banyak jumlah responden akan membuat hasil yang lebih akurat sehingga dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya.

2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menyebarkan kuesioner secara langsung dan melakukan pengawasan secara langsung sehingga responden yang memiliki pertanyaan dapat ditanyakan secara langsung kepada peneliti.



DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Dost Mohamad, H., Shukri Ab Yazid, M., Khatibi, A., & Ferdous Azam, S. M. (2017). Service quality, customer satisfaction and customer loyalty of the hotel industry in United Arab Emirates (UAE): a measurement model. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 2(4), 2017. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1066572>
- Alfajar, F., Mustainah, Tawil, M., & Polii, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11) Alfajar, F., Mustainah, Tawil, M., & Polii, J. J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makassar Jeans House Kota Palu. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1, 1(1), 37–50.
- Alfin, M. R., & Nurdin, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Pada Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan. *Ecodemica*, 1(2), 252–261.
- Dewi, Hajadi, F., Handranata, Y. W., & Herlina, M. G. (2021). The effect of service quality and customer satisfaction toward customer loyalty in service industry. *Uncertain Supply Chain Management*, 9(3), 631–636. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2021.5.007>
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Faradisa, I., H, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian. *Journal of Management*, 2(2), 1–13. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517/503>
- Hartono, R. (2018). “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Toko Kalimas.” *Agora*, 6(2), 1–5.
- Ida, S., & Massie, J. D. . (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Air Manado. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi*, 3(3), 729–742.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 416.
- Keni, K., & Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 191. <https://doi.org/10.24912/jb.v5i1.11196>
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–212. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.

- Mix: *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90.
<https://doi.org/10.22441/mix.2018.v8i1.006>
- Pérez-Morón, J., Madan, S., Cheu, J. Y., Kee, D. M. H., Cheong, L. C., Chin, R., Cheng, J., & García, A. P. M. (2022). Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A case study of Starbucks in Malaysia. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*, 5(1), 62–74.
<https://doi.org/10.32535/ijthap.v5i1.1402>
- Pramono, W., & Adiwijaya, M. (2019). *Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Lion Air*. 7(2).
- Pratama, Y. (2022). Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Penggunaan Ulang Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Jasa Rekening Bersama (Rekber) Studi Kasus Pada Pt. Trijaya Digital Grup. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 11(3), 201–214.
<https://doi.org/10.29303/jmm.v11i3.738>
- Putra, R. (2021). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 516–524. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i4.461>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283.
<https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Ridha Maisaroh, & Maulida Nurhidayati. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(2), 197–216.
<https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i2.282>
- Ruky et al. (2018). Metodologi Penelitian: Metodologi penelitian Skripsi. *Rake Sarasin*, 52, 51.
- Sembiring, I. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan McDonalds MT.Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 15(1), 84504.
- Septiarini, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Activewear Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan Elektronik (E-servqual) Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Generasi Z di Kota Cimahi). *Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 19(1), 59–76.
<https://doi.org/10.54783/portofolio.v19i1.242>
- Sinollah, & Masruro. (2019). Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection
- Slack, N., Singh, G., & Sharma, S. (2020). The effect of supermarket service quality dimensions and customer satisfaction on customer loyalty and disloyalty dimensions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 12(3), 297–318. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-10-2019-0114>
- Subawa, I. G. B., & Sulistyawati, E. (2020). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(2), 718.

- <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i02.p16>
- Syahfitri, M. N., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 216–237. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.567>
- Takwim, R. I., Asmala, T., & Johan, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan store atmosphere terhadap customer loyalty. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5617–5622. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2093>
- Widjoyo, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Xian, Gou Li, dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Perkenalkan nama saya Henny H.C Sembiring. Saya merupakan mahasiswa prodi manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir (Skripsi) dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Pemediasi: Studi Pada Pelanggan Mutiara Kosmetik Di Daerah Istimewa Yogyakarta”**. Sehubungan dengan adanya hal tersebut, keterlibatan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dalam pengisian kuesioner sangat dibutuhkan untuk kemajuan penelitian ini. Segala informasi yang diberikan oleh Bapak/Ibu/Saudara/Saudari akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini. Oleh sebab itu, diharapkan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dapat mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. Atas perhatian dan kerja samanya saya ucapkan terima kasih.

Pertanyaan Filter

Apakah anda berdomisili di Yogyakarta?

- Ya
- Tidak

Apakah anda mengetahui produk Mutiara Kosmetik?

- Ya

- Tidak

Apakah anda sudah pernah melakukan pembelian Mutiara Kosmetik Yogyakarta minimal 2 kali??

- Pernah
- Tidak Pernah

Profil Responden

Nama :

Jenis Kelamin : L / P (lingkari)

Usia :

- 13-17
- 18-23
- 24-30
- > 30

Instansi :

- Pelajar/Mahasiswa
- PNS
- Karyawan
- Ibu Rumah Tangga
- Lainnya

INFORMASI KUESIONER

Responden dimohon menjawab pertanyaan yang diajukan dibawah ini dengan melingkari salah satu jawaban yang relevan sesuai dengan opini responden. Jawaban dari responden diklasifikasikan menjadi pilihan jawaban yaitu, **STS** (sangat tidak setuju), **TS** (tidak setuju), **N** (netral), **S** (setuju) dan **SS** (sangat setuju)

Bagian 1: Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan Mutiara Kosmetik bersikap sopan kepada saya.					
2	Karyawan Mutiara Kosmetik berpakaian bersih dan rapi.					
3	Outlet Mutiara Kosmetik terjaga kebersihannya.					
4	Menurut saya Jam operasional Mutiara Kosmetik sudah sesuai.					
5	Prioritas Karyawan Mutiara Kosmetik adalah memenuhi kebutuhan pelanggan.					
6	Mutiara Kosmetik memiliki desain interior yang menarik.					
7	Saya merasa nyaman berinteraksi dengan karyawan Mutiara Kosmetik.					

Bagian 2 Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa sangat puas saat membeli produk Mutiara Kosmetik.					
2	Pengalaman saya membeli Mutiara Kosmetik melebihi ekspektasi saya.					
3	Saya merasa senang saat membeli Mutiara Kosmetik.					
4	Saya merasa puas dengan harga yang ditawarkan Mutiara Kosmetik.					

Bagian 3 Loyalitas Pelanggan

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
1	Saya akan merekomendasikan Mutiara Kosmetik kepada keluarga dan teman-teman saya.	STS	TS	N	S	SS
2	Saya akan menyampaikan hal positif mengenai Mutiara Kosmetik.	STS	TS	N	S	SS
3	Saya tidak akan membeli produk Mutiara Kosmetik kembali jika saya mendapatkan pelayanan buruk.	STS	TS	N	S	SS
4	Saya akan memberitahu karyawan dan orang-orang jika saya mendapatkan pelayanan yang buruk.	STS	TS	N	S	SS
5	Saya berniat untuk membeli kembali produk Mutiara Kosmetik di masa mendatang.	STS	TS	N	S	SS

Lampiran 2 Karakteristik Responden

jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	23	23.5	23.5	23.5
	perempuan	75	76.5	76.5	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-23	93	94.9	94.9	94.9
	24-30	4	4.1	4.1	99.0
	>30	1	1.0	1.0	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	92	93.9	93.9	93.9
	PNS	1	1.0	1.0	94.9
	Karyawan	4	4.1	4.1	99.0
	Lainnya	1	1.0	1.0	100.0
	Total	98	100.0	100.0	

Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

a) Variabel Kualitas Pelayanan

		Correlations							
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	TOTAL
X01	Pearson	1	.494**	.345**	.264**	.487**	.433**	.617**	.703**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.009	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98
X02	Pearson	.494**	1	.494**	.421**	.432**	.471**	.458**	.715**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98
X03	Pearson	.345**	.494**	1	.536**	.430**	.519**	.508**	.757**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98
X04	Pearson	.264**	.421**	.536**	1	.435**	.332**	.354**	.651**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98
X05	Pearson	.487**	.432**	.430**	.435**	1	.452**	.532**	.733**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98
X06	Pearson	.433**	.471**	.519**	.332**	.452**	1	.568**	.755**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98
X07	Pearson	.617**	.458**	.508**	.354**	.532**	.568**	1	.797**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98
TOTAL	Pearson	.703**	.715**	.757**	.651**	.733**	.755**	.797**	1
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98

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

b) Variabel Kepuasan Pelanggan

Correlations

		X01	X02	X03	X04	TOTAL
M01	Pearson Correlation	1	.586**	.711**	.736**	.878**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98
M02	Pearson Correlation	.586**	1	.649**	.474**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98
M03	Pearson Correlation	.711**	.649**	1	.719**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98
M04	Pearson Correlation	.736**	.474**	.719**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98
TOTAL	Pearson Correlation	.878**	.800**	.895**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98

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

c) Variabel Loyalitas Pelanggan

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	TOTAL
Y01	Pearson Correlation	1	.738**	.439**	.394**	.607**	.825**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Y02	Pearson Correlation	.738**	1	.524**	.466**	.618**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Y03	Pearson Correlation	.439**	.524**	1	.386**	.312**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.002	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Y04	Pearson Correlation	.394**	.466**	.386**	1	.315**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.002	.000
	N	98	98	98	98	98	98
Y05	Pearson Correlation	.607**	.618**	.312**	.315**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.002		.000

N		98	98	98	98	98	98
TOTAL	Pearson Correlation	.825**	.866**	.694**	.690**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N		98	98	98	98	98	98

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

2. Uji Reliabilitas

a) Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	7

b) Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	4

c) Loyalitas Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	5

Lampiran 4 analisis statistik deskriptif

a) Variabel Kualitas Pelayanan

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X01	98	3.00	2.00	5.00	4.0000	.60921
X02	98	2.00	3.00	5.00	4.2755	.51334
X03	98	4.00	1.00	5.00	4.0408	.68742
X04	98	3.00	2.00	5.00	4.0204	.64183
X05	98	3.00	2.00	5.00	4.0204	.62557
X06	98	3.00	2.00	5.00	3.8367	.74188

X07	98	3.00	2.00	5.00	3.9388	.68589
TOTAL_X	98	15.00	20.00	35.00	28.1327	3.29835
Valid N (listwise)	98					

b) Variabel Kepuasan Pelanggan

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
M01	98	2.00	5.00	4.1224	.64641	.418
M02	98	2.00	5.00	3.7653	.75711	.573
M03	98	2.00	5.00	4.0306	.66510	.442
M04	98	2.00	5.00	4.0204	.73189	.536
TOTAL_M	98	8.00	20.00	15.9388	2.39336	5.728
Valid N (listwise)	98					

c) Variabel Loyalitas Pelayanan

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Y01	98	2.00	5.00	4.0102	.69601	.484
Y02	98	2.00	5.00	4.0000	.64216	.412
Y03	98	2.00	5.00	4.0918	.70472	.497
Y04	98	2.00	5.00	3.8980	.79288	.629
Y05	98	2.00	5.00	4.1633	.72785	.530
TOTAL_Y	98	14.00	25.00	20.1633	2.70812	7.334
Valid N (listwise)	98					

Lampiran 5 Uji Hipotesis (Uji F dan Uji t)

a) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.556	.551	1.815

a. Predictors: (Constant), X

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	395.307	1	395.307	120.063	.000 ^b
	Residual	316.081	96	3.293		
	Total	711.388	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.945	1.582		1.861	.066
	X	.612	.056	.745	10.957	.000

a. Dependent Variable: Y

b) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.540	.535	1.631

a. Predictors: (Constant), X

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	300.148	1	300.148	112.783	.000 ^b
	Residual	255.484	96	2.661		
	Total	555.633	97			

a. Dependent Variable: M

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.935	1.422		.657	.512
	X	.533	.050	.735	10.620	.000

a. Dependent Variable: M

c) **Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 ^a	.499	.493	1.927

a. Predictors: (Constant), M

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	354.763	1	354.763	95.499	.000 ^b
	Residual	356.625	96	3.715		
	Total	711.388	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), M

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.427	1.318		5.637	.000
	M	.799	.082	.706	9.772	.000

a. Dependent Variable: Y

d) **Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 ^a	.610	.602	1.709

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	434.075	2	217.038	74.351	.000 ^b
	Residual	277.312	95	2.919		
	Total	711.388	97			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.580	1.493		1.728	.087
	Kualitas Pelayanan	.404	.078	.492	5.213	.000
	Kepuasan Pelanggan	.390	.107	.344	3.644	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan