

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PUTRA NANGSIA CAR WASH**

SKRIPSI



Ditulis oleh :

Nama : Diah Ayu Ismawati
Nomor Mahasiswa : 15311431
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2019**

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PUTRA NANGSIA CAR WASH**

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Oleh :

Nama : Diah Ayu Ismawati
Nomor Mahasiswa : 15311431
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2019**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 15 Maret 2019

Penulis,



Diah Ayu Ismawati

PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PUTRA NANGSIA CAR WASH

Nama : Diah Ayu Ismawati
Nomor Mahasiswa : 15311431
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 15 Maret 2019

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Suwarsono Muhammad, Drs., M.A.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PUTRA NANGSIA CAR WASH

Disusun Oleh : **DIAH AYU ISMAWATI**

Nomor Mahasiswa : **15311431**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Kamis, tanggal: 11 April 2019

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Suwarsono, Drs., MA.



Penguji : Al Hasin, Drs., MBA.



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



[Signature]
Ika Estiyana, SE., M.Si, Ph.D.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum warahmatullah wabarakatuh.

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash*”. Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia. Tidak lupa shalawat beserta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat-Nya dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang.

Dalam penulisan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

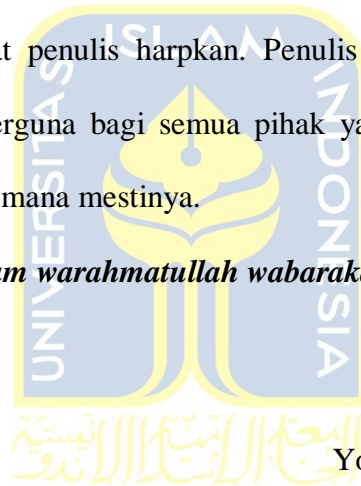
1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan dalam segala hal. Laa Ilaaha Ilallah, tiada Tuhan selain Allah. Laa Haula Wa Laa Quwwata Illaa Billah, tidak ada daya dan kekuatan kecuali dengan pertolongan Allah. Serta Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan yang baik dalam segala aspek kehidupan, rahmat bagi semesta alam.
2. Kedua Orang Tua Tercinta, Ayahanda Sumarno dan Ibunda Aandarwati, serta Dhea Puspita Sari selaku adik kandung penulis, yang selalu memberikan doa, motivasi, dukungan, cinta, serta kasih sayang yang tulus tanpa batas.

3. Bapak Fathul Wahid, S.T.,M.Sc.,Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Jaka Sriyana, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Anjar Priyono, S.E.,M.Si.,Ph.D. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Islam Indonesia,
6. Bapak Suwarsono Muhammad, Drs.,M.A.selaku dosen pembimbing, yang dengan segala kesabaran dan keikhlasan hati memberikan saran, mendukung, membimbing, mengoreksi, dan memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap staff pengajar Prodi Manajemen dan seluruh keluarga besar Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, yang telah banyak memberikan penulis ilmu akademik maupun non-akademik selama duduk di bangku perkuliahan.
8. Kepada kekasihku, Hendra Ari Wibowo yang telah mendoakan, menyemangati, membantu, dan senantiasa mendampingi penulis dalam suka maupun duka.
9. Sahabat-sahabat dekat penulis, Risky Wulandani, Yuanita Nawang Pramadya, Nurashikin, Ela Ramadhayana, dan Medi Eliansyah yang telah membantu dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis, dan juga kebersamaan kita selama hampir 4 tahun ini.
10. Kedua sahabatku Annisa Luthfiana dan Dwi Endah Mustikoningrum yang telah memberikan doa, semangat, dan dukungan, serta menghibur penulis.

11. Teman-teman semasa kuliah, teman-teman Manajemen angkatan 2015, dan teman-teman satu atap semasa KKN 57 Unit 381.
12. Kepada semua pihak, keluarga, sahabat maupun teman penulis yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu, semoga Allah SWT mencatat semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Aamiin.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan berkah dan pahala yang berlimpah atas budi baik mereka selama ini Aamiin. Akhirnya, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan serta jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Penulis berhadap semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan dan dapat digunakan sebagai mana mestinya.

Wassalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh.



Yogyakarta, 15 Maret 2019

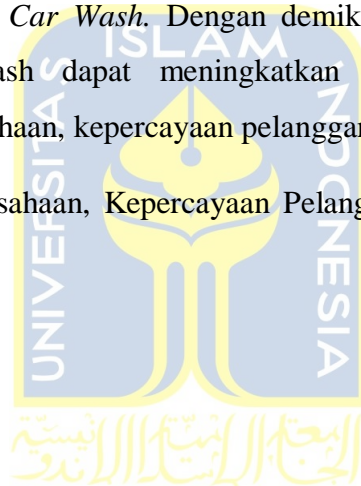
Penulis,

Diah Ayu Ismawati

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan Putra Nangsia Car Wash yang dipengaruhi oleh citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Putra Nangsia Car Wash. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 104 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *sampling purposive*. Metode pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Putra Nangsia Car Wash. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Putra Nangsia Car Wash dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan meningkatkan citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan.



ABSTRACT

The existence of good corporate image, customer trust, and good service quality will make consumers become loyal to product or service from the company. This research was intended to know customer loyalty rates of Putra Nangsia Car Wash which was affected by corporate image, customer trust, and service quality. This research was a quantitative research. The subject in this research were consumers using the service of Putra Nangsia Car Wash. The sample was 104 respondents obtained through the purposive sampling method. The data were collected through questionnaire. The method of data analysis was applied the multiple linier analysis with classic assumption test, hypothesis test, and coefficient of determination. Based on this research, it is concluded that corporate image, customer trust, and service quality significant simultaneous effect on Customer Loyalty. Finnaly it is suggested that Putra Nangsia Car Wash can increase customer loyalty by increasing the corporate image, customer trust, and service quality.

Keywords : *Corporate Image, Customer Trust, Quality Service, and Customer Loyalty.*

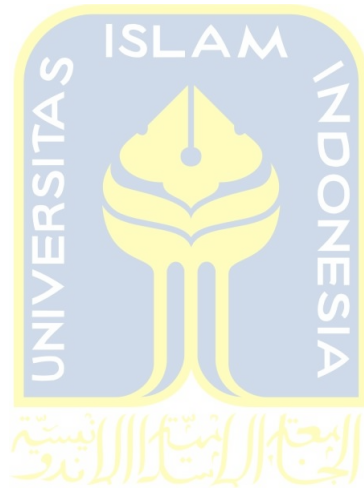


DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|------------|
| Halaman Sampul Depan Skripsi | i |
| Halaman Judul | ii |
| Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme | iii |
| Halaman Pengesahan | iv |
| Halaman Pengesahan Ujian Skripsi | v |
| Kata Pengantar | vi |
| Abstrak | ix |
| Daftar Isi | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Malah | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah Penelitian | 7 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 8 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1. Kajian Pustaka | 9 |
| 2.2. Landasan Teori | 10 |
| 2.2.1. Loyalitas Pelanggan | 10 |
| 2.2.2. Citra Perusahaan | 11 |
| 2.2.3. Kepercayaan Pelanggan | 12 |
| 2.2.4. Kualitas Pelayanan | 14 |
| 2.3. Kerangka Penelitian | 16 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 17 |
| 3.1. Lokasi Penelitian | 17 |
| 3.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian | 17 |

| | |
|--|-----------|
| 3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data | 20 |
| 3.3.1. Jenis Data | 20 |
| 3.3.2. Teknik Pengumpulan Data | 20 |
| 3.4. Populasi dan Sampel | 21 |
| 3.4.1. Populasi | 21 |
| 3.4.2. Sampel | 21 |
| 3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian | 24 |
| 3.5.1. Uji Validitas | 24 |
| 3.5.2. Uji Reliabilitas | 25 |
| 3.6. Metode Analisis Data | 25 |
| 3.6.1. Analisis Deskriptif | 25 |
| 3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda | 25 |
| 3.6.3. Uji Asumsi Klasik | 26 |
| 3.6.4. Uji Hipotesa | 28 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | 33 |
| 4.1. Hasil Penelitian | 33 |
| 4.1.1. Gambaran Umum Putra Nangsia <i>Car Wash</i> | 33 |
| 4.1.2. Respon Rate | 33 |
| 4.1.3. Gambaran Umum Responden | 34 |
| 4.1.4. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian | 36 |
| 4.2. Instrumen Penelitian | 41 |
| 4.2.1. Uji Validitas | 41 |
| 4.2.2. Uji Reliabilitas | 44 |
| 4.3. Uji Asumsi Klasik | 45 |
| 4.3.1. Uji Normalitas | 45 |
| 4.3.2. Uji Multikolinieritas | 47 |
| 4.3.3. Uji Heteroskedastisitas | 47 |
| 4.4. Analisis Regresi Linier Berganda | 49 |
| 4.4.1. Koefisien Determinasi (R Square) | 50 |
| 4.5. Uji Hipotesis | 52 |
| 4.5.1. Uji F (Simultan) | 52 |
| 4.5.2. Uji Hipotesis (Uji T) | 54 |

| | |
|---|-----------|
| 4.6. Pembahasan | 58 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 63 |
| 5.1. Kesimpulan | 63 |
| 5.2. Keterbatasan Penelitian | 63 |
| 5.3. Saran | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | 65 |
| LAMPIRAN | 68 |

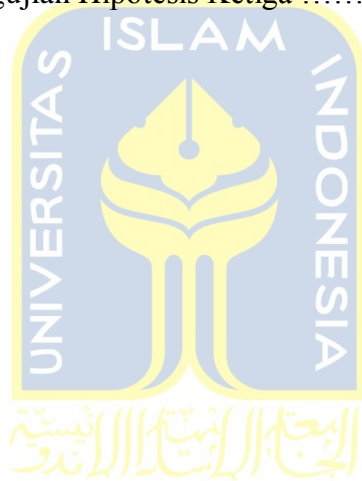


DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 4.1 : Respon Rate | 34 |
| Tabel 4.2 : Deskripsi Responden | 34 |
| Tabel 4.3 : Kategori Skor Interval Responden | 37 |
| Tabel 4.4 : Variabel Citra Perusahaan | 37 |
| Tabel 4.5 : Variabel Kepercayaan Pelanggan | 38 |
| Tabel 4.6 : Variabel Kualitas Pelayanan | 39 |
| Tabel 4.7 : Variabel Loyalitas Pelanggan | 40 |
| Tabel 4.8 : Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan | 41 |
| Tabel 4.9 : Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan | 42 |
| Tabel 4.10 : Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan | 43 |
| Tabel 4.11 : Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan | 44 |
| Tabel 4.12 : Hasil Uji Reliabilitas | 45 |
| Tabel 4.13 : Hasil Uji Normalitas | 46 |
| Tabel 4.14 : Hasil Uji Multikolinieritas | 47 |
| Tabel 4.15 : Hasil Uji Heteroskedastisitas | 48 |
| Tabel 4.16 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 49 |
| Tabel 4.17 : Tabel Intrepetasi Koefisien Korelasi | 51 |
| Tabel 4.18 : Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi R Square | 51 |
| Tabel 4.19 : Uji F | 52 |
| Tabel 4.20 : Uji t | 54 |
| Tabel 4.21 : Hasil Uji Hipotesis | 58 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.3 : Kerangka Penelitian | 16 |
| Gambar 3.1 : Kurva Uji F | 29 |
| Gambar 3.2 : Kurva Uji T | 31 |
| Gambar 4.1 : Grafik Uji F | 53 |
| Gambar 4.2 : Hasil Pengujian Hipotesis Pertama | 55 |
| Gambar 4.3 : Hasil Pengujian Hipotesis Kedua | 56 |
| Gambar 4.4 : Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga | 57 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|---------|
| Lampiran 1 : Analisis Deskriptif Responden | 68 |
| Lampiran 2 : Analisis Deskriptif Variabel Penelitian | 69 |
| Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas | 72 |
| Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas | 76 |
| Lampiran 5 : Hasil Uji Normalitas | 78 |
| Lampiran 6 : Hasil Uji Multikolinieritas | 79 |
| Lampiran 7 : Hasil Uji Heteroskedastisitas | 79 |
| Lampiran 8 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 80 |
| Lampiran 9 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square) | 80 |
| Lampiran 10 : Hasil Uji F (Simultan) | 81 |
| Lampiran 11 : Hasil Uji T | 81 |
| Lampiran 12 : r_{tabel} | 82 |
| Lampiran 13 : F_{tabel} | 88 |
| Lampiran 14 : t_{tabel} | 94 |
| Lampiran 15 : Tabulasi Kuisisioner | 100 |
| Lampiran 16 : Kuesioner Penelitian | 112 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia merupakan salah satu fenomena yang sangat menarik untuk diamati. Terlebih lagi dengan adanya globalisasi yang mendorong tersebarnya informasi secara lebih cepat. Dewasa ini banyak bermunculan industri-industri baru baik di bidang manufaktur maupun di bidang jasa. Saat ini tidak hanya perusahaan manufaktur saja yang mendominasi aktivitas perekonomian, namun perusahaan jasa juga memberikan kontribusinya dalam pertumbuhan ekonomi. Dengan banyaknya jumlah transportasi di Indonesia yang setiap tahunnya mengalami peningkatan tentunya menjadi peluang bagi perusahaan jasa pencucian kendaraan. Oleh sebab itu perusahaan jasa akan meningkatkan dedikasinya menjadi lebih baik yaitu bagaimana cara menciptakan loyalitas pelanggan atas jasa yang telah diberikan.

Ukuran sektor jasa saat ini sudah semakin besar di seluruh dunia. Negara Indonesia yang memiliki pertumbuhan kendaraan yang selalu meningkat salah satunya pertumbuhan di Kabupaten Kulonprogo. Ditambah lagi dengan adanya pembangunan *New Yogyakarta International Airport* (NYIA) di Kabupaten Kulonprogo yang rencananya akan mulai beroperasi pada 01 April 2019.

“Untuk itu Presiden telah mengeluarkan Peraturan Presiden (Perpres) No. 98 Tahun 2017 Tentang Percepatan Pembangunan dan Pengoperasian

Bandar Udara Baru di Kabupaten Kulonprogo, DIY pada 23 Oktober 2017. Dalam Perpres tersebut diperintahkan supaya *New Yogyakarta International Airport* (NYIA) sudah mulai dapat beroperasi terbatas mulai 1 April 2019.” (Pambagio, 2018).

Dengan adanya pembangunan bandara di Kulonprogo tentunya akan menambah peningkatan perekonomian di sekitarnya, sehingga akan membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitar baik usaha baru maupun usaha yang sudah berjalan. Salah satunya Putra Nangsia Car Wash yang sudah beroperasi sejak maret 2017. Perusahaan Putra Nangsia *Car Wash* yang bertempat di Jl. Khudori, Wates, Kulonprogo, Yogyakarta menyediakan jasa pencucian motor, mobil, dan karpet. Selain itu juga melayani salon mobil interior, eksterior, dan aksesoris. Fasilitas yang disediakan yaitu mini café, ruang tunggu AC, area merokok, dan fasilitas Wi-Fi. Perusahaan Putra Nangsia *Car Wash* dikembangkan oleh tenaga profesional untuk memberikan pelayanan yang cepat dan optimal untuk semua kalangan sehingga kendaraan konsumen terawat dari cuaca yang tidak menentu baik dari interior maupun eksterior kendaraan.

Putra Nangsia *Car Wash* yang mulai beroperasi pada maret 2017 langsung disambut baik oleh masyarakat karena beberapa keunggulan yang dimilikinya seperti pelayanannya yang memuaskan, fasilitas-fasilitas yang disediakan juga sangat lengkap. Menurut data yang disampaikan pemilik, dari awal perusahaan beroperasi sudah ramai dikunjungi oleh konsumen yang akan mencuci kendaraanya, bahkan mereka menjadi loyal terhadap

perusahaan dan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini juga terbukti langsung dari perusahaan Putra Nangsia *Car Wash* yang selalu ramai oleh kendaraan para konsumennya. Hal ini membuat saya tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Putra Nangsia *Car Wash*.

Setiap perusahaan yang berorientasi pada bisnis pelayanan selalu ingin mengoptimalkan kualitas pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik. Dengan memberikan pelayanan yang optimal maka konsumen akan merasa dihargai dan diperhatikan. Oleh karena itu pelayanan yang baik akan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, maka konsumen akan memberikan umpan balik positif berupa loyalitas.

Menurut Shankar, Smith & Rangaswamy (2003) dalam Osman dan Sentosa (2013) loyalitas adalah komitmen pelanggan saat ini sehubungan dengan toko, merek dan penyedia layanan tertentu, ketika ada alternatif lain yang dapat dipilih oleh pelanggan saat ini. Ini akan membentuk sikap positif dengan menghasilkan perilaku pembelian berulang dari waktu ke waktu. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara loyalitas pelanggan dan keuntungan perusahaan. Menurut Lovelock, et., al (2011) dalam Dewi dan Rulirianto (2017) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan pendorong penting dari profitabilitas perusahaan jasa. Memiliki pelanggan yang loyal akan sangat menguntungkan bagi perusahaan karena dengan

adanya pelanggan yang loyal maka akan menjamin keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka waktu yang lama.

Menurut Zeithaml et al., (1996) dalam Osman dan Sentosa (2013) loyalitas didefinisikan sebagai niat pelanggan untuk melakukan serangkaian perilaku yang beragam, seperti merekomendasikan produk kepada teman, tetap setia pada produk atau menghabiskan lebih banyak produk, yang menandakan bahwa pelanggan mempertahankan hubungan dengan produk.

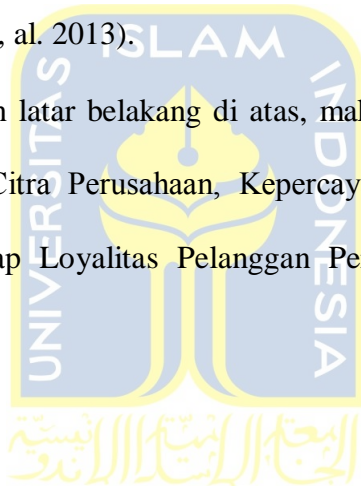
Menurut Halliburton dan Poenaru (2010) dalam Mombeuil dan Anestis (2017) menjelaskan bahwa kepercayaan dapat membangun hubungan jangka panjang dalam kelangsungan bisnis. Menurut Esen (2012) dalam Mombeuil dan Anestis (2017) kepercayaan dapat meningkatkan interaksi antara individu dan organisasi, mengurangi ketidakpastian dalam negosiasi dan dapat meningkatkan kerja sama di antara perusahaan. Morgan dan Hunt (1994) dalam Osman dan Sentosa (2013) menjelaskan bahwa kepercayaan muncul ketika satu pihak memiliki kepercayaan pada keandalan dan integritas suatu perusahaan. Demikian pula, menurut Choi et al. (2007) dalam Mombeuil dan Anestis (2017) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen memungkinkan organisasi untuk mengambil risiko yang mendasar bagi inovasi bisnis baru, produktivitas, dan hubungan yang sukses. Walter et al. (2008) dalam Mombeuil dan Anestis (2017) menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan pelanggan pada kebaikan, kejujuran, dan kompetensi suatu perusahaan untuk bertindak demi kepentingan pelanggan.

Menurut Gounaris (2005) dalam Srivastava et, al. (2018) mengeksplorasi bahwa kepercayaan adalah faktor penting dalam segala jenis hubungan antara pelanggan dan penyedia layanan yang ada. Semakin banyak pelanggan yang mempercayai penyedia layanan maka semakin besar peluang pelanggan untuk mempertahankan hubungan. Mendapatkan kepercayaan dari pelanggan adalah tujuan utama yang ingin diperoleh perusahaan. Kepercayaan pelanggan mengarah pada peningkatan loyalitas pelanggan. Membangun hubungan dengan pelanggan adalah metode yang paling memadai untuk membangun kepercayaan dengan pelanggan. Selain itu, harus ada konsistensi dalam kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan pribadi mereka selama periode waktu tertentu. Membangun hubungan yang proaktif diyakini menjadi kunci utama dalam proses membangun kepercayaan pelanggan. Meskipun menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi pelanggan adalah hal yang penting untuk dilakukan, masalah kebutuhan pelanggan harus diidentifikasi dan dipahami terlebih dahulu kemudian solusi dapat diberikan dalam bentuk produk atau layanan. Perusahaan harus bertindak sebagai konsultan atau penasihat terpercaya untuk menjadi mitra terpercaya dalam kehidupan pelanggan.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan diharapkan dapat menumbuhkembangkan loyalitas pelanggan. Seperti yang terjadi pada perusahaan jasa, pelayanan yang memuaskan dapat menjadi simultan bagi para konsumen untuk bersikap loyal. Perilaku konsumen pasca pembelian dapat diukur sebagai loyalitas, indikatornya adalah tingkat pembelian,

frekuensi pembelian, dan kemungkinan melakukan pembelian kembali. Selain itu, perusahaan juga akan berupaya untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Bila perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan berarti pada akhirnya perusahaan akan memperoleh nama baik atau citra diri yang merupakan citra perusahaan. Oleh karena itu, mengembangkan citra perusahaan yang kuat sangat penting bagi perusahaan karena hal ini dapat meningkatkan preferensi pelanggan untuk pertama kalinya serta akan meningkatkan loyalitas pelanggan (Bravo et al., 2010 dalam Stan et, al. 2013).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pada penelitian ini diambil judul “Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Perusahaan Putra Nangsia *Car Wash*”.



1.2.Rumusan Masalah

Dari penelitian di atas muncullah rumusan masalah sebagai berikut :

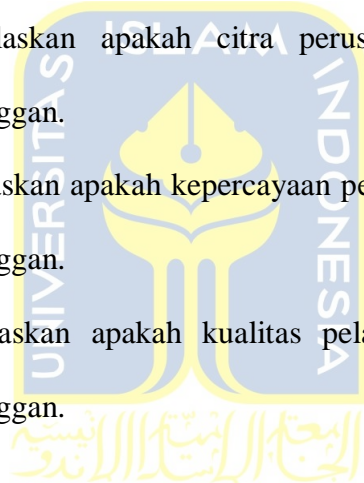
1. Apakah citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan?
2. Apakah citra perusahaan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan?

3. Apakah kepercayaan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan?
4. Apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan?

1.3.Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan apakah citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Untuk menjelaskan apakah citra perusahaan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
3. Untuk menjelaskan apakah kepercayaan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
4. Untuk menjelaskan apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.



1.4.Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa manfaat yang ingin dicapai :

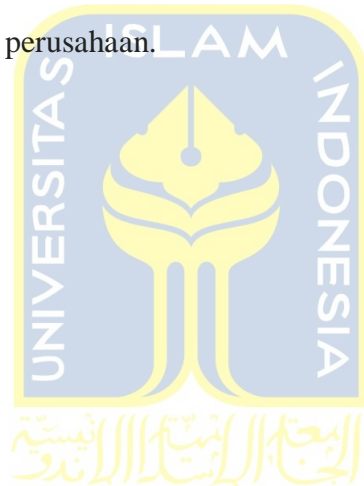
1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana loyalitas pelanggan dapat dikembangkan antara perusahaan dan

pelanggan sebagai langkah pertama menuju pembentukan konsep hubungan pemasaran.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini akan membantu perusahaan atau organisasi untuk mempertimbangkan aspek kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan pelanggan yang akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Juga dapat membantu perusahaan untuk lebih menyadari pentingnya menciptakan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1.Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Mokhtar dan Yusr (2016) yang berjudul “*Exploring the Antecedents of Customer Loyalty in the Malaysian Retail Sector*”. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian ini berfokus pada sektor ritel di Malaysia. Penelitian ini diterapkan kepada 250 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan adalah prediktor terbaik dari loyalitas pelanggan. Temuan ini bisa dibenarkan melalui konsep hubungan pemasaran, yang menekankan pada hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga menegaskan adanya hubungan positif antara citra perusahaan dan loyalitas pelanggan. Namun, citra perusahaan gagal menunjukkan hubungan yang signifikan dengan loyalitas pelanggan. Alasan dibalik hasil ini dapat ditelusuri ke konsep hubungan pemasaran, dimana peran perusahaan lebih banyak signifikan dalam mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Oleh karena itu, semua kegiatan pemasaran yang ditargetkan dapat membangun dan menjaga citra perusahaan tidak terlalu penting.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Dewi dan Rulirianto (2017) yang berjudul “Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Buana Langgeng Jaya Tulungagung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan PT Buana Langgeng Jaya Tulungagung yang dipengaruhi oleh citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas layanan. Penelitian ini diterapkan kepada 90 responden. Metode pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner, observasi, dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3.2.Landasan Teori

3.2.1. Loyalitas Pelanggan

Oliver (2010) dan Walsh et, al (2008) dalam Mokhtar dan Yusr (2016) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai komitmen yang kuat dari pelanggan untuk membeli kembali atau meremajakan ulang produk yang dipilih atau layanan secara konsisten di masa depan, yang mengarah untuk mengulangi merek yang sama, meskipun ada beberapa upaya pemasaran dari pesaing yang mungkin menyebabkan peralihan perilaku. Menurut Dekimpe et al. (1997) dalam Mokhtar dan Yusr (2016) menjelaskan bahwa kemampuan untuk mempertahankan pelanggan dan membuat mereka setia telah dianggap

sebagai masalah penting untuk kesuksesan organisasi yang berkelanjutan. Secara umum, loyalitas pelanggan telah didefinisikan sebagai sikap yang baik terhadap produk untuk membelinya terus-menerus (Oliver, 2010 dalam Mokhtar dan Yusr, 2016).

Loyalitas pelanggan dapat menjadi nilai besar bagi perusahaan maupun bagi pelanggan (Yang dan Peterson, 2004 dalam Bakti dan Sumaedi 2012). Menurut Reichheld (1996) dalam Osman dan Sentosa (2013), pelanggan dapat menjadi loyal kepada bisnis yang dapat memberikan nilai superior relatif terhadap penawaran pesaing. Sebagai imbalannya, pelanggan akan bersedia untuk berinvestasi lebih banyak ke dalam hubungan mereka dengan perusahaan dari waktu ke waktu, yang akan mengarah pada penghematan pemasaran oleh perusahaan yang pada akhirnya akan mengarah pada keuntungan yang lebih besar.

3.2.2. Citra Perusahaan

Menurut Nguyen dan LeBlanc (1998) dalam Stan et, al. (2013), citra perusahaan terkait dengan atribut fisik dan perilaku perusahaan, seperti nama bisnis, arsitektur, berbagai produk dan layanan, dan interaksi dengan pelanggan. Pembentukan merek dianggap sebagai proses dimana ide, perasaan, dan pengalaman pelanggan potensial dengan organisasi disimpan dalam memori (Hu et al., 2009 dalam Stan et, al. 2013). Komunikasi pemasaran dapat membentuk citra yang dimiliki oleh pelanggan potensial tentang suatu perusahaan dan produk serta layanannya sehingga dapat memulai niat pembelian pertama. Bravo et al. (2010) dalam Stan et, al. (2013)

menjelaskan bahwa citra perusahaan yang kuat adalah cara paling efektif untuk diferensiasi di bidang perbankan, dan merek yang kuat adalah alternatif yang tepat untuk mengurangi persepsi pengambilan risiko dan mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Oleh karena itu, mengembangkan citra perusahaan yang kuat sangat penting bagi perusahaan karena hal ini dapat meningkatkan preferensi pelanggan untuk pertama kalinya serta loyalitas pada pelanggan yang sudah ada (Bravo et al., 2010 dalam Stan et, al. 2013). Karena, begitu seorang pelanggan mendapatkan pelayanan pertama dengan suatu organisasi, citra yang mereka pegang akan semakin dipengaruhi oleh pengalaman ini. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa citra perusahaan dapat memiliki dampak langsung terhadap loyalitas (Nguyen & Leblanc, 2001 dalam Stan et, al. 2013). Dengan demikian hipotesis yang diusulkan adalah:

H1: Citra Perusahaan diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

3.2.3. Kepercayaan Pelanggan

Menurut Halliburton dan Poenaru (2010) dalam Mombeuil dan Anestis (2017), kepercayaan dibangun dari ikatan rasional dan emosional. Mereka mengindikasikan bahwa kepercayaan rasional mengacu pada kesediaan pelanggan untuk mengandalkan kompetensi dan keandalan penyedia layanan, sedangkan kepercayaan emosional adalah kepercayaan

yang muncul dari perasaan pelanggan yang ditimbulkan oleh tingkat perawatan dan perhatian yang diperlihatkan oleh perusahaan.

Menurut Gundlach dan Murphy (1993) dalam Guenzi et, al. (2009) menjelaskan bahwa variabel yang paling dapat diterima secara universal sebagai dasar dari interaksi manusia adalah kepercayaan. Pentingnya kepercayaan dalam lingkungan layanan telah ditunjukkan oleh Berry (1996) dalam Guenzi et, al. (2009) yang menyatakan bahwa sifat inheren layanan memposisikan kepercayaan sebagai satu-satunya alat pemasaran terkuat yang tersedia ke sebuah perusahaan. Gwinner et al. (1998) dalam Guenzi et, al. (2009) menemukan bahwa manfaat kepercayaan adalah hasil relasional yang paling penting dari hubungan jangka panjang untuk pelanggan di seluruh kategori layanan.

Menurut Lau & Lee (1999) dalam Osman dan Sentosa (2013) menjelaskan bahwa jika satu pihak memiliki kepercayaan pada pihak lain maka akan menghasilkan niat perilaku positif terhadap pihak lain. Kepercayaan memiliki pengaruh pada kredibilitas dan kredibilitas akan berdampak pada orientasi jangka panjang pelanggan (Erdem et al., 2002 dalam Osman dan Sentosa 2013). Untuk lebih spesifiknya, kepercayaan dapat meminimalkan perasaan ketidakpastian pelanggan di mana pelanggan merasa berisiko karena mereka tahu bahwa mereka dapat mengandalkan penyedia layanan (Chaudhuri dan Holbrook, 2001 dalam Osman dan Sentosa 2013).

Banyak penelitian menemukan bahwa kepercayaan pelanggan berhubungan positif dengan loyalitas pelanggan (Chaudhuri dan Holbrook,

2001 dalam Osman dan Sentosa 2013). Sebagai contoh, Sun dan Lin (2010) dalam Iglesias et, al. (2018) menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan pada *department store* secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap toko. Demikian pula Setó-Pamies (2012) dalam Iglesias et, al. (2018) menemukan bahwa kepercayaan pelanggan pada penyedia jasa perjalanan memiliki efek positif pada loyalitas pelanggan. Demikian juga di bidang layanan bisnis-bisnis, Hannan et al. (2017) dalam Iglesias et, al. (2018) memberikan bukti empiris pengaruh positif kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis yang diusulkan adalah:

H2: Kepercayaan Pelanggan diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

3.2.4. Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml et al. (1996) dalam Mombeuil dan Anestis (2017), kualitas pelayanan merupakan faktor penting untuk keberhasilan dan kelangsungan hidup setiap perusahaan dalam lingkungan kompetitif saat ini. Literatur tentang kualitas pelayanan sebagian besar telah didominasi oleh model SERVQUAL oleh Parasuraman et al. (1988) dalam Bakti dan Sumaedi (2012). Model SERVQUAL menilai kualitas pelayanan keseluruhan dalam lima dimensi, yaitu, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Demikian pula, Oliver (1993) dalam Mombeuil dan Anestis (2017)

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dibentuk oleh perbandingan antara cita-cita dan persepsi kinerja mengenai lima dimensi kualitas pelayanan.

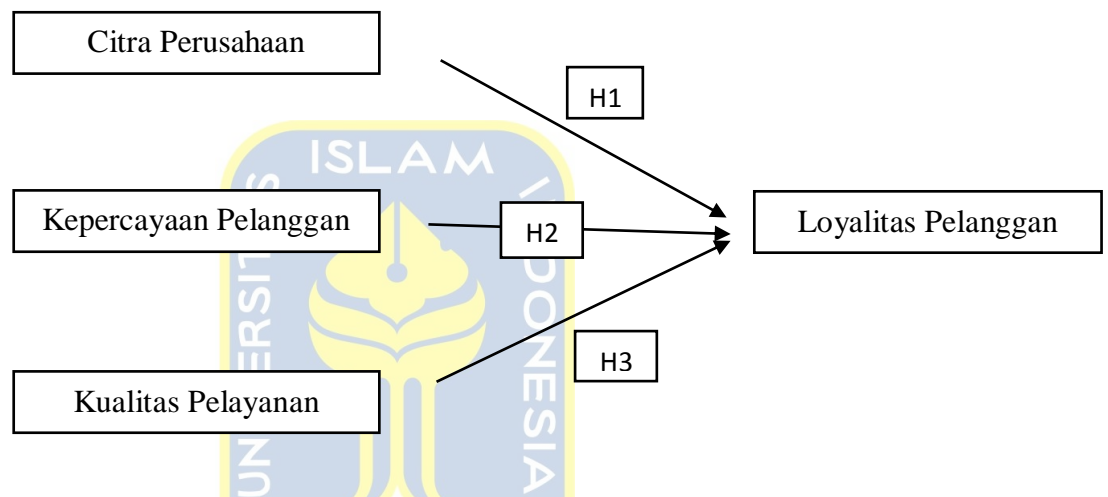
Kualitas pelayanan adalah perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan (Akbar dan Parvez, 2009) dalam Osman dan Sentosa (2013). Menurut Loke et al. (2011) dalam kualitas pelayanan digambarkan sebagai alasan perbedaan antara harapan dan kompetensi yang terkait dengan dimensi kualitas. Aydin dan Ozer (2005) dalam Osman dan Sentosa (2013) menambahkan bahwa kualitas pelayanan meningkatkan kecenderungan pelanggan untuk membeli lagi, membeli lebih banyak, membeli layanan lain, dan menjadi kurang peka terhadap harga, dan memberi tahu orang lain tentang pengalaman menyenangkan mereka.

Penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman et al. (1991) dalam Bakti dan Sumaedi (2012) menemukan hubungan positif dan signifikan antara persepsi pelanggan tentang kualitas pelayanan dan kesediaan mereka untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Fornell (1992) dalam Stan et, al. (2013) menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki efek positif pada retensi klien, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada profitabilitas. Demikian pula, Boulding et al. (1993) dalam Stan et, al. (2013) menemukan hubungan positif antara kualitas pelayanan, niat pembelian kembali dan rujukan positif. Bell et al. (2005) dalam Stan et, al. (2013) juga menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan teknis dan kualitas pelayanan fungsional terhadap loyalitas pelanggan adalah signifikan dan positif. Dengan demikian hipotesis yang diusulkan adalah:

H3 : Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

3.3.Kerangka Penelitian

Berdasarkan hipotesis di atas maka model yang dapat digambarkan adalah sebagai berikut :



Gambar 2.3 Kerangka konseptual pengaruh, citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Perusahaan Putra Nangsia *Car Wash* yang bertempat di Jl. Khudori, Wates, Kulonprogo, Yogyakarta. Alasan memilih Putra Nangsia *Car Wash* sebagai lokasi penelitian adalah karena di Kulonprogo sedang terjadi banyak pertumbuhan sebagai efek dari akan dibangunnya *New Yogyakarta International Airport (NYIA)* yang akan mulai beroperasi pada tahun 2019 ini. Sehingga memicu pertumbuhan ekonomi yang pesat terutama peningkatan pertumbuhan di bidang transportasi. Selain itu, saya sebagai salah satu pelanggan Putra Nangsia *Car Wash* juga ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Putra Nangsia *Car Wash*.

6.2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan kepercayaan pelanggan sebagai variabel independen, dan variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan pada Putra Nangsia *Car Wash*.

1) Citra Perusahaan (X1)

Menurut Nguyen dan LeBlanc (1998) dalam Stan et, al. (2013), citra perusahaan terkait dengan atribut fisik dan perilaku perusahaan, seperti nama bisnis, arsitektur, berbagai produk dan layanan, dan interaksi dengan pelanggan.

- Perusahaan dapat dipercaya
- Yakin dengan jasa karena pengalaman pribadi
- Yakin dengan jasa karena pengalaman pihak lain
- Karyawan cepat tanggap terhadap permintaan pelanggan
- Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan
- Nama perusahaan mudah diingat

2) Kepercayaan Pelanggan (X2)

Menurut Sirdeshmukh et al., (2002) dalam Guenzi et, al. (2009), kepercayaan dapat diartikan sebagai harapan yang dipegang oleh konsumen bahwa perusahaan, karyawan-karyawan, dan pelayanannya dapat diandalkan untuk memenuhi janji-janji mereka.

- Karyawan jujur dalam melayani pelanggan
- Karyawan dapat diandalkan
- Percaya dengan apa yang akan dilakukan karyawan
- Karyawan tulus dalam melayani pelanggan

3) Kualitas Pelayanan (X3)

Menurut Zeithaml et al. (1996) dalam Mombeuil dan Anestis (2017), kualitas layanan merupakan faktor penting dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup setiap perusahaan dalam lingkungan kompetitif saat ini. Kualitas layanan adalah perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. (Akbar dan Parvez, 2009 dalam Mombeuil dan Anestis 2017).

- Proses pencucian cepat
- Kendaraan dicuci dengan bersih
- Fasilitas pada *Car Wash* lengkap
- Karyawan merespon permintaan pelanggan dengan cepat
- Karyawan bersikap sopan dalam melayani pelanggan
- Karyawan bertindak demi kepentingan pelanggan

4) Loyalitas Pelanggan (Y)

Loyalitas pelanggan dipandang sebagai tindakan pembelian kembali aktual dan tindakan rekomendasi aktual (Sancharan et, al.2011 dalam Bakti dan Sumaedi, 2012).

- Mau menggunakan jasa dalam waktu panjang
- Penggunaan jasa sebagai pilihan utama
- Mendorong orang lain untuk menggunakan jasa
- Berkomitmen untuk menggunakan jasa lagi

6.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2014) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian dengan menggunakan alat ukur atau pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Hasan (2009) “pengumpulan data penelitian dimaksudkan sebagai pencatatan peristiwa atau karakteristik dari sebagian atau seluruh elemen populasi penelitian”. Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan penelitian pustaka dalam pengumpulan datanya.

a. Kuesioner

Menurut Anwar (2009) kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden, yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden. Kuisisioner ini diberikan kepada pelanggan yang datang pada saat pengambilan data dan telah melakukan transaksi pembelian di Putra Nangsia *Car Wash*.

b. Penilaian Pustaka

Penelitian pustaka ini dikutip dari berbagai literatur, referensi, dan jurnal pemasaran serta mempelajari teori-teori yang berhubungan dengan penelitian ini. Dalam pengumpulan data juga sangat diperlukan referensi dari penelitian terdahulu maupun literatur yang

berkaitan dengan judul penelitian, hal ini digunakan untuk menunjang teori-teori yang digunakan dalam penelitian tersebut.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2014) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Putra Nangsia Car Wash. Menurut data yang disampaikan pemilik perusahaan, konsumen yang berkunjung ke Putra Nangsia *Car Wash* bisa mencapai 140 kendaraan dalam seminggu.

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel dari populasi adalah pelanggan Putra Nangsia *Car Wash* yang telah menggunakan jasa minimal 2 kali.

a. Teknik Sampling

Sampling adalah suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, yaitu tidak mencakup seluruh objek penelitian (populasi)

akan tetapi sebagian saja dari populasi. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa:

“Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”.

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *non probability sampling* dengan jenis *sampling purposive*.

Menurut Sugiyono (2014) “*Non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui *sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.”

Kriteria dalam pengambilan sampel ini adalah kepada para pelanggan Putra Nangsia Car Wash yang sudah menggunakan jasa minimal 2 kali.

b. Jumlah sampel

Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dipilih, penulis menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% dan tingkat kepercayaan 95%, karena dalam setiap penelitian tidak mungkin hasilnya sempurna 100%, makin besar tingkat kesalahan maka semakin sedikit sedikit ukuran sampel. Jumlah populasi sebagai dasar perhitungan yang digunakan adalah 140 orang, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{140}{1 + 140(0,05^2)}$$

$$= 103,7 \text{ atau } 104 \text{ orang}$$

Pada penelitian ini, penulis menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2012) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pilihan terhadap masing-masing jawaban untuk tanggapan responden atas dimensi citra perusahaan (X1), kepercayaan pelanggan (X2), kualitas pelayanan (X3), dan loyalitas pelanggan (Y) diberi skor sebagai berikut :

- Bobot nilai 5 berarti sangat setuju
- Bobot nilai 4 berarti setuju
- Bobot nilai 3 berarti cukup setuju
- Bobot nilai 2 berarti tidak setuju
- Bobot nilai 1 berarti sangat tidak setuju

3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian

Teknik analisis data adalah suatu proses atau upaya pengolahan data menjadi sebuah informasi baru agar karakteristik data tersebut menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna untuk solusi suatu permasalahan, khususnya yang berhubungan dengan penelitian. Agar data yang diperoleh dianggap valid dan reliable, maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan dalam kuisisioner.

3.5.1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013) “Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.”

Kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Didalam uji validitas dianalisis dengan cara membandingkan nilai r hitung (pada kolom *correlated item-total correlation*) dengan r tabel ($df = n-k$). Jika r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid, dan r hitung \leq r tabel maka dinyatakan tidak valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013) “Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.” Untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Apabila nilai *cronbach alpha* yang dihasilkan adalah $> 0,60$ maka alat ukur yang digunakan dianggap reliabel atau dapat dipercaya. (Ghozali, 2011).

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012) “Analisis deskriptif merupakan analisis statistic yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.”

3.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Gujarati (2003) dalam Ghozali (2013) secara umum analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas) dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai

variabel independen yang diketahui. Dengan demikian persamaan regresi dapat dilihat sebagai berikut (Ghozali, 2016):

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

X1 = Citra Perusahaan

X2 = Kepercayaan Pelanggan

X3 = Kualitas Pelayanan

β = Koefisien regresi

e = *Standart error*

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan untuk menguji layak tidaknya model analisis regresi yang digunakan dalam penelitian. Uji ini meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Penelitian ini menggunakan uji statistik non parametrik *kolmogorov-smirnov* dimana dilihat dari uji K – S, jika nilai probabilitas signifikan $> 0,05$ maka data

terdistribusi normal. sebaliknya jika probabilitas signifikan $<0,05$ data tersebut tidak didistribusikan secara normal (Ghozali, 2016).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Apabila terdapat kolerasi, maka diidentifikasi ada masalah multikolinieritas. Sebab model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Pengujian multikolinieritas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai dari *variance inflator factor* (VIF) dan tolerancinya yang dapat mengidentifikasi ada tindakanya masalah multikoleniaritas. Apabila nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerancinya lebih besar dari 0,10 maka model regresi yang digunakan pada penelitian ini tidak memiliki masalah multikolinieritas antar variabel independen (Ghozali, 2016).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan *residual* dalam satu pengamatan. Model regresi yang baik terlepas dari gejala heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser.

Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan variabel bebas terhadap *absolute residualnya*. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

3.6.4. Uji Hipotesa

a. Uji F (Secara Simultan)

Menurut Ghozali (2013) “Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.”

Uji F atau uji signifikansi simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Tujuan uji F adalah untuk mengetahui derajat signifikan pengaruh variabel-variabel independen citra perusahaan, kepercayaan pelanggan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y). Uji F dengan *cronbach* 0,05 atau 95% menggunakan rumus Arikunto (2010) :

$$F = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

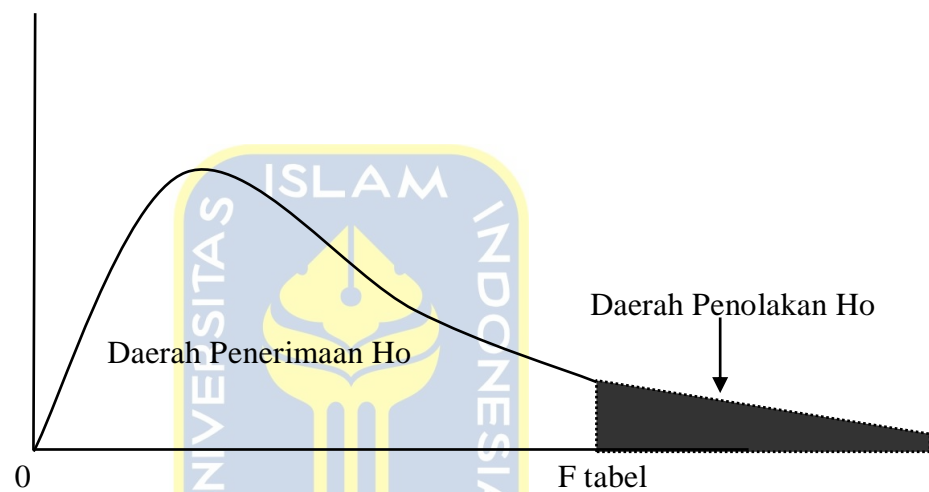
Keterangan:

F= Nilai F hitung

R^2 = Koefisien determinasi

K= Jumlah variabel bebas

N= Jumlah Pengamatan



Gambar 3.1 Kurva Uji f

Kriteria Pengujian:

$H_0 : \beta_i = 0$ secara simultan tidak terdapat pengaruh antara variabel Produk (X_1), Citra Perusahaan (X_2), Kepercayaan Pelanggan (X_3), kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

$H_a : \beta_i > 0$ secara simultan terdapat pengaruh antara variabel (X_1), Citra Perusahaan (X_2), Kepercayaan Pelanggan (X_3), kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Kriteria Penerimaan :

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Kriteria signifikan sebagai berikut :

Melakukan uji stasistik dengan menggunakan SPSS dikatakan signifikan jika $\alpha \leq$ dari pada 0,05. Tingkat signifikansi α yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 0,05 dan tingkat keyakinan atau kepercayaan 95% serta derajat kebebasan (*degree of freedom*) sebesar $df_1 = (K-1) - 1 = 3$ dan $df_2 = (N-K-1) = 104 - 3 - 1 = 100$ serta nilai $f_{tabel} = 2.70$

b. Uji t (Secara Parsial)

Menurut Ghozali (2013) “Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.”

Uji parsial atau uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2016). Untuk menguji hipotesis tersebut dengan uji t sebagai berikut :

a) *Level of significance*, yang digunakan sebesar 5% atau $(\alpha) = 0,05$.

b) Menentukan t_{hitung} (t-test) dapat dirumuskan sebagai berikut:

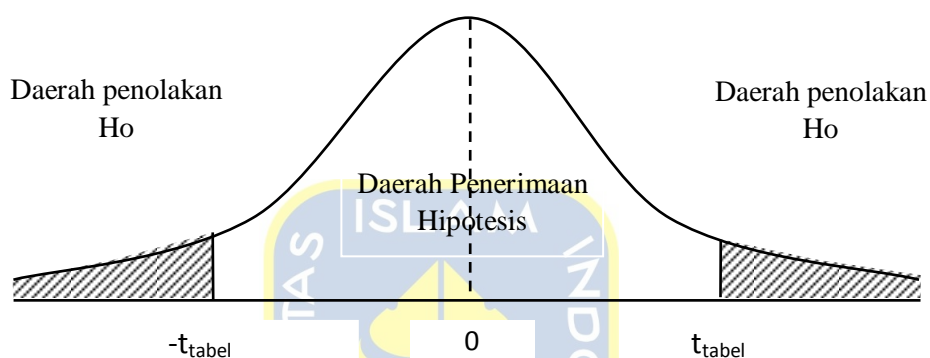
$$t = \frac{bi}{Sbi}$$

Keterangan :

t = Nilai hitung

b_i = Koefisien regresi

S_{b_i} = kesalahan baku koefisien regresi atau gambar devinisi



Gambar 3.2 Kurva Uji t

Kriteria Pengujian **Hipotesis**

$H_0: \beta_1 = 0$: Variabel independen (X) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Dependen (Y) .

$H_A: \beta_1 \neq 0$: Variabel independen (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Variabel Dependen (Y).

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 5% (0,95). Dikaitkan signifikan apabila $\alpha < 0,05$.

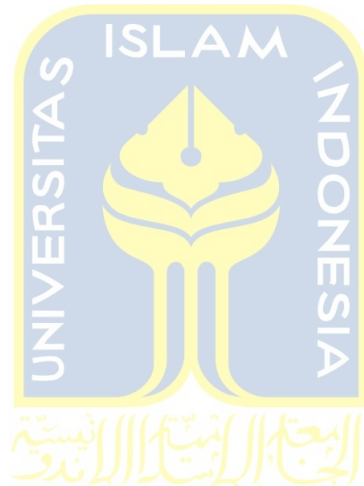
Kriteria Penerimaan Hipotesis

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, $t_{hitung} < -t_{tabel}$,

H_0 diterima maka $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Kriteria signifikan sebagai berikut :

Melakukan uji statistik dengan menggunakan SPSS dikatakan signifikan jika $\alpha \leq$ dari pada 0,05. Tingkat signifikansi α yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 0,05 dan tingkat keyakinan atau kepercayaan 95% serta derajat kebebasan (*degree of freedom*) sebesar $df = (N-K-1) 104-3-1=100$ serta nilai $t_{tabel} = 1,98397$.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Putra Nangsia Car Wash

Perusahaan Putra Nangsia *Car Wash* bertempat di Jl. Khudori, Wates, Kulonprogo, Yogyakarta menyediakan jasa pencucian motor, mobil, dan karpet. Selain itu juga melayani salon mobil interior, eksterior, dan aksesoris. Fasilitas yang disediakan yaitu mini café, ruang tunggu AC, area merokok, dan fasilitas Wi-Fi. Perusahaan Putra Nangsia *Car Wash* dikembangkan oleh tenaga profesional untuk memberikan pelayanan yang cepat dan optimal untuk semua kalangan sehingga kendaraan konsumen terawat dari cuaca yang tidak menentu baik dari interior maupun eksterior kendaraan.

4.1.2 Respon Rate

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa Putra Nangsia *Car Wash*. Dalam penelitian ini teknik Sampling yang digunakan oleh penulis adalah *non probability sampling* dengan jenis *sampling purposive*. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 140 orang, setelah melakukan perhitungan menggunakan rumus *Slovin*, peneliti membagi sebanyak 104 kusioner, dari jumlah tersebut kusioner yang dijawab dan dikembalikan berjumlah 104. Dengan demikian, responden rate kusioner yang

layak untuk dianalisis sebanyak 104. Gambaran mengenai penyebaran kuesioner dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut ;

Tabel 4.1
Respon Rate

| No | Keterangan | Jumlah Kuesioner (Ekslembar) | Persentase (%) |
|----|----------------------------|---------------------------------|----------------|
| 1. | Kuesioner yang dibagi | 104 | 100 |
| 2. | Kuesioner yang kembali | 104 | 100 |
| 3. | Kuesioner tidak dianalisis | 0 | 0 |
| 4. | Data yang dianalisis | 104 | 100 |

Sumber : Data diolah, 2019

4.1.3 Gambaran Umum Responden

Pada Tabel 4.2 dapat dilihat diskripsi responden dari 104 responden yang digunakan dalam penelitian ini. Data selengkapnya tersaji pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2

Deskriptif Responden

| NO | KETERANGAN RESPONDEN | | JUMLAH | PRESENTASE% |
|----|----------------------|---------------|------------|-------------|
| 1 | Jenis Kelamin | Laki-Laki | 80 | 76,9 % |
| | | Perempuan | 24 | 23,1 % |
| | | Jumlah | 104 | 100% |
| 2 | Usia | 17-21 Tahun | 7 | 6,7% |
| | | 22-26 Tahun | 25 | 24,% |
| | | 27-31 Tahun | 38 | 36,5% |
| | | > 31 Tahun | 34 | 32,7% |

| | | | | |
|---|-----------|-------------------|------------|-------------|
| | | Jumlah | 104 | 100% |
| 3 | Pekerjaan | Pelajar/Mahasiswa | 26 | 25% |
| | | Karyawan/Wati | 28 | 26,9% |
| | | Wiraswasta | 35 | 33,7% |
| | | PNS | 15 | 14,4% |
| | | Jumlah | | 100% |

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.2 maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash* didominasi oleh laki-laki dengan total 80 Pelanggan atau presentase sebesar 76,92%, hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan Putra Nangsia *Car Wash* lebih di minati oleh kaum laki-laki. Hal ini karena kaum laki-laki lebih menyukai bidang otomotif daripada kaum perempuan.

2. Usia

Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa pelanggan Putra Nangsia *Car Wash* didominasi oleh Pelanggan dewasa, yang dimana memiliki rentang usia 27-31 sebanyak 38 orang atau presentase sebesar 36,53%. Hal ini menindikasikan bahwa Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash* digemari oleh pelanggan dewasa. Hal ini karena pada usia dewasa orang-orang sedang gemar memperhatikan kendaraannya.

3. Pekerjaan

Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa Putra Nangsia *Car Wash* sangat diminati oleh orang yang berprofesi Wiraswasta hal ini dapat kita lihat dari rekap tada kuesioner terdapat 35 orang Pelanggan yang berstatus pekerjaan Wiraswasta atau sebesar 33,65%. Hal ini berkaitan dengan adanya pembangunan bandara di Kulon Progo yang tentunya membuka peluang usaha bagi masyarakat di sekitarnya, sehingga mayoritas para pelanggan Putra Nangsia *Car Wash* berstatus pekerjaan wiraswasta.

4.1.4 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Dalam analisis deskriptif ini menjelaskan tentang seberapa tinggi tingkat penilaian responden terhadap variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan. Analisis ini ditunjukkan dengan skor rata-rata (mean). Dalam penilaian skala likert skor terendah adalah 1 (Sangat Tidak Setuju) dan tertinggi adalah 5 (Sangat Setuju), dengan membagi kelas penilaian menjadi lima kelas maka dapat ditentukan besarnya interval adalah sebagai berikut:

Skor persepsi terendah : 1

Skor persepsi tertinggi : 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berikut ini adalah kategori skor item pertanyaan melalui analisis indeks dengan menggunakan nilai interval.

Tabel 4.3
Kategori Skor Interval Responden

| Interval | Kategori |
|---------------|---------------------|
| 1,00 s/d 1,80 | Sangat tidak setuju |
| 1,81 s/d 2.61 | Tidak setuju |
| 2.62 s/d 3.42 | Kurang setuju |
| 3.43 s/d 4,23 | Setuju |
| 4,24 s/d 5,00 | Sangat setuju |

Berikut adalah perhitungan rata-rata jawaban yang diberikan oleh responden untuk setiap indikator dalam masing-masing variabel.

Tabel 4.4
Variabel Citra Perusahaan

| Citra Perusahaan | Mean | Kriteria |
|---|-------------|---------------|
| Perusahaan muda dipercaya | 4,22 | Setuju |
| Yakin dengan jasa karena pengalaman pribadi | 4,22 | Setuju |
| Yakin dengan jasa karena pengalaman pihak lain | 4,20 | Setuju |
| Karyawan cepat tanggap thd permintaan pelanggan | 4,22 | Setuju |
| Karyawan cepat tanggap thd keluhan pelanggan | 4,24 | Sangat Setuju |
| Nama perusahaan mudah diingat | 4,33 | Sangat Setuju |
| Rata- Rata | 4,23 | Setuju |

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.4 yang menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap Citra Perusahaan Putra

Nangsia *Car Wash* adalah sebesar 4,23, yaitu termasuk dalam kriteria setuju karena berada pada interval 3,43-4,23. Rata-rata jawaban tertinggi ditunjukkan pada indikator Nama Perusahaan mudah diingat yaitu sebesar 4,33. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden menilai bahwa nama Perusahaan Putra Nangsia *Car Wash* mudah di ingat oleh pelanggan.

Tabel 4.5
Variabel Kepercayaan Pelanggan

| Kepercayaan Pelanggan | Mean | Kriteria |
|---|-------------|----------------------|
| Karyawan jujur dalam melayani pelanggan | 4,27 | Sangat Setuju |
| Karyawan dapat diandalkan | 4,27 | Sangat Setuju |
| Percaya dengan apa yang akan dilakukan karyawan | 4,32 | Sangat Setuju |
| Karyawan tulus dalam melayani pelanggan | 4,65 | Sangat Setuju |
| Rata- Rata | 4,37 | Sangat Setuju |

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap Kepercayaan Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash* adalah sebesar 4,37, yaitu termasuk dalam kriteria sangat setuju karena berada pada interval 3,24-5,00. Rata-rata jawaban tertinggi ditunjukkan pada indikator Karyawan tulus dalam melayani pelanggan yaitu sebesar 4,65. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden menilai bahwa karyawan tulus dalam melayani pelanggan Putra Nangsia *Car Wash* sehingga pelanggan merasa percaya.

Tabel 4.6
Variabel Kualitas Pelayanan

| Kualitas Pelayanan | Mean | Kriteria |
|---|-------------|----------------------|
| Proses pencucian cepat | 4,52 | Sangat Setuju |
| Kendaraan dicuci dengan bersih | 4,23 | Setuju |
| Fasilitas pada <i>Car wash</i> lengkap | 4,30 | Sangat Setuju |
| Karyawan merespon permintaan pelanggan dengan cepat | 4,23 | Setuju |
| Karyawan bersikap sopan dlm melayani pelanggan | 4,31 | Sangat Setuju |
| Karyawan bertindak demi kepentingan pelanggan | 4,44 | Sangat Setuju |
| Rata- Rata | 4,33 | Sangat Setuju |

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap Kualitas Pelayanan Putra Nangsia *Car Wash* adalah sebesar 4,33, yaitu termasuk dalam criteria sangat setuju karena berada pada interval 3,24-5,00. Rata-rata jawaban tertinggi ditunjukkan pada indikator respon pelayanan cepat dalam melayani pelanggan yaitu sebesar 4,52. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden menilai bahwa dalam melayani pelanggan Putra Nangsia *Car Wash* proses pencucian cepat sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karena tidak membutuhkan waktu yang lama dalam melakukan proses pencucian.

Tabel 4.7
Variabel Loyalitas Pelanggan

| Loyalitas Pelanggan | Mean | Kriteria |
|---|-------------|----------------------|
| Mau menggunakan jasa dalam waktu panjang | 4,33 | Sangat Setuju |
| Penggunaan jasa sebagai pilihan utama | 4,25 | Sangat Setuju |
| Mendorong orang lain untuk menggunakan jasa | 4,23 | Setuju |
| Berkomitmen untuk menggunakan jasa lagi | 4,19 | Setuju |
| Rata- Rata | 4,25 | Sangat Setuju |

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap Loyalitas Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash* adalah sebesar 4,25, yaitu termasuk dalam kriteria sangat setuju karena berada pada interval 3,24-5,00. Rata-rata jawaban tertinggi ditunjukkan pada indikator respon Mau menggunakan jasa dalam waktu panjang yaitu sebesar 4,33. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden sudah merasa loyal terhadap pelayanan Putra Nangsia *Car Wash*.

4.2 Instrumen Penelitian

4.2.1 Uji Validitas

Validitas instrument penelitian ini dapat dilihat dari perbandingan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka, pernyataan tersebut dikatakan tidak valid (Ghozali, 2011). Perbandingan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} dari setiap item pernyataan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan

| Item / Pernyataan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-------------------|----------|---------|------------|
| 1 | 0,804 | 0.1927 | Valid |
| 2 | 0,695 | 0.1927 | Valid |
| 3 | 0,760 | 0.1927 | Valid |
| 4 | 0,756 | 0.1927 | Valid |
| 5 | 0,620 | 0.1927 | Valid |
| 6 | 0,561 | 0.1927 | Valid |

Berdasarkan table 4.8 Korelasi di atas masing-masing besarnya korelasi antara r_{hitung} dengan r_{tabel} adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95 % atau taraf kesalahan 5 % (0,05) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Jumlah responden N adalah 104, maka derajat bebasnya adalah $N - 2 = 102$. Pada buku-buku statistic r tabel dua sisi pada $df = 102$ dan $p = 0,05$ adalah 0,1927. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Perusahaan valid dapat dipergunakan untuk penelitian.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan

| Item / Pernyataan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|--------------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| 1 | 0,674 | 0.1927 | Valid |
| 2 | 0,829 | 0.1927 | Valid |
| 3 | 0,614 | 0.1927 | Valid |
| 4 | 0,606 | 0.1927 | Valid |

Berdasarkan table 4.9 Korelasi di atas masing-masing besarnya korelasi antara r_{hitung} dengan r_{tabel} adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95 % atau taraf kesalahan 5 % (0,05) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Jumlah responden N adalah 104, maka derajat bebasnya adalah $N - 2 = 102$. Pada buku-buku statistic r tabel dua sisi pada $df = 102$ dan $p = 0,05$ adalah 0,1927. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan Pelanggan valid dapat dipergunakan untuk penelitian.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

| Item / Pernyataan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|--------------------------|-----------------|----------------|-------------------|
| 1 | 0,550 | 0.1927 | Valid |
| 2 | 0,711 | 0.1927 | Valid |
| 3 | 0,749 | 0.1927 | Valid |
| 4 | 0,766 | 0.1927 | Valid |
| 5 | 0,548 | 0.1927 | Valid |
| 6 | 0,728 | 0.1927 | Valid |

Berdasarkan table 4.10 Korelasi di atas masing-masing besarnya korelasi antara r_{hitung} dengan r_{tabel} adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95 % atau taraf kesalahan 5 % (0,05) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Jumlah responden N adalah 104, maka derajat bebasnya adalah $N - 2 = 102$. Pada buku-buku statistic r tabel dua sisi pada $df = 102$ dan $p = 0,05$ adalah 0,1927. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan valid dapat dipergunakan untuk penelitian.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

| Item / Pernyataan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-------------------|----------|---------|------------|
| 1 | 0,668 | 0.1927 | Valid |
| 2 | 0,777 | 0.1927 | Valid |
| 3 | 0,721 | 0.1927 | Valid |
| 4 | 0,677 | 0.1927 | Valid |

Berdasarkan table 4.11 Korelasi di atas masing-masing besarnya korelasi antara r_{hitung} dengan r_{tabel} adalah $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95 % atau taraf kesalahan 5 % (0,05) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Jumlah responden N adalah 104, maka derajat bebasnya adalah $N - 2 = 102$. Pada buku-buku statistic r_{tabel} dua sisi pada $df = 102$ dan $p = 0,05$ adalah 0,1927. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Loyalitas Pelanggan valid dapat dipergunakan untuk penelitian.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu koesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban yang diperoleh dari pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan pengujian reliabilitas dengan *Internal*

Consistency , dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2014). Instrumen dikatakan reliabel yaitu apabila alpha cronchbach lebih besar dari 0,60 atau 60% , maka item pertanyaan tersebut adalah reliabel.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Crobanch's Alpha</i> | Reliable | Keterangan |
|-----------------------|--------------------------------|-----------------|-------------------|
| Citra Perusahaan | 0,787 | 0,60 | Reliable |
| Kepercayaan Pelanggan | 0,605 | 0,60 | Reliable |
| Kualitas Pelayanan | 0,765 | 0,60 | Reliable |
| Loyalitas Perusahaan | 0,671 | 0,60 | Reliable |

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa semua hasil uji Reliabilitas variabel memiliki nilai *Crobanch's Alpha* lebih besar dari 0,60, maka dapat dikatakan semua variabel dalam penelitian ini Reliabel.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Penelitian ini menggunakan uji statistik non parametrik *kolmogorov-smirnov* dimana dilihat dari uji K – S, jika nilai probabilitas signifikan > 0,05 maka data terdistribusi normal. sebaliknya jika probabilitas signifikan <0,05 data tersebut tidak didistribusikan secara normal (Ghozali, 2016).

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N | | 104 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | 0E-7 |
| | Std. Deviation | .25501411 |
| | Absolute | .132 |
| Most Extreme Differences | Positive | .058 |
| | Negative | -.132 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1.345 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .054 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dengan melihat nilai *asymp.sig.* di dalam tabel 4.13 dapat terlihat bahwa nilai *asymp.sig. (2-tailed)* > *a.* Nilai *asymp. sig.* $0,054 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

4.3.2 Uji Multikolinieritas

Pedoman suatu model regresi bebas multikolonieritas yaitu mempunyai angka tolerance $\geq 0,10$ dan mempunyai nilai VIF ≤ 10 . Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolonieritas

| Collinearity Statistics | | | |
|-------------------------|-----------|-------|-------------------------|
| Variabel | Tolerance | VIF | Keterangan |
| Citra Perusahaan | 0,448 | 2,233 | Bebas Multikolonieritas |
| Kepercayaan Pelanggan | 0,541 | 1,847 | Bebas Multikolonieritas |
| Kualitas Pelayanan | 0,449 | 2,226 | Bebas Multikolonieritas |

Berdasarkan tabel 4.14 Pedoman satu model regresi bebas multikolonieritas yaitu mempunyai angka *tolerance* $\geq 0,10$ dan mempunyai nilai VIF ≤ 10 . Nilai VIF untuk variabel, Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan ≤ 10 , maka data penelitian ini bebas dari asumsi multikolinearitas.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan *residual* dalam satu pengamatan. Model regresi yang baik terlepas dari gejala heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan

uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan variabel bebas terhadap *absolute residualnya*. Jika nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

Tabel 4.15

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Glejser Coefficient^a

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | -.011 | .199 | | -.054 | .957 |
| 1 Citra | .036 | .058 | .091 | .619 | .537 |
| Perusahaan | | | | | |
| Kepercayaan | .071 | .057 | .168 | 1.252 | .214 |
| Pelanggan | | | | | |
| Kualitas | | | | | |
| Pelayanan | -.062 | .057 | -.160 | -1.091 | .278 |

a. Dependent Variable: ABS

Berdasarkan tabel 4.15 nilai signifikan semua variabel $> 0,05$. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan menguji sejauh mana pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan sedangkan variabel dependennya adalah Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS 16. Diperoleh hasil uji seperti tabel berikut :

Tabel 4.16

Hasil Analisis regresi Linier Berganda

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | .156 | .291 | | .538 | .592 |
| 1 Citra Perusahaan | .466 | .084 | .462 | 5.527 | .000 |
| Kepercayaan Pelanggan | .203 | .083 | .186 | 2.444 | .016 |
| Kualitas Pelayanan | .283 | .084 | .283 | 3.394 | .001 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi tersebut di atas, dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,156 + 0,446 X_1 + 0,203 X_2 + 0,283 X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

$a = 0,156$ nilai konstanta sebesar 0,156 satuan artinya jika Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan tidak ada perubahan, maka Loyalitas Pelanggan akan naik sebesar 0,156 satuan.

$b_1 = 0,466$ artinya koefisien Citra Perusahaan naik sebesar satu satuan 0,466 berarti Loyalitas Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,466 satuan apabila variabel lain tetap.

$b_2 = 0,203$ artinya koefisien Kepercayaan Pelanggan naik sebesar satu satuan 0,203 berarti Loyalitas Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,203 satuan apabila variabel lain tetap.

$b_3 = 0,283$ artinya koefisien Kualitas Pelayanan naik sebesar satu satuan 0,283 berarti Loyalitas Pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,283 satuan apabila variabel lain tetap.

4.4.1 Koefisien Determinasi (R Square)

Semakin besar R^2 berarti semakin tepat persamaan perkiraan regresi linear tersebut dipakai sebagai alat prediksi, karena variasi perubahan variabel terikat yaitu loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh perubahan variabel bebas. Apabila nilai R^2 semakin dekat dengan satu, maka perhitungan yang dilakukan sudah dianggap cukup kuat dalam menjelaskan variabel bebas

dengan variabel terikat. Menurut (Sugiyono, 2008) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 4.17
Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi

| Tabel interpretasi Koefisien Korelasi | |
|---------------------------------------|---------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Sangat Kuat |

Tabel 4.18
Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi R Square

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .829 ^a | .687 | .677 | .25881 |

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

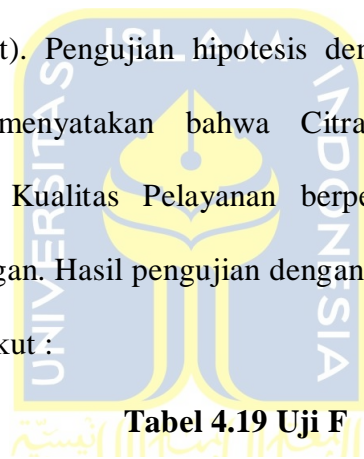
Berdasarkan tabel 4.18 koefisien regresi R square memperoleh hasil uji sebesar 0,687 hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil Uji R square

semakin dekat dengan satu, maka perhitungan yang dilakukan sudah dianggap kuat dalam menjelaskan variabel bebas dengan variabel terikat.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2013) Uji signifikansi digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Pengujian hipotesis dengan uji F (simultan) dalam penelitian ini menyatakan bahwa Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil pengujian dengan Uji F dapat dilihat pada tabel 4.19 sebagai berikut :



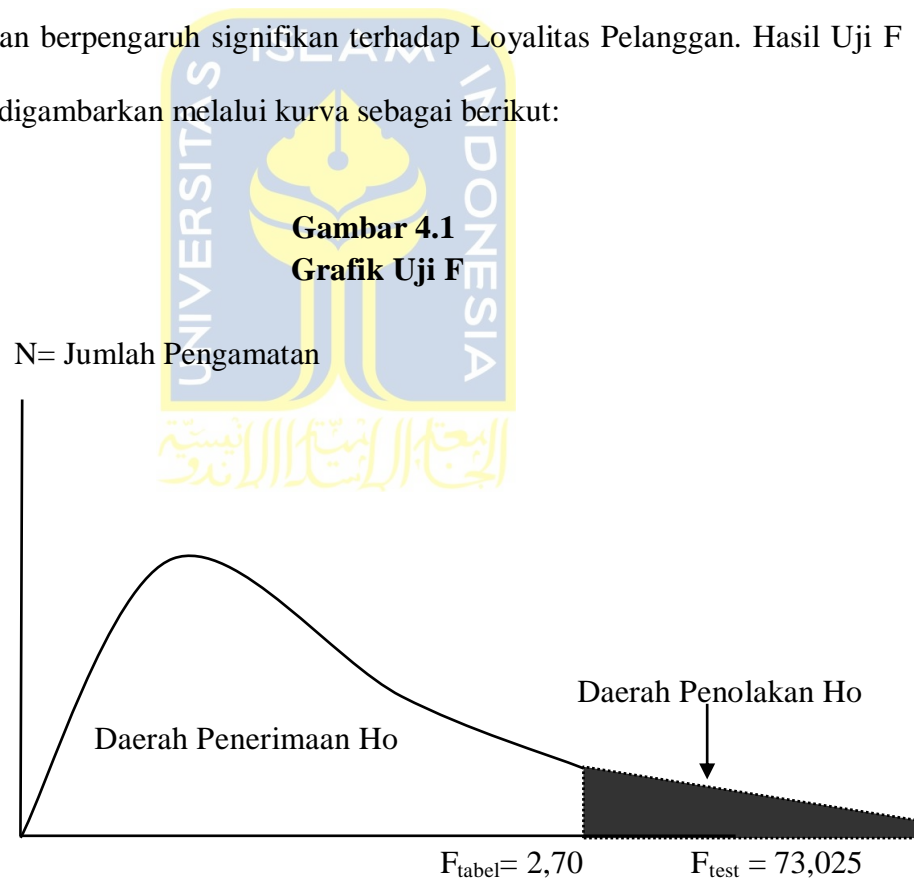
**Tabel 4.19 Uji F
ANOVA^a**

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 14.674 | 3 | 4.891 | 73.025 | .000 ^b |
| Residual | 6.698 | 100 | .067 | | |
| Total | 21.373 | 103 | | | |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan, Citra Perusahaan

Uji F dilakukan untuk menguji apakah Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan. Berdasarkan hasil tabel 4.19 nilai F_{hitung} adalah sebesar 73,025 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,70 df 1 = (K-1) 4-1 = 3 dan df 2 = (N-K-1) 104-3-1 = 100. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari pada taraf signifikansinya 0,05. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (73,025 >2,70), maka uji F diterima, artinya Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil Uji F dapat digambarkan melalui kurva sebagai berikut:



4.5.2 Uji Hipotesis (Uji T)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Hasil pengujian berdasarkan analisis Uji t dari model regresi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.20 Tabel Uji t

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | .156 | .291 | | .538 | .592 |
| 1 Citra_Perusahaan | .466 | .084 | .462 | 5.527 | .000 |
| Kepercayaan_Pelanggan | .203 | .083 | .186 | 2.444 | .016 |
| Kualitas_Pelayanan | .283 | .084 | .283 | 3.394 | .001 |

a. Dependent Variable: Loyalitas_Pelanggan

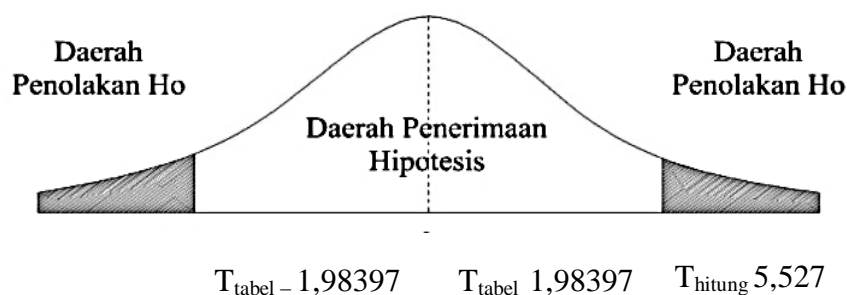
1. Uji Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama dalam penelitian ini (H_1) menyatakan bahwa Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Pengujian hipotesis pertama dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Untuk mengetahui pengaruh Citra Perusahaan secara parsial terhadap Loyalitas

Pelanggan digunakan Uji t. Secara lengkap tampak hasil Uji t dapat dilihat pada tabel 4.20.

Pada tabel 4.20 nilai t_{hitung} untuk variabel Citra Perusahaan adalah sebesar 5,527 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,98397 $df = (N-K-1) = 104-3-1 = 100$. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari pada taraf signifikansi (α) 0,05. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,527 > 1,98397$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada taraf signifikansi (α) 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis pertama **diterima**, artinya Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Secara grafik hasil pengujian hipotesis pertama dapat dilihat pada gambar 4.2 sebagai berikut:

Gambar 4.2
Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

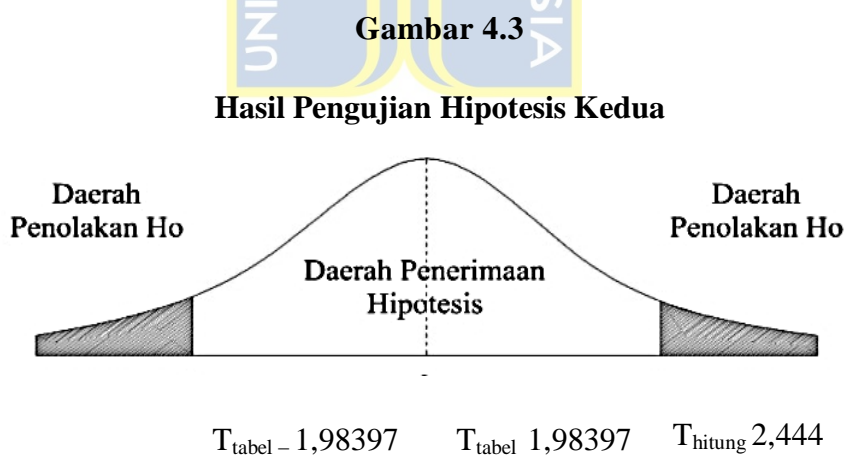


2. Uji Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua dalam penelitian ini (H_2) menyatakan bahwa Kepercayaan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Pengujian

hipotesis kedua dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan Pelanggan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan digunakan uji t. Secara lengkap tampak hasil Uji t dapat dilihat pada tabel 4.20.

Pada tabel 4.20 nilai t_{hitung} untuk variabel Kepercayaan Pelanggan adalah sebesar 2,444 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,98397 $df = (N-K-1) = 104-3-1 = 100$. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,016 lebih kecil dari pada taraf signifikansi (α) 0,05. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,444 > 1,98397$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada taraf signifikansi (α) 0,05 ($0,016 < 0,05$), maka hipotesis kedua **diterima**, artinya Kepercayaan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Secara grafik hasil pengujian hipotesis kedua dapat dilihat pada gambar 4.3 sebagai berikut:

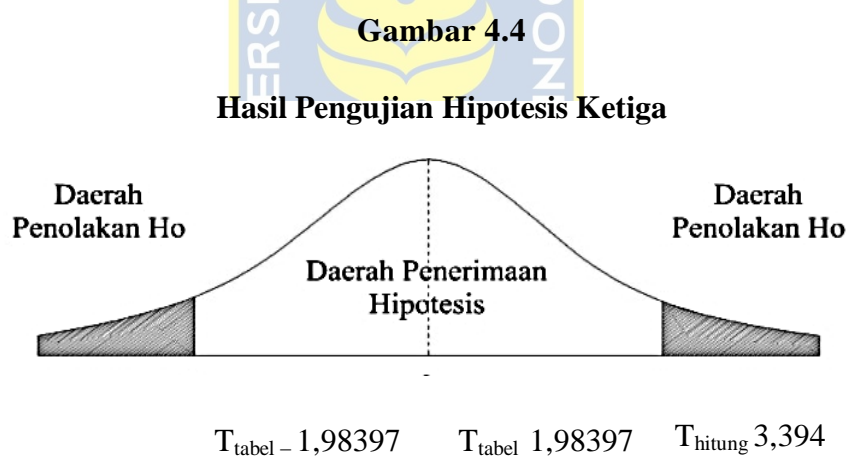


3. Uji Hipotesis Ke

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini (H_3) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Pengujian hipotesis ketiga dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Loyalitas

Pelanggan digunakan uji t. Secara lengkap tampak hasil Uji t dapat dilihat pada tabel 4.20.

Pada tabel 4.20 nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 3,394 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,98397 $df = (N-K-1) = 104-3-1 = 100$. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,001 lebih kecil dari pada taraf signifikansi (α) 0,05. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,394 > 1,98397$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada taraf signifikansi (α) 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka hipotesis ketiga **diterima**, artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Secara grafik hasil pengujian hipotesis ketiga dapat dilihat pada gambar 4.4 sebagai berikut:



4.6 Pembahasan

Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Tabel 4.21
Hasil Uji Hipotesis

| Hipotesis | Uji signifikan | Uji F dan F_{tabel} | Hasil |
|--|--------------------------|------------------------------------|--------------|
| H4: Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan secara Simultas berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan | 0,000 < 0,05 | 73,025 > 2,70 | Diterima |
| Uji T | Uji Signifikan si | Uji t dan t_{tabel} | Hasil |
| H1: Citra Perusahaan secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan | 0,000 < 0,05 | 5,527 > 1,98397 | Diterima |
| H2: Kepercayaan Pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan | 0,016 < 0,05 | 2,444 > 1,98397 | Diterima |
| H3: Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan | 0,001 < 0,05 | 3,394 > 1,98397 | Diterima |

Dari hasil tabel 4.21 dapat disimpulkan bahwa semua hasil Uji t dan Uji f diterima, yang artinya variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash* baik secara simultan dan parsial.

1. Citra Perusahaan

Menurut Nguyen dan LeBlanc (1998) dalam Stan et, al., (2013), citra perusahaan terkait dengan atribut fisik dan perilaku perusahaan, seperti nama

bisnis, arsitektur, berbagai produk dan layanan, dan interaksi dengan pelanggan.

Halam hasil penelitian yang telah dilakukan memperoleh hasil bahwa, secara parsial dan simultan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash*, hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T memperoleh hasil angka perhitungan sebesar 5,527 lebih besar dari t tabel dengan angka sebesar 1,98397 dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,000. Hasil Uji F (Simultan) Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash*, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji F yang dimana memperoleh nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel yaitu sebesar $73,025 > 2,70$.

Citra Perusahaan Putra Nangsia *Car Wash* sudah baik dimata konsumen sehingga Konsumen merasa Loyal dan percaya terhadap Perusahaan Putra Nangsia *Car Wash*, diharapkan perusahaan tetap menjaga Citra Perusahaan dengan baik agar Konsumen lebih Loyal terhadap pelayanan jasa Putra Nangsia *Car Wash*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Rulirianto (2017) yang memperoleh hasil bahwa Citra Perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Buana Langgeng Jaya Tulungaggug.

2. Kepercayaan Pelanggan

Menurut Sirdeshmukh et al., (2002) dalam Guenzi et, al. (2009), kepercayaan dapat diartikan sebagai harapan yang dipegang oleh konsumen bahwa perusahaan, karyawan-karyawan, dan pelayanannya dapat diandalkan untuk memenuhi janji-janji mereka.

Hasil penelitian yang telah dilakukan memperoleh hasil bahwa, secara parsial dan simultan Kepercayaan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash*, hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T memperoleh hasil angka perhitungan sebesar 2,444 lebih besar dari t tabel dengan angka sebesar 1,98397 dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,001. Hasil Uji F (Simultan) Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash*, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji F yang dimana memperoleh nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel yaitu sebesar $73,025 > 2,70$.

Kepercayaan Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash* sudah baik dimata konsumen sehingga Konsumen merasa Loyal dan percaya terhadap Perusahaan Putra Nangsia *Car Wash*, hal ini dapat diartikan bahwa selama ini pelayanan yang diberikan oleh Putra Nangsia *Car Wash* sudah baik dan dapat dirasakan oleh konsumen sehingga konsumen merasa loyal dengan pelayanan yang sudah diberikan. Diharapkan perusahaan tetap menjaga Kepercayaan Pelanggan dengan baik agar Konsumen lebih Loyal terhadap pelayanan jasa Putra Nangsia *Car Wash*.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Guenzi et, al., 2009) yang dimana memperoleh hasil “*Customer trust in store branded products has a positive effect on store loyalty behavioral intentions*” yang artinya kepercayaan pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan.

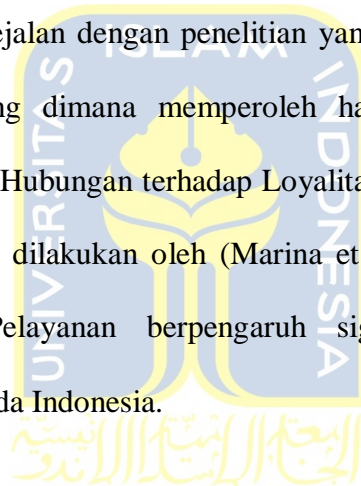
3. Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml et al. (1996) dalam Mombeuil dan Anestis (2017), Kualitas Pelayanan merupakan faktor penting dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup setiap perusahaan dalam lingkungan kompetitif saat ini. Kualitas layanan adalah perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. (Akbar dan Parvez, 2009 dalam Mombeuil dan Anestis 2017).

Hasil penelitian yang telah dilakukan memperoleh hasil bahwa, secara parsial dan simultan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash*, hal ini dibuktikan dengan hasil Uji T memperoleh hasil angka perhitungan sebesar 3,394 lebih besar dari t tabel dengan angka sebesar 1,98397 dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,016. Hasil Uji F (Simultan) Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash*, hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan uji F yang dimana memperoleh nilai F hitung yang lebih besar dari F tabel yaitu sebesar $73,025 > 2,70$.

Kualitas Pelayanan yang diberikan Putra Nangsia *Car Wash* sudah baik dimata konsumen sehingga Konsumen merasa Loyal dan percaya terhadap Perusahaan Putra Nangsia *Car Wash*, hal ini dapat diartikan bahwa selama ini pelayanan yang diberikan oleh Putra Nangsia *Car Wash* sudah baik dan dapat dirasakan oleh konsumen sehingga konsumen merasa loyal dengan pelayanan yang sudah diberikan. diharapkan perusahaan tetap menjaga Kualitas Pelayanan dengan baik agar Konsumen lebih Loyal terhadap pelayanan jasa Putra Nangsia *Car Wash*.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Osman dan Sentosa, 2013) yang dimana memperoleh hasil bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki Hubungan terhadap Loyalitas Pelanggan, begitu juga hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Marina et, al., 2014) memperoleh hasil bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Garuda Indonesia.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian serta hasil pengujian data yang telah dilakukan maka dapat diambil sebagai suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash*.
2. Citra Perusahaan Berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash*.
3. Kepercayaan Pelanggan Berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash*.
4. Kualitas Pelayanan Berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Putra Nangsia *Car Wash*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya agar mendapat hasil yang lebih baik lagi, antara lain:

1. Keterbatasan pada Lokasi penelitian. Penelitian hanya dilakukan di suatu perusahaan yaitu Putra Nangsia *Car Wash*, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan pada perusahaan yang lain.
2. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya berjumlah 104 populasi sehingga tidak menutup kemungkinan memperoleh hasil yang berbeda apabila dilakukan penambahan populasi.
3. Dalam menyebarkan kuesioner peneliti tidak secara keseluruhan bertatap muka dengan responden dikarenakan keterbatasan tenaga dari peneliti.

5.3 Saran

1. Putra Nangsia *Car Wash* sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan karena secara bersama-sama dan parsial semua variabel ini berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.
2. Penelitian selanjutnya hendaknya memperluas sampel penelitian tidak hanya satu bidang jasa sehingga hasil yang diperoleh diharapkan dapat digeneralisasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S. (2009). *'Pemahaman Individu, Observasi, Checklist, Intervier, Kuisisioner, dan Sosiometri'*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, S. (2010). *'Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik'*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bakti, I.G.M.Y., Sumaedi, S. (2012). 'An analysis of library customer loyalty The role of service quality and customer satisfaction, a case study in Indonesia', *Library Management*, Vol. 34 No. 6/7, 2013 pp. 397-414.
- Dewi, S.A., Rulirianto. (2017). 'Pengaruh citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT Buana Langgeng Jaya Tulungagung', *Jurnal Aplikasi Bisnis*, ISSN: 2407-3741.
- Ghozali, I. (2011). *'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS'*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Up Date PLS Regresi'*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *'Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23'*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Guenzi, P., Michael, D.J., Castaldo, S. (2009). 'A comprehensive model of customer trust in two retail stores', *Journal of Service Management*, Vol. 20 No. 3, 2009 pp. 290-316.
- Hasan, Ali. (2009), *Marketing*, Yogyakarta: Media Pressindo.
- Iglesias, O., Markovic, S., Bagherzadeh, M., Singh, J.J. (2018). 'Co-creation: A Key Link Between Corporate Social Responsibility, Customer Trust, and Customer Loyalty', *Journal of Business Ethics*.

- Marina, Sandriana., Darmawati, Andi, Setiawan, Indra, (2014) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Penerbangan Full Service Airlines’, *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTransLog)* - Vol. 01 No. 02. ISSN 2355-4721
- Mokhtar, S.S.M., Yusr M.M. (2016). ‘Exploring the Antecedents of Customer Loyalty in the Malaysian Retail Sector’, *International Review of Management and Marketing*, vol. 6(3), 577-583.
- Mombeuil, C., Anestis K.F. (2017). ‘Assessing the effect of customer perceptions of corporate social responsibility on customer trust within a low cultural trust context’, *Social Responsibility Journal*, Vol. 13 No. 4, Pp. 698-713.
- Osman, Z., I. Sentosa (2013). ‘A study of mediating effect of trust on customer satisfaction and customer loyalty relationship in Malaysian rural tourism’, *European Journal of Tourism Research*, vol 6(2), pp. 192-206.
- Pambagio, A. (2018). ‘Bandara Kulon Progo, Jadikah?’, diakses pada 22 Februari 2019. Diakses dari: <https://news.detik.com/kolom/d-3924637/bandara-kulon-progo-jadikah>
- Srivastava, M., Shubhanshu N., Narula, A. (2018). ‘Quantitative Modeling Of Customer Retention In Context Of Indian Retail Market’, *Indian Journal of Commerce & Management Studies*, Volume IX Issue 1.
- Stan, V., Caemmerer, B., Cattan-Jallet, B., (2013). ‘Customer Loyalty Development: The Role Of Switching Costs’, *The Journal of Applied Business Research*, Volume 29, Number 5.
- Sugiyono, (2008). ‘Metode Penelitian Bisnis’. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2012). ‘Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D’. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2014). *‘Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D’*. Bandung: Alfabeta.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Analisis Deskriptif Responden

JK

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-laki | 80 | 76.9 | 76.9 | 76.9 |
| | Perempuan | 24 | 23.1 | 23.1 | 100.0 |
| | Total | 104 | 100.0 | 100.0 | |



U

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 17-21 | 7 | 6.7 | 6.7 | 6.7 |
| | 22-26 | 25 | 24.0 | 24.0 | 30.8 |
| | 27-31 | 38 | 36.5 | 36.5 | 67.3 |
| | >31 | 34 | 32.7 | 32.7 | 100.0 |
| | Total | 104 | 100.0 | 100.0 | |

P

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Pelajar/Mahasiswa | 26 | 25.0 | 25.0 | 25.0 |
| | Karyawan/wati | 28 | 26.9 | 26.9 | 51.9 |
| | Wiraswasta | 35 | 33.7 | 33.7 | 85.6 |
| | PNS | 15 | 14.4 | 14.4 | 100.0 |
| | Total | 104 | 100.0 | 100.0 | |

Lampiran 2
Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

1. Citra Perusahaan

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|--------|----------------|
| CP1 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.2212 | .62250 |
| CP2 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.2212 | .62250 |
| CP3 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.2019 | .64432 |
| CP4 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.2212 | .65295 |
| CP5 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.2404 | .64605 |
| CP6 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.3365 | .70519 |
| Valid N (listwise) | 104 | | | | |



2. Kepercayaan Pelanggan

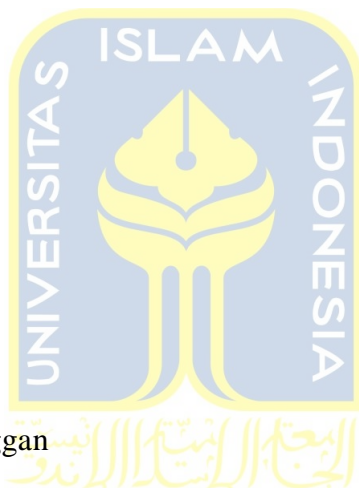
Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|--------|----------------|
| KP1 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.2788 | .66034 |
| KP2 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.2788 | .56529 |
| KP3 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.3269 | .61443 |
| KP4 | 104 | 2.00 | 5.00 | 4.6538 | .61957 |
| Valid N (listwise) | 104 | | | | |

3. Kualitas Pelayanan

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|--------|----------------|
| KL1 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.5288 | .57381 |
| KL2 | 104 | 2.00 | 5.00 | 4.2308 | .72715 |
| KL3 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.3077 | .66940 |
| KL4 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.2308 | .65701 |
| KL5 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.3173 | .64257 |
| KL6 | 104 | 2.00 | 5.00 | 4.4423 | .74816 |
| Valid N (listwise) | 104 | | | | |



4. Loyalitas Pelanggan

Descriptive Statistics

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|--------|----------------|
| LP1 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.3365 | .60114 |
| LP2 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.2596 | .66821 |
| LP3 | 104 | 3.00 | 5.00 | 4.2308 | .59498 |
| LP4 | 104 | 2.00 | 5.00 | 4.1923 | .69780 |
| Valid N (listwise) | 104 | | | | |

Lampiran 3 Uji Validitas

1. Citra Perusahaan

Correlations

| | | CP1 | CP2 | CP3 | CP4 | CP5 | CP6 | JUM_CP |
|--------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| CP1 | Pearson Correlation | 1 | .624** | .686** | .571** | .277** | .249* | .804** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .004 | .011 | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| CP2 | Pearson Correlation | .624** | 1 | .420** | .285** | .639** | .006 | .695** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .003 | .000 | .954 | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| CP3 | Pearson Correlation | .686** | .420** | 1 | .470** | .115 | .490** | .760** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .243 | .000 | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| CP4 | Pearson Correlation | .571** | .285** | .470** | 1 | .448** | .385** | .756** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .003 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| CP5 | Pearson Correlation | .277** | .639** | .115 | .448** | 1 | .140 | .620** |
| | Sig. (2-tailed) | .004 | .000 | .243 | .000 | | .155 | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| CP6 | Pearson Correlation | .249* | .006 | .490** | .385** | .140 | 1 | .561** |
| | Sig. (2-tailed) | .011 | .954 | .000 | .000 | .155 | | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| JUM_CP | Pearson Correlation | .804** | .695** | .760** | .756** | .620** | .561** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |

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

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

2. Kepercayaan Pelanggan

Correlations

| | | KP1 | KP2 | KP3 | KP4 | JUM_KP |
|--------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| KP1 | Pearson Correlation | 1 | .414** | .132 | .238* | .674** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .181 | .015 | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| KP2 | Pearson Correlation | .414** | 1 | .518** | .361** | .829** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| KP3 | Pearson Correlation | .132 | .518** | 1 | .045 | .614** |
| | Sig. (2-tailed) | .181 | .000 | | .649 | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| KP4 | Pearson Correlation | .238* | .361** | .045 | 1 | .606** |
| | Sig. (2-tailed) | .015 | .000 | .649 | | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| JUM_KP | Pearson Correlation | .674** | .829** | .614** | .606** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |

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

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

3. Kualitas Pelayanan

Correlations

| | | KL1 | KL2 | KL3 | KL4 | KL5 | KL6 | JUM_KL |
|--------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| KL1 | Pearson Correlation | 1 | .100 | .280** | .240* | .251* | .468** | .550** |
| | Sig. (2-tailed) | | .311 | .004 | .014 | .010 | .000 | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| KL2 | Pearson Correlation | .100 | 1 | .631** | .477** | .237* | .364** | .711** |
| | Sig. (2-tailed) | .311 | | .000 | .000 | .016 | .000 | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| KL3 | Pearson Correlation | .280** | .631** | 1 | .411** | .155 | .520** | .749** |
| | Sig. (2-tailed) | .004 | .000 | | .000 | .117 | .000 | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| KL4 | Pearson Correlation | .240* | .477** | .411** | 1 | .538** | .442** | .766** |
| | Sig. (2-tailed) | .014 | .000 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| KL5 | Pearson Correlation | .251* | .237* | .155 | .538** | 1 | .109 | .548** |
| | Sig. (2-tailed) | .010 | .016 | .117 | .000 | | .270 | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| KL6 | Pearson Correlation | .468** | .364** | .520** | .442** | .109 | 1 | .728** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .270 | | .000 |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |
| JUM_KL | Pearson Correlation | .550** | .711** | .749** | .766** | .548** | .728** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 | 104 |

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

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

4. Loyalitas Pelanggan

Lampiran 4 Uji Reliabilitas

1. Citra Perusahaan

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 104 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 104 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| | |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .787 | 6 |

2. Kepercayaan Pelanggan

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 104 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 104 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| | |
|------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .605 | 4 |

3. Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 104 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 104 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .765 | 6 |

4. Loyalitas Pelanggan

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 104 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 104 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .671 | 4 |

Lampiran 5
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|---------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 104 |
| Normal Parameters ^a | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .25501411 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .132 |
| | Positive | .058 |
| | Negative | -.132 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | 1.345 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .054 |
| a. Test distribution is Normal. | | |

Lampiran 6
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .156 | .291 | | .538 | .592 | | |
| | RATA2_CP | .466 | .084 | .462 | 5.527 | .000 | .448 | 2.233 |

| | | | | | | | |
|----------|------|------|------|-------|------|------|-------|
| RATA2_KP | .203 | .083 | .186 | 2.444 | .016 | .541 | 1.847 |
| RATA2_KL | .283 | .084 | .283 | 3.394 | .001 | .449 | 2.226 |

a. Dependent Variable: RATA2_LP

Lampiran 7 Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -.011 | .199 | | -.054 | .957 |
| | RATA2_CP | .036 | .058 | .091 | .619 | .537 |
| | RATA2_KP | .071 | .057 | .168 | 1.252 | .214 |
| | RATA2_KL | -.062 | .057 | -.160 | -1.091 | .278 |

a. Dependent Variable: ABS



Lampiran 8 Uji Regresi

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .156 | .291 | | .538 | .592 |
| | RATA2_CP | .466 | .084 | .462 | 5.527 | .000 |
| | RATA2_KP | .203 | .083 | .186 | 2.444 | .016 |
| | RATA2_KL | .283 | .084 | .283 | 3.394 | .001 |

a. Dependent Variable: RATA2_LP

Lampiran 9
Uji Determinasi (R Square)

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .829 ^a | .687 | .677 | .25881 |

a. Predictors: (Constant), RATA2_KL, RATA2_KP, RATA2_CP



Lampiran 10
Uji F (Simultan)

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 14.674 | 3 | 4.891 | 73.025 | .000 ^a |
| | Residual | 6.698 | 100 | .067 | | |
| | Total | 21.373 | 103 | | | |

a. Predictors: (Constant), RATA2_KL, RATA2_KP, RATA2_CP

b. Dependent Variable: RATA2_LP

Lampiran 11

Uji T

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .156 | .291 | | .538 | .592 |
| | RATA2_CP | .466 | .084 | .462 | 5.527 | .000 |
| | RATA2_KP | .203 | .083 | .186 | 2.444 | .016 |
| | RATA2_KL | .283 | .084 | .283 | 3.394 | .001 |

a. Dependent Variable: RATA2_LP



Lampiran 12

r table

Tabel r untuk df = 1-50

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 1 | 0.9877 | 0.9969 | 0.9995 | 0.9999 | 1.0000 |
| 2 | 0.9000 | 0.9500 | 0.9800 | 0.9900 | 0.9990 |
| 3 | 0.8054 | 0.8783 | 0.9343 | 0.9587 | 0.9911 |
| 4 | 0.7293 | 0.8114 | 0.8822 | 0.9172 | 0.9741 |
| 5 | 0.6694 | 0.7545 | 0.8329 | 0.8745 | 0.9509 |
| 6 | 0.6215 | 0.7067 | 0.7887 | 0.8343 | 0.9249 |
| 7 | 0.5822 | 0.6664 | 0.7498 | 0.7977 | 0.8983 |

| | | | | | |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 8 | 0.5494 | 0.6319 | 0.7155 | 0.7646 | 0.8721 |
| 9 | 0.5214 | 0.6021 | 0.6851 | 0.7348 | 0.8470 |
| 10 | 0.4973 | 0.5760 | 0.6581 | 0.7079 | 0.8233 |
| 11 | 0.4762 | 0.5529 | 0.6339 | 0.6835 | 0.8010 |
| 12 | 0.4575 | 0.5324 | 0.6120 | 0.6614 | 0.7800 |
| 13 | 0.4409 | 0.5140 | 0.5923 | 0.6411 | 0.7604 |
| 14 | 0.4259 | 0.4973 | 0.5742 | 0.6226 | 0.7419 |
| 15 | 0.4124 | 0.4821 | 0.5577 | 0.6055 | 0.7247 |
| 16 | 0.4000 | 0.4683 | 0.5425 | 0.5897 | 0.7084 |
| 17 | 0.3887 | 0.4555 | 0.5285 | 0.5751 | 0.6932 |
| 18 | 0.3783 | 0.4438 | 0.5155 | 0.5614 | 0.6788 |
| 19 | 0.3687 | 0.4329 | 0.5034 | 0.5487 | 0.6652 |
| 20 | 0.3598 | 0.4227 | 0.4921 | 0.5368 | 0.6524 |
| 21 | 0.3515 | 0.4132 | 0.4815 | 0.5256 | 0.6402 |
| 22 | 0.3438 | 0.4044 | 0.4716 | 0.5151 | 0.6287 |
| 23 | 0.3365 | 0.3961 | 0.4622 | 0.5052 | 0.6178 |
| 24 | 0.3297 | 0.3882 | 0.4534 | 0.4958 | 0.6074 |
| 25 | 0.3233 | 0.3809 | 0.4451 | 0.4869 | 0.5974 |
| 26 | 0.3172 | 0.3739 | 0.4372 | 0.4785 | 0.5880 |
| 27 | 0.3115 | 0.3673 | 0.4297 | 0.4705 | 0.5790 |
| 28 | 0.3061 | 0.3610 | 0.4226 | 0.4629 | 0.5703 |
| 29 | 0.3009 | 0.3550 | 0.4158 | 0.4556 | 0.5620 |
| 30 | 0.2960 | 0.3494 | 0.4093 | 0.4487 | 0.5541 |
| 31 | 0.2913 | 0.3440 | 0.4032 | 0.4421 | 0.5465 |
| 32 | 0.2869 | 0.3388 | 0.3972 | 0.4357 | 0.5392 |
| 33 | 0.2826 | 0.3338 | 0.3916 | 0.4296 | 0.5322 |
| 34 | 0.2785 | 0.3291 | 0.3862 | 0.4238 | 0.5254 |
| 35 | 0.2746 | 0.3246 | 0.3810 | 0.4182 | 0.5189 |
| 36 | 0.2709 | 0.3202 | 0.3760 | 0.4128 | 0.5126 |
| 37 | 0.2673 | 0.3160 | 0.3712 | 0.4076 | 0.5066 |
| 38 | 0.2638 | 0.3120 | 0.3665 | 0.4026 | 0.5007 |
| 39 | 0.2605 | 0.3081 | 0.3621 | 0.3978 | 0.4950 |
| 40 | 0.2573 | 0.3044 | 0.3578 | 0.3932 | 0.4896 |
| 41 | 0.2542 | 0.3008 | 0.3536 | 0.3887 | 0.4843 |
| 42 | 0.2512 | 0.2973 | 0.3496 | 0.3843 | 0.4791 |
| 43 | 0.2483 | 0.2940 | 0.3457 | 0.3801 | 0.4742 |
| 44 | 0.2455 | 0.2907 | 0.3420 | 0.3761 | 0.4694 |
| 45 | 0.2429 | 0.2876 | 0.3384 | 0.3721 | 0.4647 |
| 46 | 0.2403 | 0.2845 | 0.3348 | 0.3683 | 0.4601 |
| 47 | 0.2377 | 0.2816 | 0.3314 | 0.3646 | 0.4557 |
| 48 | 0.2353 | 0.2787 | 0.3281 | 0.3610 | 0.4514 |

| | | | | | |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 49 | 0.2329 | 0.2759 | 0.3249 | 0.3575 | 0.4473 |
| 50 | 0.2306 | 0.2732 | 0.3218 | 0.3542 | 0.4432 |

Tabel r untuk df = 51-100

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 51 | 0.2284 | 0.2706 | 0.3188 | 0.3509 | 0.4393 |
| 52 | 0.2262 | 0.2681 | 0.3158 | 0.3477 | 0.4354 |
| 53 | 0.2241 | 0.2656 | 0.3129 | 0.3445 | 0.4317 |
| 54 | 0.2221 | 0.2632 | 0.3102 | 0.3415 | 0.4280 |
| 55 | 0.2201 | 0.2609 | 0.3074 | 0.3385 | 0.4244 |
| 56 | 0.2181 | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357 | 0.4210 |
| 57 | 0.2162 | 0.2564 | 0.3022 | 0.3328 | 0.4176 |
| 58 | 0.2144 | 0.2542 | 0.2997 | 0.3301 | 0.4143 |
| 59 | 0.2126 | 0.2521 | 0.2972 | 0.3274 | 0.4110 |
| 60 | 0.2108 | 0.2500 | 0.2948 | 0.3248 | 0.4079 |
| 61 | 0.2091 | 0.2480 | 0.2925 | 0.3223 | 0.4048 |
| 62 | 0.2075 | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198 | 0.4018 |
| 63 | 0.2058 | 0.2441 | 0.2880 | 0.3173 | 0.3988 |
| 64 | 0.2042 | 0.2423 | 0.2858 | 0.3150 | 0.3959 |
| 65 | 0.2027 | 0.2404 | 0.2837 | 0.3126 | 0.3931 |
| 66 | 0.2012 | 0.2387 | 0.2816 | 0.3104 | 0.3903 |
| 67 | 0.1997 | 0.2369 | 0.2796 | 0.3081 | 0.3876 |
| 68 | 0.1982 | 0.2352 | 0.2776 | 0.3060 | 0.3850 |
| 69 | 0.1968 | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038 | 0.3823 |
| 70 | 0.1954 | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017 | 0.3798 |
| 71 | 0.1940 | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997 | 0.3773 |
| 72 | 0.1927 | 0.2287 | 0.2700 | 0.2977 | 0.3748 |
| 73 | 0.1914 | 0.2272 | 0.2682 | 0.2957 | 0.3724 |
| 74 | 0.1901 | 0.2257 | 0.2664 | 0.2938 | 0.3701 |
| 75 | 0.1888 | 0.2242 | 0.2647 | 0.2919 | 0.3678 |
| 76 | 0.1876 | 0.2227 | 0.2630 | 0.2900 | 0.3655 |
| 77 | 0.1864 | 0.2213 | 0.2613 | 0.2882 | 0.3633 |
| 78 | 0.1852 | 0.2199 | 0.2597 | 0.2864 | 0.3611 |
| 79 | 0.1841 | 0.2185 | 0.2581 | 0.2847 | 0.3589 |
| 80 | 0.1829 | 0.2172 | 0.2565 | 0.2830 | 0.3568 |
| 81 | 0.1818 | 0.2159 | 0.2550 | 0.2813 | 0.3547 |

| | | | | | |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 82 | 0.1807 | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83 | 0.1796 | 0.2133 | 0.2520 | 0.2780 | 0.3507 |
| 84 | 0.1786 | 0.2120 | 0.2505 | 0.2764 | 0.3487 |
| 85 | 0.1775 | 0.2108 | 0.2491 | 0.2748 | 0.3468 |
| 86 | 0.1765 | 0.2096 | 0.2477 | 0.2732 | 0.3449 |
| 87 | 0.1755 | 0.2084 | 0.2463 | 0.2717 | 0.3430 |
| 88 | 0.1745 | 0.2072 | 0.2449 | 0.2702 | 0.3412 |
| 89 | 0.1735 | 0.2061 | 0.2435 | 0.2687 | 0.3393 |
| 90 | 0.1726 | 0.2050 | 0.2422 | 0.2673 | 0.3375 |
| 91 | 0.1716 | 0.2039 | 0.2409 | 0.2659 | 0.3358 |
| 92 | 0.1707 | 0.2028 | 0.2396 | 0.2645 | 0.3341 |
| 93 | 0.1698 | 0.2017 | 0.2384 | 0.2631 | 0.3323 |
| 94 | 0.1689 | 0.2006 | 0.2371 | 0.2617 | 0.3307 |
| 95 | 0.1680 | 0.1996 | 0.2359 | 0.2604 | 0.3290 |
| 96 | 0.1671 | 0.1986 | 0.2347 | 0.2591 | 0.3274 |
| 97 | 0.1663 | 0.1975 | 0.2335 | 0.2578 | 0.3258 |
| 98 | 0.1654 | 0.1966 | 0.2324 | 0.2565 | 0.3242 |
| 99 | 0.1646 | 0.1956 | 0.2312 | 0.2552 | 0.3226 |
| 100 | 0.1638 | 0.1946 | 0.2301 | 0.2540 | 0.3211 |

Tabel r untuk df = 101-150

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|---------------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 101 | 0.1630 | 0.1937 | 0.2290 | 0.2528 | 0.3196 |
| 102 | 0.1622 | 0.1927 | 0.2279 | 0.2515 | 0.3181 |
| 103 | 0.1614 | 0.1918 | 0.2268 | 0.2504 | 0.3166 |
| 104 | 0.1606 | 0.1909 | 0.2257 | 0.2492 | 0.3152 |
| 105 | 0.1599 | 0.1900 | 0.2247 | 0.2480 | 0.3137 |
| 106 | 0.1591 | 0.1891 | 0.2236 | 0.2469 | 0.3123 |
| 107 | 0.1584 | 0.1882 | 0.2226 | 0.2458 | 0.3109 |
| 108 | 0.1576 | 0.1874 | 0.2216 | 0.2446 | 0.3095 |
| 109 | 0.1569 | 0.1865 | 0.2206 | 0.2436 | 0.3082 |
| 110 | 0.1562 | 0.1857 | 0.2196 | 0.2425 | 0.3068 |
| 111 | 0.1555 | 0.1848 | 0.2186 | 0.2414 | 0.3055 |
| 112 | 0.1548 | 0.1840 | 0.2177 | 0.2403 | 0.3042 |
| 113 | 0.1541 | 0.1832 | 0.2167 | 0.2393 | 0.3029 |
| 114 | 0.1535 | 0.1824 | 0.2158 | 0.2383 | 0.3016 |

| | | | | | |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 115 | 0.1528 | 0.1816 | 0.2149 | 0.2373 | 0.3004 |
| 116 | 0.1522 | 0.1809 | 0.2139 | 0.2363 | 0.2991 |
| 117 | 0.1515 | 0.1801 | 0.2131 | 0.2353 | 0.2979 |
| 118 | 0.1509 | 0.1793 | 0.2122 | 0.2343 | 0.2967 |
| 119 | 0.1502 | 0.1786 | 0.2113 | 0.2333 | 0.2955 |
| 120 | 0.1496 | 0.1779 | 0.2104 | 0.2324 | 0.2943 |
| 121 | 0.1490 | 0.1771 | 0.2096 | 0.2315 | 0.2931 |
| 122 | 0.1484 | 0.1764 | 0.2087 | 0.2305 | 0.2920 |
| 123 | 0.1478 | 0.1757 | 0.2079 | 0.2296 | 0.2908 |
| 124 | 0.1472 | 0.1750 | 0.2071 | 0.2287 | 0.2897 |
| 125 | 0.1466 | 0.1743 | 0.2062 | 0.2278 | 0.2886 |
| 126 | 0.1460 | 0.1736 | 0.2054 | 0.2269 | 0.2875 |
| 127 | 0.1455 | 0.1729 | 0.2046 | 0.2260 | 0.2864 |
| 128 | 0.1449 | 0.1723 | 0.2039 | 0.2252 | 0.2853 |
| 129 | 0.1443 | 0.1716 | 0.2031 | 0.2243 | 0.2843 |
| 130 | 0.1438 | 0.1710 | 0.2023 | 0.2235 | 0.2832 |
| 131 | 0.1432 | 0.1703 | 0.2015 | 0.2226 | 0.2822 |
| 132 | 0.1427 | 0.1697 | 0.2008 | 0.2218 | 0.2811 |
| 133 | 0.1422 | 0.1690 | 0.2001 | 0.2210 | 0.2801 |
| 134 | 0.1416 | 0.1684 | 0.1993 | 0.2202 | 0.2791 |
| 135 | 0.1411 | 0.1678 | 0.1986 | 0.2194 | 0.2781 |
| 136 | 0.1406 | 0.1672 | 0.1979 | 0.2186 | 0.2771 |
| 137 | 0.1401 | 0.1666 | 0.1972 | 0.2178 | 0.2761 |
| 138 | 0.1396 | 0.1660 | 0.1965 | 0.2170 | 0.2752 |
| 139 | 0.1391 | 0.1654 | 0.1958 | 0.2163 | 0.2742 |
| 140 | 0.1386 | 0.1648 | 0.1951 | 0.2155 | 0.2733 |
| 141 | 0.1381 | 0.1642 | 0.1944 | 0.2148 | 0.2723 |
| 142 | 0.1376 | 0.1637 | 0.1937 | 0.2140 | 0.2714 |
| 143 | 0.1371 | 0.1631 | 0.1930 | 0.2133 | 0.2705 |
| 144 | 0.1367 | 0.1625 | 0.1924 | 0.2126 | 0.2696 |
| 145 | 0.1362 | 0.1620 | 0.1917 | 0.2118 | 0.2687 |
| 146 | 0.1357 | 0.1614 | 0.1911 | 0.2111 | 0.2678 |
| 147 | 0.1353 | 0.1609 | 0.1904 | 0.2104 | 0.2669 |
| 148 | 0.1348 | 0.1603 | 0.1898 | 0.2097 | 0.2660 |
| 149 | 0.1344 | 0.1598 | 0.1892 | 0.2090 | 0.2652 |
| 150 | 0.1339 | 0.1593 | 0.1886 | 0.2083 | 0.2643 |

Tabel r untuk df = 150-200

| df = (N-2) | Tingkat signifikansi untuk uji satu arah | | | | |
|------------|--|--------|--------|--------|--------|
| | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.0005 |
| | Tingkat signifikansi untuk uji dua arah | | | | |
| | 0.1 | 0.05 | 0.02 | 0.01 | 0.001 |
| 151 | 0.1335 | 0.1587 | 0.1879 | 0.2077 | 0.2635 |
| 152 | 0.1330 | 0.1582 | 0.1873 | 0.2070 | 0.2626 |
| 153 | 0.1326 | 0.1577 | 0.1867 | 0.2063 | 0.2618 |
| 154 | 0.1322 | 0.1572 | 0.1861 | 0.2057 | 0.2610 |
| 155 | 0.1318 | 0.1567 | 0.1855 | 0.2050 | 0.2602 |
| 156 | 0.1313 | 0.1562 | 0.1849 | 0.2044 | 0.2593 |
| 157 | 0.1309 | 0.1557 | 0.1844 | 0.2037 | 0.2585 |
| 158 | 0.1305 | 0.1552 | 0.1838 | 0.2031 | 0.2578 |
| 159 | 0.1301 | 0.1547 | 0.1832 | 0.2025 | 0.2570 |
| 160 | 0.1297 | 0.1543 | 0.1826 | 0.2019 | 0.2562 |
| 161 | 0.1293 | 0.1538 | 0.1821 | 0.2012 | 0.2554 |
| 162 | 0.1289 | 0.1533 | 0.1815 | 0.2006 | 0.2546 |
| 163 | 0.1285 | 0.1528 | 0.1810 | 0.2000 | 0.2539 |
| 164 | 0.1281 | 0.1524 | 0.1804 | 0.1994 | 0.2531 |
| 165 | 0.1277 | 0.1519 | 0.1799 | 0.1988 | 0.2524 |
| 166 | 0.1273 | 0.1515 | 0.1794 | 0.1982 | 0.2517 |
| 167 | 0.1270 | 0.1510 | 0.1788 | 0.1976 | 0.2509 |
| 168 | 0.1266 | 0.1506 | 0.1783 | 0.1971 | 0.2502 |
| 169 | 0.1262 | 0.1501 | 0.1778 | 0.1965 | 0.2495 |
| 170 | 0.1258 | 0.1497 | 0.1773 | 0.1959 | 0.2488 |
| 171 | 0.1255 | 0.1493 | 0.1768 | 0.1954 | 0.2481 |
| 172 | 0.1251 | 0.1488 | 0.1762 | 0.1948 | 0.2473 |
| 173 | 0.1247 | 0.1484 | 0.1757 | 0.1942 | 0.2467 |
| 174 | 0.1244 | 0.1480 | 0.1752 | 0.1937 | 0.2460 |
| 175 | 0.1240 | 0.1476 | 0.1747 | 0.1932 | 0.2453 |
| 176 | 0.1237 | 0.1471 | 0.1743 | 0.1926 | 0.2446 |
| 177 | 0.1233 | 0.1467 | 0.1738 | 0.1921 | 0.2439 |
| 178 | 0.1230 | 0.1463 | 0.1733 | 0.1915 | 0.2433 |
| 179 | 0.1226 | 0.1459 | 0.1728 | 0.1910 | 0.2426 |
| 180 | 0.1223 | 0.1455 | 0.1723 | 0.1905 | 0.2419 |
| 181 | 0.1220 | 0.1451 | 0.1719 | 0.1900 | 0.2413 |
| 182 | 0.1216 | 0.1447 | 0.1714 | 0.1895 | 0.2406 |
| 183 | 0.1213 | 0.1443 | 0.1709 | 0.1890 | 0.2400 |

| | | | | | |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 184 | 0.1210 | 0.1439 | 0.1705 | 0.1884 | 0.2394 |
| 185 | 0.1207 | 0.1435 | 0.1700 | 0.1879 | 0.2387 |
| 186 | 0.1203 | 0.1432 | 0.1696 | 0.1874 | 0.2381 |
| 187 | 0.1200 | 0.1428 | 0.1691 | 0.1869 | 0.2375 |
| 188 | 0.1197 | 0.1424 | 0.1687 | 0.1865 | 0.2369 |
| 189 | 0.1194 | 0.1420 | 0.1682 | 0.1860 | 0.2363 |
| 190 | 0.1191 | 0.1417 | 0.1678 | 0.1855 | 0.2357 |
| 191 | 0.1188 | 0.1413 | 0.1674 | 0.1850 | 0.2351 |
| 192 | 0.1184 | 0.1409 | 0.1669 | 0.1845 | 0.2345 |
| 193 | 0.1181 | 0.1406 | 0.1665 | 0.1841 | 0.2339 |
| 194 | 0.1178 | 0.1402 | 0.1661 | 0.1836 | 0.2333 |
| 195 | 0.1175 | 0.1398 | 0.1657 | 0.1831 | 0.2327 |
| 196 | 0.1172 | 0.1395 | 0.1652 | 0.1827 | 0.2321 |
| 197 | 0.1169 | 0.1391 | 0.1648 | 0.1822 | 0.2315 |
| 198 | 0.1166 | 0.1388 | 0.1644 | 0.1818 | 0.2310 |
| 199 | 0.1164 | 0.1384 | 0.1640 | 0.1813 | 0.2304 |
| 200 | 0.1161 | 0.1381 | 0.1636 | 0.1809 | 0.2298 |

Lampiran 13

F_{tabel}

Titik Presentase Distribusi F untuk Probabilita= 0,05

| df untuk | df untuk pembilang (N1) | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 1 | 161 | 199 | 216 | 225 | 230 | 234 | 237 | 239 | 241 | 242 | 243 | 244 | 245 | 245 | 246 |
| 2 | 18.51 | 19.00 | 19.16 | 19.25 | 19.30 | 19.33 | 19.35 | 19.37 | 19.38 | 19.40 | 19.40 | 19.41 | 19.42 | 19.42 | 19.43 |
| 3 | 10.13 | 9.55 | 9.28 | 9.12 | 9.01 | 8.94 | 8.89 | 8.85 | 8.81 | 8.79 | 8.76 | 8.74 | 8.73 | 8.71 | 8.70 |
| 4 | 7.71 | 6.94 | 6.59 | 6.39 | 6.26 | 6.16 | 6.09 | 6.04 | 6.00 | 5.96 | 5.94 | 5.91 | 5.89 | 5.87 | 5.86 |
| 5 | 6.61 | 5.79 | 5.41 | 5.19 | 5.05 | 4.95 | 4.88 | 4.82 | 4.77 | 4.74 | 4.70 | 4.68 | 4.66 | 4.64 | 4.62 |
| 6 | 5.99 | 5.14 | 4.76 | 4.53 | 4.39 | 4.28 | 4.21 | 4.15 | 4.10 | 4.06 | 4.03 | 4.00 | 3.98 | 3.96 | 3.94 |
| 7 | 5.59 | 4.74 | 4.35 | 4.12 | 3.97 | 3.87 | 3.79 | 3.73 | 3.68 | 3.64 | 3.60 | 3.57 | 3.55 | 3.53 | 3.51 |
| 8 | 5.32 | 4.46 | 4.07 | 3.84 | 3.69 | 3.58 | 3.50 | 3.44 | 3.39 | 3.35 | 3.31 | 3.28 | 3.26 | 3.24 | 3.22 |
| 9 | 5.12 | 4.26 | 3.86 | 3.63 | 3.48 | 3.37 | 3.29 | 3.23 | 3.18 | 3.14 | 3.10 | 3.07 | 3.05 | 3.03 | 3.01 |
| 10 | 4.96 | 4.10 | 3.71 | 3.48 | 3.33 | 3.22 | 3.14 | 3.07 | 3.02 | 2.98 | 2.94 | 2.91 | 2.89 | 2.86 | 2.85 |
| 11 | 4.84 | 3.98 | 3.59 | 3.36 | 3.20 | 3.09 | 3.01 | 2.95 | 2.90 | 2.85 | 2.82 | 2.79 | 2.76 | 2.74 | 2.72 |
| 12 | 4.75 | 3.89 | 3.49 | 3.26 | 3.11 | 3.00 | 2.91 | 2.85 | 2.80 | 2.75 | 2.72 | 2.69 | 2.66 | 2.64 | 2.62 |
| 13 | 4.67 | 3.81 | 3.41 | 3.18 | 3.03 | 2.92 | 2.83 | 2.77 | 2.71 | 2.67 | 2.63 | 2.60 | 2.58 | 2.55 | 2.53 |
| 14 | 4.60 | 3.74 | 3.34 | 3.11 | 2.96 | 2.85 | 2.76 | 2.70 | 2.65 | 2.60 | 2.57 | 2.53 | 2.51 | 2.48 | 2.46 |
| 15 | 4.54 | 3.68 | 3.29 | 3.06 | 2.90 | 2.79 | 2.71 | 2.64 | 2.59 | 2.54 | 2.51 | 2.48 | 2.45 | 2.42 | 2.40 |
| 16 | 4.49 | 3.63 | 3.24 | 3.01 | 2.85 | 2.74 | 2.66 | 2.59 | 2.54 | 2.49 | 2.46 | 2.42 | 2.40 | 2.37 | 2.35 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 17 | 4.45 | 3.59 | 3.20 | 2.96 | 2.81 | 2.70 | 2.61 | 2.55 | 2.49 | 2.45 | 2.41 | 2.38 | 2.35 | 2.33 | 2.31 |
| 18 | 4.41 | 3.55 | 3.16 | 2.93 | 2.77 | 2.66 | 2.58 | 2.51 | 2.46 | 2.41 | 2.37 | 2.34 | 2.31 | 2.29 | 2.27 |
| 19 | 4.38 | 3.52 | 3.13 | 2.90 | 2.74 | 2.63 | 2.54 | 2.48 | 2.42 | 2.38 | 2.34 | 2.31 | 2.28 | 2.26 | 2.23 |
| 20 | 4.35 | 3.49 | 3.10 | 2.87 | 2.71 | 2.60 | 2.51 | 2.45 | 2.39 | 2.35 | 2.31 | 2.28 | 2.25 | 2.22 | 2.20 |
| 21 | 4.32 | 3.47 | 3.07 | 2.84 | 2.68 | 2.57 | 2.49 | 2.42 | 2.37 | 2.32 | 2.28 | 2.25 | 2.22 | 2.20 | 2.18 |
| 22 | 4.30 | 3.44 | 3.05 | 2.82 | 2.66 | 2.55 | 2.46 | 2.40 | 2.34 | 2.30 | 2.26 | 2.23 | 2.20 | 2.17 | 2.15 |
| 23 | 4.28 | 3.42 | 3.03 | 2.80 | 2.64 | 2.53 | 2.44 | 2.37 | 2.32 | 2.27 | 2.24 | 2.20 | 2.18 | 2.15 | 2.13 |
| 24 | 4.26 | 3.40 | 3.01 | 2.78 | 2.62 | 2.51 | 2.42 | 2.36 | 2.30 | 2.25 | 2.22 | 2.18 | 2.15 | 2.13 | 2.11 |
| 25 | 4.24 | 3.39 | 2.99 | 2.76 | 2.60 | 2.49 | 2.40 | 2.34 | 2.28 | 2.24 | 2.20 | 2.16 | 2.14 | 2.11 | 2.09 |
| 26 | 4.23 | 3.37 | 2.98 | 2.74 | 2.59 | 2.47 | 2.39 | 2.32 | 2.27 | 2.22 | 2.18 | 2.15 | 2.12 | 2.09 | 2.07 |
| 27 | 4.21 | 3.35 | 2.96 | 2.73 | 2.57 | 2.46 | 2.37 | 2.31 | 2.25 | 2.20 | 2.17 | 2.13 | 2.10 | 2.08 | 2.06 |
| 28 | 4.20 | 3.34 | 2.95 | 2.71 | 2.56 | 2.45 | 2.36 | 2.29 | 2.24 | 2.19 | 2.15 | 2.12 | 2.09 | 2.06 | 2.04 |
| 29 | 4.18 | 3.33 | 2.93 | 2.70 | 2.55 | 2.43 | 2.35 | 2.28 | 2.22 | 2.18 | 2.14 | 2.10 | 2.08 | 2.05 | 2.03 |
| 30 | 4.17 | 3.32 | 2.92 | 2.69 | 2.53 | 2.42 | 2.33 | 2.27 | 2.21 | 2.16 | 2.13 | 2.09 | 2.06 | 2.04 | 2.01 |
| 31 | 4.16 | 3.30 | 2.91 | 2.68 | 2.52 | 2.41 | 2.32 | 2.25 | 2.20 | 2.15 | 2.11 | 2.08 | 2.05 | 2.03 | 2.00 |
| 32 | 4.15 | 3.29 | 2.90 | 2.67 | 2.51 | 2.40 | 2.31 | 2.24 | 2.19 | 2.14 | 2.10 | 2.07 | 2.04 | 2.01 | 1.99 |
| 33 | 4.14 | 3.28 | 2.89 | 2.66 | 2.50 | 2.39 | 2.30 | 2.23 | 2.18 | 2.13 | 2.09 | 2.06 | 2.03 | 2.00 | 1.98 |
| 34 | 4.13 | 3.28 | 2.88 | 2.65 | 2.49 | 2.38 | 2.29 | 2.23 | 2.17 | 2.12 | 2.08 | 2.05 | 2.02 | 1.99 | 1.97 |
| 35 | 4.12 | 3.27 | 2.87 | 2.64 | 2.49 | 2.37 | 2.29 | 2.22 | 2.16 | 2.11 | 2.07 | 2.04 | 2.01 | 1.99 | 1.96 |
| 36 | 4.11 | 3.26 | 2.87 | 2.63 | 2.48 | 2.36 | 2.28 | 2.21 | 2.15 | 2.11 | 2.07 | 2.03 | 2.00 | 1.98 | 1.95 |
| 37 | 4.11 | 3.25 | 2.86 | 2.63 | 2.47 | 2.36 | 2.27 | 2.20 | 2.14 | 2.10 | 2.06 | 2.02 | 2.00 | 1.97 | 1.95 |
| 38 | 4.10 | 3.24 | 2.85 | 2.62 | 2.46 | 2.35 | 2.26 | 2.19 | 2.14 | 2.09 | 2.05 | 2.02 | 1.99 | 1.96 | 1.94 |
| 39 | 4.09 | 3.24 | 2.85 | 2.61 | 2.46 | 2.34 | 2.26 | 2.19 | 2.13 | 2.08 | 2.04 | 2.01 | 1.98 | 1.95 | 1.93 |
| 40 | 4.08 | 3.23 | 2.84 | 2.61 | 2.45 | 2.34 | 2.25 | 2.18 | 2.12 | 2.08 | 2.04 | 2.00 | 1.97 | 1.95 | 1.92 |
| 41 | 4.08 | 3.23 | 2.83 | 2.60 | 2.44 | 2.33 | 2.24 | 2.17 | 2.12 | 2.07 | 2.03 | 2.00 | 1.97 | 1.94 | 1.92 |
| 42 | 4.07 | 3.22 | 2.83 | 2.59 | 2.44 | 2.32 | 2.24 | 2.17 | 2.11 | 2.06 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.94 | 1.91 |
| 43 | 4.07 | 3.21 | 2.82 | 2.59 | 2.43 | 2.32 | 2.23 | 2.16 | 2.11 | 2.06 | 2.02 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.91 |
| 44 | 4.06 | 3.21 | 2.82 | 2.58 | 2.43 | 2.31 | 2.23 | 2.16 | 2.10 | 2.05 | 2.01 | 1.98 | 1.95 | 1.92 | 1.90 |
| 45 | 4.06 | 3.20 | 2.81 | 2.58 | 2.42 | 2.31 | 2.22 | 2.15 | 2.10 | 2.05 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.92 | 1.89 |

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

| df untuk penvebut | df untuk pembilang (N1) | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 46 | 4.05 | 3.20 | 2.81 | 2.57 | 2.42 | 2.30 | 2.22 | 2.15 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.89 |
| 47 | 4.05 | 3.20 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.30 | 2.21 | 2.14 | 2.09 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.91 | 1.88 |
| 48 | 4.04 | 3.19 | 2.80 | 2.57 | 2.41 | 2.29 | 2.21 | 2.14 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| 49 | 4.04 | 3.19 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.08 | 2.03 | 1.99 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.88 |
| 50 | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.56 | 2.40 | 2.29 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| 51 | 4.03 | 3.18 | 2.79 | 2.55 | 2.40 | 2.28 | 2.20 | 2.13 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.87 |
| 52 | 4.03 | 3.18 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.07 | 2.02 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.89 | 1.86 |
| 53 | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.55 | 2.39 | 2.28 | 2.19 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 54 | 4.02 | 3.17 | 2.78 | 2.54 | 2.39 | 2.27 | 2.18 | 2.12 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.86 |
| 55 | 4.02 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.06 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.88 | 1.85 |
| 56 | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.54 | 2.38 | 2.27 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| 57 | 4.01 | 3.16 | 2.77 | 2.53 | 2.38 | 2.26 | 2.18 | 2.11 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.85 |
| 58 | 4.01 | 3.16 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.05 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.87 | 1.84 |
| 59 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.26 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| 60 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.53 | 2.37 | 2.25 | 2.17 | 2.10 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.84 |
| 61 | 4.00 | 3.15 | 2.76 | 2.52 | 2.37 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.04 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.86 | 1.83 |
| 62 | 4.00 | 3.15 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 63 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.25 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 64 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.52 | 2.36 | 2.24 | 2.16 | 2.09 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.83 |
| 65 | 3.99 | 3.14 | 2.75 | 2.51 | 2.36 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.85 | 1.82 |
| 66 | 3.99 | 3.14 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.03 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 67 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.98 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 68 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.51 | 2.35 | 2.24 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.82 |
| 69 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.15 | 2.08 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.90 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |
| 70 | 3.98 | 3.13 | 2.74 | 2.50 | 2.35 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.02 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.84 | 1.81 |
| 71 | 3.98 | 3.13 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 72 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 73 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.23 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.81 |
| 74 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.50 | 2.34 | 2.22 | 2.14 | 2.07 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.89 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| 75 | 3.97 | 3.12 | 2.73 | 2.49 | 2.34 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.83 | 1.80 |
| 76 | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.01 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 77 | 3.97 | 3.12 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 78 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.80 |
| 79 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.22 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.85 | 1.82 | 1.79 |
| 80 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.49 | 2.33 | 2.21 | 2.13 | 2.06 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.88 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| 81 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.82 | 1.79 |
| 82 | 3.96 | 3.11 | 2.72 | 2.48 | 2.33 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 2.00 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 83 | 3.96 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 84 | 3.95 | 3.11 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.95 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 85 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.79 |
| 86 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.21 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.84 | 1.81 | 1.78 |
| 87 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.87 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| 88 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.48 | 2.32 | 2.20 | 2.12 | 2.05 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.81 | 1.78 |
| 89 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 90 | 3.95 | 3.10 | 2.71 | 2.47 | 2.32 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.99 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

| df untuk penyebut | df untuk pembilang (N1) | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 91 | 3.95 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |
| 92 | 3.94 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.89 | 1.86 | 1.83 | 1.80 | 1.78 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 223 | 3.88 | 3.04 | 2.65 | 2.41 | 2.25 | 2.14 | 2.05 | 1.98 | 1.92 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.76 | 1.74 | 1.71 |
| 224 | 3.88 | 3.04 | 2.64 | 2.41 | 2.25 | 2.14 | 2.05 | 1.98 | 1.92 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.76 | 1.74 | 1.71 |
| 225 | 3.88 | 3.04 | 2.64 | 2.41 | 2.25 | 2.14 | 2.05 | 1.98 | 1.92 | 1.87 | 1.83 | 1.80 | 1.76 | 1.74 | 1.71 |

Lampiran 14

t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 1-40)

| Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|----|---------|---------|---------|----------|----------|----------|-----------|
| df | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 1 | 1.00000 | 3.07768 | 6.31375 | 12.70620 | 31.82052 | 63.65674 | 318.30884 |
| 2 | 0.81650 | 1.88562 | 2.91999 | 4.30265 | 6.96456 | 9.92484 | 22.32712 |
| 3 | 0.76489 | 1.63774 | 2.35336 | 3.18245 | 4.54070 | 5.84091 | 10.21453 |
| 4 | 0.74070 | 1.53321 | 2.13185 | 2.77645 | 3.74695 | 4.60409 | 7.17318 |
| 5 | 0.72669 | 1.47588 | 2.01505 | 2.57058 | 3.36493 | 4.03214 | 5.89343 |
| 6 | 0.71756 | 1.43976 | 1.94318 | 2.44691 | 3.14267 | 3.70743 | 5.20763 |
| 7 | 0.71114 | 1.41492 | 1.89458 | 2.36462 | 2.99795 | 3.49948 | 4.78529 |
| 8 | 0.70639 | 1.39682 | 1.85955 | 2.30600 | 2.89646 | 3.35539 | 4.50079 |
| 9 | 0.70272 | 1.38303 | 1.83311 | 2.26216 | 2.82144 | 3.24984 | 4.29681 |
| 10 | 0.69981 | 1.37218 | 1.81246 | 2.22814 | 2.76377 | 3.16927 | 4.14370 |
| 11 | 0.69745 | 1.36343 | 1.79588 | 2.20099 | 2.71808 | 3.10581 | 4.02470 |
| 12 | 0.69548 | 1.35622 | 1.78229 | 2.17881 | 2.68100 | 3.05454 | 3.92963 |
| 13 | 0.69383 | 1.35017 | 1.77093 | 2.16037 | 2.65031 | 3.01228 | 3.85198 |
| 14 | 0.69242 | 1.34503 | 1.76131 | 2.14479 | 2.62449 | 2.97684 | 3.78739 |
| 15 | 0.69120 | 1.34061 | 1.75305 | 2.13145 | 2.60248 | 2.94671 | 3.73283 |
| 16 | 0.69013 | 1.33676 | 1.74588 | 2.11991 | 2.58349 | 2.92078 | 3.68615 |
| 17 | 0.68920 | 1.33338 | 1.73961 | 2.10982 | 2.56693 | 2.89823 | 3.64577 |
| 18 | 0.68836 | 1.33039 | 1.73406 | 2.10092 | 2.55238 | 2.87844 | 3.61048 |
| 19 | 0.68762 | 1.32773 | 1.72913 | 2.09302 | 2.53948 | 2.86093 | 3.57940 |
| 20 | 0.68695 | 1.32534 | 1.72472 | 2.08596 | 2.52798 | 2.84534 | 3.55181 |
| 21 | 0.68635 | 1.32319 | 1.72074 | 2.07961 | 2.51765 | 2.83136 | 3.52715 |
| 22 | 0.68581 | 1.32124 | 1.71714 | 2.07387 | 2.50832 | 2.81876 | 3.50499 |
| 23 | 0.68531 | 1.31946 | 1.71387 | 2.06866 | 2.49987 | 2.80734 | 3.48496 |
| 24 | 0.68485 | 1.31784 | 1.71088 | 2.06390 | 2.49216 | 2.79694 | 3.46678 |
| 25 | 0.68443 | 1.31635 | 1.70814 | 2.05954 | 2.48511 | 2.78744 | 3.45019 |
| 26 | 0.68404 | 1.31497 | 1.70562 | 2.05553 | 2.47863 | 2.77871 | 3.43500 |
| 27 | 0.68368 | 1.31370 | 1.70329 | 2.05183 | 2.47266 | 2.77068 | 3.42103 |
| 28 | 0.68335 | 1.31253 | 1.70113 | 2.04841 | 2.46714 | 2.76326 | 3.40816 |
| 29 | 0.68304 | 1.31143 | 1.69913 | 2.04523 | 2.46202 | 2.75639 | 3.39624 |
| 30 | 0.68276 | 1.31042 | 1.69726 | 2.04227 | 2.45726 | 2.75000 | 3.38518 |
| 31 | 0.68249 | 1.30946 | 1.69552 | 2.03951 | 2.45282 | 2.74404 | 3.37490 |
| 32 | 0.68223 | 1.30857 | 1.69389 | 2.03693 | 2.44868 | 2.73848 | 3.36531 |

| | | | | | | | |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 33 | 0.68200 | 1.30774 | 1.69236 | 2.03452 | 2.44479 | 2.73328 | 3.35634 |
| 34 | 0.68177 | 1.30695 | 1.69092 | 2.03224 | 2.44115 | 2.72839 | 3.34793 |
| 35 | 0.68156 | 1.30621 | 1.68957 | 2.03011 | 2.43772 | 2.72381 | 3.34005 |
| 36 | 0.68137 | 1.30551 | 1.68830 | 2.02809 | 2.43449 | 2.71948 | 3.33262 |
| 37 | 0.68118 | 1.30485 | 1.68709 | 2.02619 | 2.43145 | 2.71541 | 3.32563 |
| 38 | 0.68100 | 1.30423 | 1.68595 | 2.02439 | 2.42857 | 2.71156 | 3.31903 |
| 39 | 0.68083 | 1.30364 | 1.68488 | 2.02269 | 2.42584 | 2.70791 | 3.31279 |
| 40 | 0.68067 | 1.30308 | 1.68385 | 2.02108 | 2.42326 | 2.70446 | 3.30688 |

Titik Persentase Distribusi t (df = 41-80)

| Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| df | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 41 | 0.68052 | 1.30254 | 1.68288 | 2.01954 | 2.42080 | 2.70118 | 3.30127 |
| 42 | 0.68038 | 1.30204 | 1.68195 | 2.01808 | 2.41847 | 2.69807 | 3.29595 |
| 43 | 0.68024 | 1.30155 | 1.68107 | 2.01669 | 2.41625 | 2.69510 | 3.29089 |
| 44 | 0.68011 | 1.30109 | 1.68023 | 2.01537 | 2.41413 | 2.69228 | 3.28607 |
| 45 | 0.67998 | 1.30065 | 1.67943 | 2.01410 | 2.41212 | 2.68959 | 3.28148 |
| 46 | 0.67986 | 1.30023 | 1.67866 | 2.01290 | 2.41019 | 2.68701 | 3.27710 |
| 47 | 0.67975 | 1.29982 | 1.67793 | 2.01174 | 2.40835 | 2.68456 | 3.27291 |
| 48 | 0.67964 | 1.29944 | 1.67722 | 2.01063 | 2.40658 | 2.68220 | 3.26891 |
| 49 | 0.67953 | 1.29907 | 1.67655 | 2.00958 | 2.40489 | 2.67995 | 3.26508 |
| 50 | 0.67943 | 1.29871 | 1.67591 | 2.00856 | 2.40327 | 2.67779 | 3.26141 |
| 51 | 0.67933 | 1.29837 | 1.67528 | 2.00758 | 2.40172 | 2.67572 | 3.25789 |
| 52 | 0.67924 | 1.29805 | 1.67469 | 2.00665 | 2.40022 | 2.67373 | 3.25451 |
| 53 | 0.67915 | 1.29773 | 1.67412 | 2.00575 | 2.39879 | 2.67182 | 3.25127 |
| 54 | 0.67906 | 1.29743 | 1.67356 | 2.00488 | 2.39741 | 2.66998 | 3.24815 |
| 55 | 0.67898 | 1.29713 | 1.67303 | 2.00404 | 2.39608 | 2.66822 | 3.24515 |
| 56 | 0.67890 | 1.29685 | 1.67252 | 2.00324 | 2.39480 | 2.66651 | 3.24226 |
| 57 | 0.67882 | 1.29658 | 1.67203 | 2.00247 | 2.39357 | 2.66487 | 3.23948 |
| 58 | 0.67874 | 1.29632 | 1.67155 | 2.00172 | 2.39238 | 2.66329 | 3.23680 |
| 59 | 0.67867 | 1.29607 | 1.67109 | 2.00100 | 2.39123 | 2.66176 | 3.23421 |
| 60 | 0.67860 | 1.29582 | 1.67065 | 2.00030 | 2.39012 | 2.66028 | 3.23171 |
| 61 | 0.67853 | 1.29558 | 1.67022 | 1.99962 | 2.38905 | 2.65886 | 3.22930 |
| 62 | 0.67847 | 1.29536 | 1.66980 | 1.99897 | 2.38801 | 2.65748 | 3.22696 |
| 63 | 0.67840 | 1.29513 | 1.66940 | 1.99834 | 2.38701 | 2.65615 | 3.22471 |
| 64 | 0.67834 | 1.29492 | 1.66901 | 1.99773 | 2.38604 | 2.65485 | 3.22253 |
| 65 | 0.67828 | 1.29471 | 1.66864 | 1.99714 | 2.38510 | 2.65360 | 3.22041 |
| 66 | 0.67823 | 1.29451 | 1.66827 | 1.99656 | 2.38419 | 2.65239 | 3.21837 |
| 67 | 0.67817 | 1.29432 | 1.66792 | 1.99601 | 2.38330 | 2.65122 | 3.21639 |
| 68 | 0.67811 | 1.29413 | 1.66757 | 1.99547 | 2.38245 | 2.65008 | 3.21446 |
| 69 | 0.67806 | 1.29394 | 1.66724 | 1.99495 | 2.38161 | 2.64898 | 3.21260 |
| 70 | 0.67801 | 1.29376 | 1.66691 | 1.99444 | 2.38081 | 2.64790 | 3.21079 |
| 71 | 0.67796 | 1.29359 | 1.66660 | 1.99394 | 2.38002 | 2.64686 | 3.20903 |

| | | | | | | | |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 72 | 0.67791 | 1.29342 | 1.66629 | 1.99346 | 2.37926 | 2.64585 | 3.20733 |
| 73 | 0.67787 | 1.29326 | 1.66600 | 1.99300 | 2.37852 | 2.64487 | 3.20567 |
| 74 | 0.67782 | 1.29310 | 1.66571 | 1.99254 | 2.37780 | 2.64391 | 3.20406 |
| 75 | 0.67778 | 1.29294 | 1.66543 | 1.99210 | 2.37710 | 2.64298 | 3.20249 |
| 76 | 0.67773 | 1.29279 | 1.66515 | 1.99167 | 2.37642 | 2.64208 | 3.20096 |
| 77 | 0.67769 | 1.29264 | 1.66488 | 1.99125 | 2.37576 | 2.64120 | 3.19948 |
| 78 | 0.67765 | 1.29250 | 1.66462 | 1.99085 | 2.37511 | 2.64034 | 3.19804 |
| 79 | 0.67761 | 1.29236 | 1.66437 | 1.99045 | 2.37448 | 2.63950 | 3.19663 |
| 80 | 0.67757 | 1.29222 | 1.66412 | 1.99006 | 2.37387 | 2.63869 | 3.19526 |

Titik Persentase Distribusi t (df = 81-120)

| Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|-----|---------|---------|---------|----------------|---------|---------|---------|
| | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 81 | 0.67753 | 1.29209 | 1.66388 | 1.98969 | 2.37327 | 2.63790 | 3.19392 |
| 82 | 0.67749 | 1.29196 | 1.66365 | 1.98932 | 2.37269 | 2.63712 | 3.19262 |
| 83 | 0.67746 | 1.29183 | 1.66342 | 1.98896 | 2.37212 | 2.63637 | 3.19135 |
| 84 | 0.67742 | 1.29171 | 1.66320 | 1.98861 | 2.37156 | 2.63563 | 3.19011 |
| 85 | 0.67739 | 1.29159 | 1.66298 | 1.98827 | 2.37102 | 2.63491 | 3.18890 |
| 86 | 0.67735 | 1.29147 | 1.66277 | 1.98793 | 2.37049 | 2.63421 | 3.18772 |
| 87 | 0.67732 | 1.29136 | 1.66256 | 1.98761 | 2.36998 | 2.63353 | 3.18657 |
| 88 | 0.67729 | 1.29125 | 1.66235 | 1.98729 | 2.36947 | 2.63286 | 3.18544 |
| 89 | 0.67726 | 1.29114 | 1.66216 | 1.98698 | 2.36898 | 2.63220 | 3.18434 |
| 90 | 0.67723 | 1.29103 | 1.66196 | 1.98667 | 2.36850 | 2.63157 | 3.18327 |
| 91 | 0.67720 | 1.29092 | 1.66177 | 1.98638 | 2.36803 | 2.63094 | 3.18222 |
| 92 | 0.67717 | 1.29082 | 1.66159 | 1.98609 | 2.36757 | 2.63033 | 3.18119 |
| 93 | 0.67714 | 1.29072 | 1.66140 | 1.98580 | 2.36712 | 2.62973 | 3.18019 |
| 94 | 0.67711 | 1.29062 | 1.66123 | 1.98552 | 2.36667 | 2.62915 | 3.17921 |
| 95 | 0.67708 | 1.29053 | 1.66105 | 1.98525 | 2.36624 | 2.62858 | 3.17825 |
| 96 | 0.67705 | 1.29043 | 1.66088 | 1.98498 | 2.36582 | 2.62802 | 3.17731 |
| 97 | 0.67703 | 1.29034 | 1.66071 | 1.98472 | 2.36541 | 2.62747 | 3.17639 |
| 98 | 0.67700 | 1.29025 | 1.66055 | 1.98447 | 2.36500 | 2.62693 | 3.17549 |
| 99 | 0.67698 | 1.29016 | 1.66039 | 1.98422 | 2.36461 | 2.62641 | 3.17460 |
| 100 | 0.67695 | 1.29007 | 1.66023 | 1.98397 | 2.36422 | 2.62589 | 3.17374 |
| 101 | 0.67693 | 1.28999 | 1.66008 | 1.98373 | 2.36384 | 2.62539 | 3.17289 |
| 102 | 0.67690 | 1.28991 | 1.65993 | 1.98350 | 2.36346 | 2.62489 | 3.17206 |
| 103 | 0.67688 | 1.28982 | 1.65978 | 1.98326 | 2.36310 | 2.62441 | 3.17125 |
| 104 | 0.67686 | 1.28974 | 1.65964 | 1.98304 | 2.36274 | 2.62393 | 3.17045 |
| 105 | 0.67683 | 1.28967 | 1.65950 | 1.98282 | 2.36239 | 2.62347 | 3.16967 |
| 106 | 0.67681 | 1.28959 | 1.65936 | 1.98260 | 2.36204 | 2.62301 | 3.16890 |
| 107 | 0.67679 | 1.28951 | 1.65922 | 1.98238 | 2.36170 | 2.62256 | 3.16815 |
| 108 | 0.67677 | 1.28944 | 1.65909 | 1.98217 | 2.36137 | 2.62212 | 3.16741 |
| 109 | 0.67675 | 1.28937 | 1.65895 | 1.98197 | 2.36105 | 2.62169 | 3.16669 |
| 110 | 0.67673 | 1.28930 | 1.65882 | 1.98177 | 2.36073 | 2.62126 | 3.16598 |
| 111 | 0.67671 | 1.28922 | 1.65870 | 1.98157 | 2.36041 | 2.62085 | 3.16528 |

| | | | | | | | |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 112 | 0.67669 | 1.28916 | 1.65857 | 1.98137 | 2.36010 | 2.62044 | 3.16460 |
| 113 | 0.67667 | 1.28909 | 1.65845 | 1.98118 | 2.35980 | 2.62004 | 3.16392 |
| 114 | 0.67665 | 1.28902 | 1.65833 | 1.98099 | 2.35950 | 2.61964 | 3.16326 |
| 115 | 0.67663 | 1.28896 | 1.65821 | 1.98081 | 2.35921 | 2.61926 | 3.16262 |
| 116 | 0.67661 | 1.28889 | 1.65810 | 1.98063 | 2.35892 | 2.61888 | 3.16198 |
| 117 | 0.67659 | 1.28883 | 1.65798 | 1.98045 | 2.35864 | 2.61850 | 3.16135 |
| 118 | 0.67657 | 1.28877 | 1.65787 | 1.98027 | 2.35837 | 2.61814 | 3.16074 |
| 119 | 0.67656 | 1.28871 | 1.65776 | 1.98010 | 2.35809 | 2.61778 | 3.16013 |
| 120 | 0.67654 | 1.28865 | 1.65765 | 1.97993 | 2.35782 | 2.61742 | 3.15954 |

Titik Persentase Distribusi t (df = 121-160)

| Pr df | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 121 | 0.67652 | 1.28859 | 1.65754 | 1.97976 | 2.35756 | 2.61707 | 3.15895 |
| 122 | 0.67651 | 1.28853 | 1.65744 | 1.97960 | 2.35730 | 2.61673 | 3.15838 |
| 123 | 0.67649 | 1.28847 | 1.65734 | 1.97944 | 2.35705 | 2.61639 | 3.15781 |
| 124 | 0.67647 | 1.28842 | 1.65723 | 1.97928 | 2.35680 | 2.61606 | 3.15726 |
| 125 | 0.67646 | 1.28836 | 1.65714 | 1.97912 | 2.35655 | 2.61573 | 3.15671 |
| 126 | 0.67644 | 1.28831 | 1.65704 | 1.97897 | 2.35631 | 2.61541 | 3.15617 |
| 127 | 0.67643 | 1.28825 | 1.65694 | 1.97882 | 2.35607 | 2.61510 | 3.15565 |
| 128 | 0.67641 | 1.28820 | 1.65685 | 1.97867 | 2.35583 | 2.61478 | 3.15512 |
| 129 | 0.67640 | 1.28815 | 1.65675 | 1.97852 | 2.35560 | 2.61448 | 3.15461 |
| 130 | 0.67638 | 1.28810 | 1.65666 | 1.97838 | 2.35537 | 2.61418 | 3.15411 |
| 131 | 0.67637 | 1.28805 | 1.65657 | 1.97824 | 2.35515 | 2.61388 | 3.15361 |
| 132 | 0.67635 | 1.28800 | 1.65648 | 1.97810 | 2.35493 | 2.61359 | 3.15312 |
| 133 | 0.67634 | 1.28795 | 1.65639 | 1.97796 | 2.35471 | 2.61330 | 3.15264 |
| 134 | 0.67633 | 1.28790 | 1.65630 | 1.97783 | 2.35450 | 2.61302 | 3.15217 |
| 135 | 0.67631 | 1.28785 | 1.65622 | 1.97769 | 2.35429 | 2.61274 | 3.15170 |
| 136 | 0.67630 | 1.28781 | 1.65613 | 1.97756 | 2.35408 | 2.61246 | 3.15124 |
| 137 | 0.67628 | 1.28776 | 1.65605 | 1.97743 | 2.35387 | 2.61219 | 3.15079 |
| 138 | 0.67627 | 1.28772 | 1.65597 | 1.97730 | 2.35367 | 2.61193 | 3.15034 |
| 139 | 0.67626 | 1.28767 | 1.65589 | 1.97718 | 2.35347 | 2.61166 | 3.14990 |
| 140 | 0.67625 | 1.28763 | 1.65581 | 1.97705 | 2.35328 | 2.61140 | 3.14947 |
| 141 | 0.67623 | 1.28758 | 1.65573 | 1.97693 | 2.35309 | 2.61115 | 3.14904 |
| 142 | 0.67622 | 1.28754 | 1.65566 | 1.97681 | 2.35289 | 2.61090 | 3.14862 |
| 143 | 0.67621 | 1.28750 | 1.65558 | 1.97669 | 2.35271 | 2.61065 | 3.14820 |
| 144 | 0.67620 | 1.28746 | 1.65550 | 1.97658 | 2.35252 | 2.61040 | 3.14779 |
| 145 | 0.67619 | 1.28742 | 1.65543 | 1.97646 | 2.35234 | 2.61016 | 3.14739 |
| 146 | 0.67617 | 1.28738 | 1.65536 | 1.97635 | 2.35216 | 2.60992 | 3.14699 |
| 147 | 0.67616 | 1.28734 | 1.65529 | 1.97623 | 2.35198 | 2.60969 | 3.14660 |
| 148 | 0.67615 | 1.28730 | 1.65521 | 1.97612 | 2.35181 | 2.60946 | 3.14621 |
| 149 | 0.67614 | 1.28726 | 1.65514 | 1.97601 | 2.35163 | 2.60923 | 3.14583 |
| 150 | 0.67613 | 1.28722 | 1.65508 | 1.97591 | 2.35146 | 2.60900 | 3.14545 |
| 151 | 0.67612 | 1.28718 | 1.65501 | 1.97580 | 2.35130 | 2.60878 | 3.14508 |

| | | | | | | | |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 152 | 0.67611 | 1.28715 | 1.65494 | 1.97569 | 2.35113 | 2.60856 | 3.14471 |
| 153 | 0.67610 | 1.28711 | 1.65487 | 1.97559 | 2.35097 | 2.60834 | 3.14435 |
| 154 | 0.67609 | 1.28707 | 1.65481 | 1.97549 | 2.35081 | 2.60813 | 3.14400 |
| 155 | 0.67608 | 1.28704 | 1.65474 | 1.97539 | 2.35065 | 2.60792 | 3.14364 |
| 156 | 0.67607 | 1.28700 | 1.65468 | 1.97529 | 2.35049 | 2.60771 | 3.14330 |
| 157 | 0.67606 | 1.28697 | 1.65462 | 1.97519 | 2.35033 | 2.60751 | 3.14295 |
| 158 | 0.67605 | 1.28693 | 1.65455 | 1.97509 | 2.35018 | 2.60730 | 3.14261 |
| 159 | 0.67604 | 1.28690 | 1.65449 | 1.97500 | 2.35003 | 2.60710 | 3.14228 |
| 160 | 0.67603 | 1.28687 | 1.65443 | 1.97490 | 2.34988 | 2.60691 | 3.14195 |

Titik Persentase Distribusi t (df = 161-200)

| Pr df | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 161 | 0.67602 | 1.28683 | 1.65437 | 1.97481 | 2.34973 | 2.60671 | 3.14162 |
| 162 | 0.67601 | 1.28680 | 1.65431 | 1.97472 | 2.34959 | 2.60652 | 3.14130 |
| 163 | 0.67600 | 1.28677 | 1.65426 | 1.97462 | 2.34944 | 2.60633 | 3.14098 |
| 164 | 0.67599 | 1.28673 | 1.65420 | 1.97453 | 2.34930 | 2.60614 | 3.14067 |
| 165 | 0.67598 | 1.28670 | 1.65414 | 1.97445 | 2.34916 | 2.60595 | 3.14036 |
| 166 | 0.67597 | 1.28667 | 1.65408 | 1.97436 | 2.34902 | 2.60577 | 3.14005 |
| 167 | 0.67596 | 1.28664 | 1.65403 | 1.97427 | 2.34888 | 2.60559 | 3.13975 |
| 168 | 0.67595 | 1.28661 | 1.65397 | 1.97419 | 2.34875 | 2.60541 | 3.13945 |
| 169 | 0.67594 | 1.28658 | 1.65392 | 1.97410 | 2.34862 | 2.60523 | 3.13915 |
| 170 | 0.67594 | 1.28655 | 1.65387 | 1.97402 | 2.34848 | 2.60506 | 3.13886 |
| 171 | 0.67593 | 1.28652 | 1.65381 | 1.97393 | 2.34835 | 2.60489 | 3.13857 |
| 172 | 0.67592 | 1.28649 | 1.65376 | 1.97385 | 2.34822 | 2.60471 | 3.13829 |
| 173 | 0.67591 | 1.28646 | 1.65371 | 1.97377 | 2.34810 | 2.60455 | 3.13801 |
| 174 | 0.67590 | 1.28644 | 1.65366 | 1.97369 | 2.34797 | 2.60438 | 3.13773 |
| 175 | 0.67589 | 1.28641 | 1.65361 | 1.97361 | 2.34784 | 2.60421 | 3.13745 |
| 176 | 0.67589 | 1.28638 | 1.65356 | 1.97353 | 2.34772 | 2.60405 | 3.13718 |
| 177 | 0.67588 | 1.28635 | 1.65351 | 1.97346 | 2.34760 | 2.60389 | 3.13691 |
| 178 | 0.67587 | 1.28633 | 1.65346 | 1.97338 | 2.34748 | 2.60373 | 3.13665 |
| 179 | 0.67586 | 1.28630 | 1.65341 | 1.97331 | 2.34736 | 2.60357 | 3.13638 |
| 180 | 0.67586 | 1.28627 | 1.65336 | 1.97323 | 2.34724 | 2.60342 | 3.13612 |
| 181 | 0.67585 | 1.28625 | 1.65332 | 1.97316 | 2.34713 | 2.60326 | 3.13587 |
| 182 | 0.67584 | 1.28622 | 1.65327 | 1.97308 | 2.34701 | 2.60311 | 3.13561 |
| 183 | 0.67583 | 1.28619 | 1.65322 | 1.97301 | 2.34690 | 2.60296 | 3.13536 |
| 184 | 0.67583 | 1.28617 | 1.65318 | 1.97294 | 2.34678 | 2.60281 | 3.13511 |
| 185 | 0.67582 | 1.28614 | 1.65313 | 1.97287 | 2.34667 | 2.60267 | 3.13487 |
| 186 | 0.67581 | 1.28612 | 1.65309 | 1.97280 | 2.34656 | 2.60252 | 3.13463 |
| 187 | 0.67580 | 1.28610 | 1.65304 | 1.97273 | 2.34645 | 2.60238 | 3.13438 |
| 188 | 0.67580 | 1.28607 | 1.65300 | 1.97266 | 2.34635 | 2.60223 | 3.13415 |
| 189 | 0.67579 | 1.28605 | 1.65296 | 1.97260 | 2.34624 | 2.60209 | 3.13391 |
| 190 | 0.67578 | 1.28602 | 1.65291 | 1.97253 | 2.34613 | 2.60195 | 3.13368 |
| 191 | 0.67578 | 1.28600 | 1.65287 | 1.97246 | 2.34603 | 2.60181 | 3.13345 |

| | | | | | | | |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 192 | 0.67577 | 1.28598 | 1.65283 | 1.97240 | 2.34593 | 2.60168 | 3.13322 |
| 193 | 0.67576 | 1.28595 | 1.65279 | 1.97233 | 2.34582 | 2.60154 | 3.13299 |
| 194 | 0.67576 | 1.28593 | 1.65275 | 1.97227 | 2.34572 | 2.60141 | 3.13277 |
| 195 | 0.67575 | 1.28591 | 1.65271 | 1.97220 | 2.34562 | 2.60128 | 3.13255 |
| 196 | 0.67574 | 1.28589 | 1.65267 | 1.97214 | 2.34552 | 2.60115 | 3.13233 |
| 197 | 0.67574 | 1.28586 | 1.65263 | 1.97208 | 2.34543 | 2.60102 | 3.13212 |
| 198 | 0.67573 | 1.28584 | 1.65259 | 1.97202 | 2.34533 | 2.60089 | 3.13190 |
| 199 | 0.67572 | 1.28582 | 1.65255 | 1.97196 | 2.34523 | 2.60076 | 3.13169 |
| 200 | 0.67572 | 1.28580 | 1.65251 | 1.97190 | 2.34514 | 2.60063 | 3.13148 |

Lampiran 15

Tabulasi Kuisioner

1. Variabel Citra Perusahaan

| NO | CP1 | CP2 | CP3 | CP4 | CP5 | CP6 | JUM_CP | RATA2_CP |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|----------|
| 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 27 | 4,5 |
| 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 | 4,333333 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 22 | 3,666667 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 | 4,5 |
| 6 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 | 4,333333 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 11 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 21 | 3,5 |
| 12 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 21 | 3,5 |
| 13 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 21 | 3,5 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 15 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 | 4,5 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 18 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 27 | 4,5 |
| 19 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 21 | 3,5 |
| 20 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 27 | 4,5 |
| 21 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 22 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |

| | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|----|----------|
| 23 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 24 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 25 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 | 3,333333 |
| 26 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 28 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 33 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 34 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 | 3,666667 |
| 35 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 | 4,333333 |
| 36 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 25 | 4,166667 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 | 4,166667 |
| 38 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 23 | 3,833333 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 | 3,833333 |
| 40 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 21 | 3,5 |
| 41 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 25 | 4,166667 |
| 42 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 24 | 4 |
| 43 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 | 3,666667 |
| 44 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 | 3,333333 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 46 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 | 3,833333 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 | 4,166667 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 49 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 | 4,833333 |
| 50 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 | 3,333333 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 52 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 | 3,666667 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 | 4,166667 |
| 55 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 22 | 3,666667 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 | 4,5 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 24 | 4 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 26 | 4,333333 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 | 4,5 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 | 4,833333 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |

| | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|----|----------|
| 64 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 | 4,333333 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 | 4,5 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 | 4,5 |
| 68 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 28 | 4,666667 |
| 70 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 28 | 4,666667 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 | 3,833333 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 26 | 4,333333 |
| 76 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 | 4,833333 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 | 4,5 |
| 80 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 | 4,833333 |
| 81 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 | 4,666667 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 | 4,5 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 | 4,333333 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 25 | 4,166667 |
| 86 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 | 4,333333 |
| 87 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 | 4,333333 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 | 4,5 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 | 4,666667 |
| 90 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 | 4,833333 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 93 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 94 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 | 3,666667 |
| 95 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 | 4,333333 |
| 96 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 25 | 4,166667 |
| 97 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 | 4,166667 |
| 98 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 23 | 3,833333 |
| 99 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 | 3,833333 |
| 100 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 21 | 3,5 |
| 101 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 25 | 4,166667 |
| 102 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 24 | 4 |
| 103 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 | 3,666667 |
| 104 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 20 | 3,333333 |

2. Variabel Kepercayaan Pelanggan

| NO | KP1 | KP2 | KP3 | KP4 | JUM_KP | RATA2_KP |
|----|-----|-----|-----|-----|--------|----------|
| 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4,25 |
| 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4,5 |
| 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4,25 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 10 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4,75 |
| 11 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 4 |
| 12 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 4 |
| 13 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 4 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4,75 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 19 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 | 4,5 |
| 20 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4,25 |
| 21 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4,75 |
| 22 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4,75 |
| 23 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4,75 |
| 24 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4,75 |
| 25 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 | 3,25 |
| 26 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4,75 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 28 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4,75 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 33 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4,75 |
| 34 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 3,75 |
| 35 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4,25 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|------|
| 36 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4,25 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 38 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 | 3,75 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 40 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | 4 |
| 41 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 3,75 |
| 42 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 3,25 |
| 43 | 4 | 3 | 5 | 3 | 15 | 3,75 |
| 44 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 4 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 46 | 4 | 3 | 3 | 5 | 15 | 3,75 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 49 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 50 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 | 3,75 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 52 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 | 3,25 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 55 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 | 4,5 |
| 56 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 57 | 5 | 3 | 3 | 5 | 16 | 4 |
| 58 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4,75 |
| 59 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4,75 |
| 60 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 61 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 63 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4,75 |
| 64 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 65 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 66 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 | 4,75 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 68 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4,75 |
| 70 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 71 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4,5 |
| 72 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4,5 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 75 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 | 4,75 |
| 76 | 5 | 4 | 3 | 5 | 17 | 4,25 |

| | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|----|------|
| 77 | 4 | 5 | 5 | 3 | 17 | 4,25 |
| 78 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 4,75 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 80 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 81 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 82 | 5 | 4 | 5 | 5 | 19 | 4,75 |
| 83 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4,5 |
| 84 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4,5 |
| 85 | 4 | 4 | 5 | 2 | 15 | 3,75 |
| 86 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 | 4,5 |
| 87 | 4 | 4 | 5 | 4 | 17 | 4,25 |
| 88 | 4 | 5 | 3 | 5 | 17 | 4,25 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 90 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 92 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 4 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 94 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 95 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 96 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4,25 |
| 97 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 98 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 | 4 |
| 99 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 100 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 101 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4,75 |
| 102 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 103 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |
| 104 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 | 4,25 |

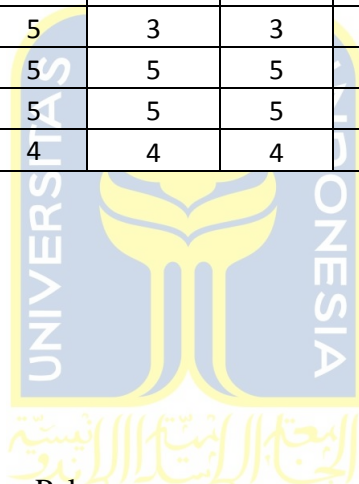
3. Variabel Kualitas Pelayanan

| NO | KL1 | KL2 | KL3 | KL4 | KL5 | KL6 | JUM_KL | RATA2_KL |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--------|----------|
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 | 4,833333 |
| 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 | 4,333333 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 23 | 3,833333 |

| | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|----|----------|
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 | 4,5 |
| 6 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 | 4,333333 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 11 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 | 3,333333 |
| 12 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 | 3,333333 |
| 13 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 | 3,333333 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 15 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 | 4,333333 |
| 19 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 | 3,333333 |
| 20 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 | 4,333333 |
| 21 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 22 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 23 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 24 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 25 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 | 3,333333 |
| 26 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 28 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 30 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 4,166667 |
| 31 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 4,166667 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 33 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 34 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 | 3,666667 |
| 35 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 | 4,333333 |
| 36 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 24 | 4 |
| 37 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 27 | 4,5 |
| 38 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 25 | 4,166667 |
| 39 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 24 | 4 |
| 40 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 24 | 4 |
| 41 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 27 | 4,5 |
| 42 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 25 | 4,166667 |
| 43 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 22 | 3,666667 |
| 44 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 23 | 3,833333 |
| 45 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 4,166667 |

| | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|----|----------|
| 46 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 | 3,833333 |
| 47 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 | 4,333333 |
| 48 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 | 4,166667 |
| 49 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 22 | 3,666667 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 52 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 20 | 3,333333 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 54 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 | 4,333333 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 26 | 4,333333 |
| 56 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 57 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 26 | 4,333333 |
| 58 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 60 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 | 4,5 |
| 61 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 26 | 4,333333 |
| 62 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 | 4,666667 |
| 63 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 64 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 | 4,5 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 66 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 | 4,833333 |
| 67 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 | 4,833333 |
| 68 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 | 4,5 |
| 69 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 | 4,5 |
| 70 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 | 4,5 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 72 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 25 | 4,166667 |
| 73 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 | 4,833333 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 23 | 3,833333 |
| 75 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 | 4,5 |
| 76 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 77 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 | 3,833333 |
| 78 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 | 4,833333 |
| 79 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 80 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 81 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 | 4,833333 |
| 82 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 | 4,333333 |
| 84 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 23 | 3,833333 |
| 86 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 24 | 4 |

| | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|----|----------|
| 87 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 25 | 4,166667 |
| 88 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 90 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 | 4,666667 |
| 91 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 | 4,5 |
| 92 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 | 4,5 |
| 93 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 | 4,5 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 | 4 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 96 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 18 | 3 |
| 97 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 98 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 | 4,5 |
| 99 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 100 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 27 | 4,5 |
| 101 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 24 | 4 |
| 102 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 103 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 | 5 |
| 104 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 | 4,333333 |



4. Variabel Loyalitas Pelanggan

| NO | LP1 | LP2 | LP3 | LP4 | JUM_LP | RATA2_LP |
|----|-----|-----|-----|-----|--------|----------|
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3,5 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 6 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 11 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3,5 |
| 12 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3,5 |
| 13 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3,5 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|------|
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 15 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 18 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 19 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3,5 |
| 20 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 21 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 22 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 23 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 24 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 25 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3,5 |
| 26 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 28 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 31 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 33 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 34 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3,5 |
| 35 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 36 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 38 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3,5 |
| 39 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 40 | 5 | 3 | 3 | 4 | 15 | 3,75 |
| 41 | 5 | 3 | 5 | 4 | 17 | 4,25 |
| 42 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 | 4 |
| 43 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 3,5 |
| 44 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 3,5 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 | 3,75 |
| 47 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4,25 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4,75 |
| 50 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 | 3,5 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 52 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 | 3,5 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 54 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 | 4,25 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|------|
| 55 | 5 | 3 | 3 | 5 | 16 | 4 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4,75 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 3 | 18 | 4,5 |
| 58 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 59 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 60 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4,75 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 2 | 17 | 4,25 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 63 | 5 | 4 | 4 | 3 | 16 | 4 |
| 64 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 | 4,5 |
| 65 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 66 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 | 4,75 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 68 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 69 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 70 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 72 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3,5 |
| 73 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 75 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 76 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 77 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3,5 |
| 78 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 79 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 80 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 81 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 82 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 84 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 86 | 3 | 4 | 3 | 4 | 14 | 3,5 |
| 87 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 88 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | 5 |
| 90 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 91 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 92 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3,5 |
| 93 | 5 | 4 | 5 | 4 | 18 | 4,5 |
| 94 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 95 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |

| | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|----|-----|
| 96 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 97 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 98 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 3,5 |
| 99 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 100 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 101 | 4 | 5 | 4 | 5 | 18 | 4,5 |
| 102 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 103 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |
| 104 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 | 4 |



KUESIONER**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PUTRA NANGSIA CAR WASH**

Disusun oleh :

DIAH AYU ISMAWATI

15311431

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2019

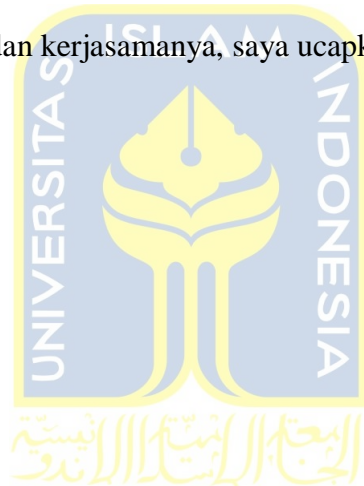
KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana S1 di Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi, peneliti berusaha untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai “PENGARUH CITRA PERUSAHAAN KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PUTRA NANGSIA *CAR WASH*”.

Oleh karena itu, saya ingin mengajak saudara/saudari untuk ikut berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini agar hasil penelitian ini dapat memiliki kredibilitas yang tinggi. Saya sangat berterima kasih atas kesediaan dan partisipasi Saudara/Saudari dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.



Yogyakarta, 01 Maret 2019

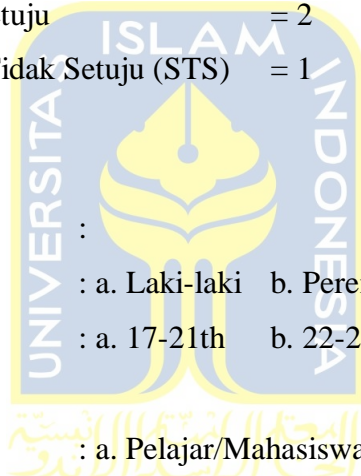
Diah Ayu Ismawati

Petunjuk Pengisian :

1. Isilah identitas secara lengkap.
2. Bacalah pertanyaan sebelum menjawab.
3. Berilah jawaban yang benar dan sejujurnya agar diperoleh data yang benar, akurat dan objektif.
4. Berilah tanda (√) pada pertanyaan dibawah ini.
5. Adapun skor nilainya adalah :
 - a. Sangat Setuju (SS) = 5
 - b. Setuju (S) = 4
 - c. Cukup Setuju (CS) = 3
 - d. Tidak Setuju = 2
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Identitas Responden:

- a. Nama :
- b. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
- c. Usia : a. 17-21th b. 22-26th c. 27-31th d. >31th
- d. Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa b. Karyawan/wati
c. Wiraswasta d. PNS



Kuesioner Penelitian:

I. Citra Perusahaan

Menurut Nguyen dan LeBlanc (1998) dalam Stan et, al. (2013), citra perusahaan terkait dengan atribut fisik dan perilaku perusahaan, seperti nama bisnis, arsitektur, berbagai produk dan layanan, dan interaksi dengan pelanggan.

| No. | Pertanyaan | STS | TS | CS | S | SS |
|-----|---|-----|----|----|---|----|
| 1 | Perusahaan muda dipercaya | | | | | |
| 2 | Yakin dengan jasa karena pengalaman pribadi | | | | | |
| 3 | Yakin dengan jasa karena pengalaman pihak lain | | | | | |
| 4 | Karyawan cepat tanggap thd permintaan pelanggan | | | | | |
| 5 | Karyawan cepat tanggap thd keluhan pelanggan | | | | | |
| 6 | Nama perusahaan mudah diingat | | | | | |

II. Kepercayaan Pelanggan

Menurut Sirdeshmukh et al., (2002) dalam Guenzi et, al. (2009), kepercayaan dapat diartikan sebagai harapan yang dipegang oleh konsumen bahwa perusahaan, karyawan-karyawan, dan pelayanannya dapat diandalkan untuk memenuhi janji-janji mereka.

| No. | Pertanyaan | STS | TS | CS | S | SS |
|-----|---|-----|----|----|---|----|
| 1 | Karyawan jujur dalam melayani pelanggan | | | | | |
| 2 | Karyawan dapat diandalkan | | | | | |
| 3 | Percaya dengan apa yang akan dilakukan karyawan | | | | | |
| 4 | Karyawan tulus dalam melayani pelanggan | | | | | |

- III. Kualitas Pelayanan
- Menurut Zeithaml et al. (1996) dalam Mombeuil dan Anestis (2017), kualitas layanan merupakan faktor penting dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup setiap perusahaan dalam lingkungan kompetitif saat ini. Kualitas layanan adalah perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. (Akbar dan Parvez, 2009 dalam Mombeuil dan Anestis 2017).

| No. | Pertanyaan | STS | TS | CS | S | SS |
|-----|---|-----|----|----|---|----|
| 1 | Proses pencucian cepat | | | | | |
| 2 | Kendaraan dicuci dengan bersih | | | | | |
| 3 | Fasilitas pada <i>Car wash</i> lengkap | | | | | |
| 4 | Karyawan merespon permintaan pelanggan dengan cepat | | | | | |
| 5 | Karyawan bersikap sopan dlm melayani pelanggan | | | | | |
| 6 | Karyawan bertindak demi kepentingan pelanggan | | | | | |

- IV. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan dipandang sebagai tindakan pembelian kembali aktual dan tindakan rekomendasi aktual (Sancharan et, al.2011 dalam Bakti dan Sumaedi, 2012).

| No. | Pertanyaan | STS | TS | CS | S | SS |
|-----|---|-----|----|----|---|----|
| 1 | Mau menggunakan jasa dalam waktu panjang | | | | | |
| 2 | Penggunaan jasa sebagai pilihan utama | | | | | |
| 3 | Mendorong orang lain untuk menggunakan jasa | | | | | |
| 4 | Berkomitmen untuk menggunakan jasa lagi | | | | | |

