

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA PT GLOBAL
BERDIKARI JAYA**

PROPOSAL



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis oleh:
ALDO THERIO
191010119**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ,
KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA PT GLOBAL
BERDIKARI JAYA

Nama : Aldo Therio

NIM : 191010119

Program Studi : Manajemen

Perguruan Tinggi : STIE Eka Prasetya

Medan, 11 Juli 2023

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

Pembimbing I,



Dra. Pesta Gultom M.M
NIDN : 0117126501

Pembimbing II,



Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.
NIDN : 0101019601

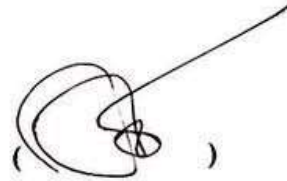
Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ,
KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT
GLOBAL BERDIKARI JAYA

Nama : Aldo Therio
NIM : 191010119
Program Studi : Manajemen
PerguruanTinggi : STIE Eka Prasetya

Pada 11 Juli 2023
Dewan Penguji,

Penguji I : Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN : 0006037202



Penguji II : Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M.
NIDN : 0115088601



STIE Eka Prasetya,
Ketua



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
NIDN: 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut dan memalsukan data penelitian maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Aldo Therio
NIM	191010119
Judul Tugas Akhir	Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepercayaan , Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Global Berdikari Jaya
Pembimbing Tugas Akhir :	
Pembimbing-I	Dra. Pesta Gultom, M.M
Pembimbing-2	Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 09 Mei 2023



191010119

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT GLOBAL BERDIKARI JAYA”** sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan. Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan Proposal ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center, Bapak Susanto, ST., S.Pd.,M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E.,M.Si.
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi EkaPrasetya, Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Ibu Dra. Pesta Gultom, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyakmemberikan arahan hingga selesainya Proposal ini.
5. Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telahbanyak memberikan arahan hingga selesainya Proposal ini.
6. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
7. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

8. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
9. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
10. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi EkaPrasetya Medan.
11. Kedua orang tua tercinta, saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual.

Penulis menyadari bahwa Proposal ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan Proposal ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 17 April 2023
Penulis,

Aldo Therio
191010119

ABSTRAK

Aldo Therio, 191010119, 2023, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Global Berdikari Jaya, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen Kewirausahaan, Pembimbing I : Dra. Pesta Gultom, S.Si., M.M., Pembimbing II : Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif, unit analisis dalam penelitian ini adalah PT Global Berdikari Jaya serta unit observasinya adalah pelanggan PT Global Berdikari Jaya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian alat berat di PT Global Berdikari Jaya pada tahun 2018-2022 sebanyak 460 pelanggan. Sampel penelitian ini sebanyak 214 orang dengan rumus Slovin. Metode analisis adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan persamaan regresi **Loyalitas Pelanggan = 1,050 + 0,198 Kualitas Pelayanan + 0,613 Kepercayaan + 0,364 Kepuasan Pelanggan**. Peneliti juga menggunakan tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} (4,335) > t_{tabel} (1,971)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, Kepercayaan memiliki nilai $t_{hitung} (7,250) > t_{tabel} (1,971)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai $t_{hitung} (6,715) > t_{tabel} (1,971)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} (201,169) > F_{tabel} (2,65)$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi sebesar 0,738 artinya 73,8% variabel Loyalitas Pelanggan hanya dapat dijelaskan variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan dan sisanya sebesar 26,2% variabel Loyalitas Pelanggan dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian seperti Harga dan Promosi.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Aldo Therio, 191010119, 2023, The Influence of Service Quality, Trust and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at PT Global Berdikari Jaya, STIE Eka Prasetya, Entrepreneurship Management Study Program, Advisor I : Dra. Pesta Gultom, S.Si., M.M., Advisor II : Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

This study aims to determine whether Service Quality, Trust and Customer Satisfaction affect Customer Loyalty at PT Global Berdikari Jaya. The research methodology used is descriptive quantitative method, the unit of analysis in this study is PT Global Berdikari Jaya and the unit of observation is the customer of PT Global Berdikari Jaya. The population in this study are customers who purchased heavy equipment at PT Global Berdikari Jaya in 2018-2022 with a total of 460 customers. The sample of this research is 214 people with the Slovin formula. The method of analysis is validity test, reliability test, classical assumption test and multiple linear regression analysis with the regression equation **Customer Loyalty = 1.050 + 0.198 Quality of Service + 0.613 Trust + 0.364 Customer Satisfaction**. Researchers also use a significance level of 5%. The partial results show that Service Quality has a $t_{count}(4.335) > t_{table}(1.971)$ and a significance value of $0.000 < 0.05$, Trust has a $t_{count}(7.250) > t_{table}(1.971)$ and a significance value of $0.000 < 0.05$ and Customer Satisfaction has a $t_{count}(6.715) > t_{table}(1.971)$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. The results of the study simultaneously show that the value of $F_{count}(201.169) > F_{table}(2.65)$ and a significant value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination is 0.738 meaning that 73.8% of the Customer Loyalty variable can only be explained by the variables of Service Quality, Trust and Customer Satisfaction and the remaining 26.2% of the Customer Loyalty variable is explained by other variables not included in the research model such as Price and Promotion.

Keywords: Service Quality, Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

MOTTO

“Hal terbaik dalam hidup ini sudah pasti gratis.
Tapi, hal terbaik kedua di dunia biasanya
sangatlah mahal”.

“Hidup hanya sekali itu salah. Kita hidup setiap
hari dan mati sekali”.

“Contohnya tukang parkir. Meskipun punya
banyak mobil, ia tak pernah sombong
karena ia tahu semua itu hanya titipan”.

“Hidup itu sederhana. Goreng, angkat, lalu
tiriskan”

PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini kupersembahkan untuk :

Bapak, Ibu yang ada dirumah tapi selalu mendukung dan memberikan semangat kepadaku.

Terima kasih atas semua hal, sekecil apapun itu.

Terimakasih untuik ibu Dra. Pesta Gultom, M.M. dan Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M. yang telah memberikan tenaga, waktu dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan hingga saya dinyatakan LULUS.

For All My Friend, Terimakasih sudah memberikan semangat dan dukungan untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini, saya tidak akan melupakan kebaikan kalian. Saya Cuman akan melupakan mantan saya saja. Terima Kasih semua sekali lagi

For My Self, Terimakasih sudah mau berjuang untuk teteap kuat hingga detik ini. I So Pr

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR VALIDASI

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

BAB I PENDAHULUAN..... 1

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi Masalah..... 6

1.3 Batasan Masalah 7

1.4 Rumusan Masalah..... 7

1.5 Tujuan Penelitian 7

1.6 Kegunaan Penelitian 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU 9

2.1 Tinjauan Pustaka..... 9

2.1.1 Loyalitas Pelanggan 9

2.1.2 Kualitas Pelayanan..... 12

2.1.3 Kepercayaan..... 16

2.1.4 Kepuasan Pelanggan 20

2.2 Penelitian Terdahulu 25

2.3	Kerangka Pemikiran	27
2.4	Hipotesis.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		30
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	30
3.1.2	Waktu Penelitian.....	30
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	30
3.2.1	Jenis Data	30
3.2.2	Sumber Data.....	30
3.3	Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1	Populasi.....	31
3.3.2	Sampel.....	31
3.4	Definisi Operasional Variabel penelitian.....	33
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6	Uji Validitas Dan Reliabilitas	34
3.6.1	Uji Validitas	34
3.6.2	Uji Reliabilitas	35
3.7	Teknik Analisa Data	36
3.7.1	Statistik Deskriptif	36

3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.7.4	Pengujian Hipotesis.....	40
3.7.5	Uji Adjusted R^2 (Koefisien Determinasi)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1	Hasil Penelitian	42
4.1.1	Sejarah Singkat PT Global Berdikari Jaya.....	42
4.1.2	Visi dan Misi PT Global Berdikari Jaya	43
4.1.3	Struktur Organisasi PT Global Berdikari Jaya.....	44
4.1.4	Karakteristik Responden	48
4.1.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.1.6	Teknik Analisa Data.....	55
4.1.7	Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.1.8	Pengujian Hipotesis.....	62
4.1.9	Uji <i>Adjusted R²</i> (Koefisien Determinasi)	67
4.2	Pembahasan	68
4.2.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan 68	
4.2.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	69

4.2.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	70
4.2.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	72
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN		73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Implikasi Manajerial	74
5.3	Saran Akademis	75
 DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
KARTU PESERTA SEMINAR PROPOSAL		
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pelanggan Alat Berat Berbagai Merek Di PT Global Berdikari Jaya Tahun 2018 – 2022	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1	Identifikasi Dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	50
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelanggan	51
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	52
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	53
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif	56
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas (<i>Kolmogorov-Smirnov</i>)	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.13	Hasil Uji T	63
Tabel 4.14	Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT Global Berdikari Jaya.....	44
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram).....	58
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas (Grafik <i>Normality Probability Plot</i>)	58
Gambar 4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplot).....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembaran Kuesioner
Lampiran 2	Data Pelanggan PT. Global Berdikari Jaya Tahun 2018 - 2022
Lampiran 3	Data Tabulasi 30 Responden
Lampiran 4	Data Tabulasi 214 Responden
Lampiran 5	Hasil SPSS
Lampiran 6	R Tabel
Lampiran 7	Tabel Uji t
Lampiran 8	Tabel Uji f

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia bisnis alat berat mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di Indonesia pada beberapa tahun ini. Indikasinya dapat dilihat dari pangsa produksi hingga April 2022 yang didominasi oleh alat berat jenis hydraulic excavator sekitar 45% dari total market size 7.100 unit. Hydraulic excavator merupakan jenis alat berat yang digunakan untuk keperluan di sektor pertambangan, seperti batu bara dan mineral nikel. Pada kuartal I/2022, hydraulic excavator juga mendominasi produksi dengan kontribusi sebesar 1.814 unit. Sisanya, produksi di industri alat berat disumbangkan oleh motor grader 29 unit, bulldozer 205 unit, dan dump truck 65 unit. Diketahui, produksi alat berat sepanjang tahun lalu mencapai 6.740 unit atau tumbuh 96,67% dari capaian 2020 yang hanya 3.427 unit saja (<https://www.solopos.com>).

Loyalitas Pelanggan sangat dibutuhkan untuk melihat perkembangan industri alat berat. Menurut Priansa (2017:217), Loyalitas Pelanggan merupakan komitmen jangka panjang pelanggan, yang berwujud dalam perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengkonsumsi secara teratur dan berulang, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh pelanggan. Menurut Faranisa (2018:130), penelitiannya mengatakan loyalitas merujuk kepada perasaan, atau ikatan emosional, yang membuat seseorang mau mengikatkan diri dengan suatu organisasi atau merek, meskipun ia bisa saja memperoleh produk yang lebih baik

dari pesaing. Karena itu pemasar atau organisasi perlu melakukan upaya-upaya agar konsumen berperilaku atau melakukan tindakan yang diinginkan perusahaan sebuah perilaku atau tindakan tersebut dapat menguntungkan.

Untuk meningkatkan Loyalitas Pelanggan, setiap perusahaan memerlukan kualitas pelayanan sangat guna memenuhi harapan pelanggan untuk kedepannya. Menurut Mastarida, dkk (2020:46), kualitas pelayanan merupakan suatu pemberian jasa kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Albani dan Hafasnuddin (2022:332), penelitiannya mengatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas semakin bagus kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan maka akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Kepercayaan adalah faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Menurut Chalil (2020:72), Kepercayaan sebagai suatu keyakinan yang dimiliki pelanggan bahwa ia hanya akan mendapatkan manfaat yang diinginkan melalui produk tertentu daripada produk-produk pesaing yang ditawarkan di pasaran. Menurut Pamungkas (2019:49), penelitiannya mengatakan kepercayaan mampu mempengaruhi loyalitas. Dalam hal ini, perusahaan dapat membangun kepercayaan yang emosional jika perusahaan dapat membuktikan, bahwa merek hanya untuk pelanggan dan memenuhi harapannya. Kepercayaan merek akan membawa hasil yang baik terhadap perusahaan. Jika konsumen sudah nyaman dengan merek yang sudah dibeli, selanjutnya, konsumen akan loyal terhadap merek, karenanya konsumen merasa sudah di berikan kepercayaan tentang merek yang

sudah dibeli. Semakin banyak konsumen yang percaya akan merek, maka semakin besar loyalitas konsumen terhadap merek tersebut.

Selain memerlukan kualitas pelayanan dan kepercayaan, perusahaan perlu juga meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Menurut Alma (2016:185), Kepuasan Pelanggan merupakan rasa senang, lega atau kecewa pelanggan yang membandingkan kesannya terhadap produk dan jasa yang dia beli dihubungkan dengan manfaat yang dia harapkan. Menurut Bara dan Prawitowati (2020:49), penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat menyebabkan terbangunnya loyalitas pelanggan karena pelanggan cenderung penuh pertimbangan rasional dan menghindari adanya risiko buruk dari barang yang dibeli atau jasa yang digunakan. Oleh karena itu, kecenderungan pelanggan adalah mengurangi risiko dan tetap melanjutkan hubungan dengan penyedia layanan yang sudah memberikan pengalaman yang positif kepada pelanggan.

Salah satu perusahaan alat berat yang dibahas dalam penelitian ini adalah PT Global Berdikari Jaya yang merupakan perusahaan importir, penjualan, dan pembelian alat berat, truk, dan mesin lainnya yang menjual berbagai macam alat berat seperti bulldozer, excavator, grader, dan juga beragam jenis truk dan mesin. PT Global Berdikari Jaya berlokasi di Jl. Sisingamaraja KM. 7,5 No. 69, Amplas, Medan ini tentunya membutuhkan kualitas pelayanan yang tepat, kepercayaan dari pelanggan yang besar dan kepuasan pelanggan yang tinggi agar pelanggan memiliki komitmen yang tinggi untuk meningkatkan loyalitas yang ada di perusahaan ini. Akan tetapi masalah loyalitas pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya sering kali

terjadi karena adanya persaingan yang ketat dengan perusahaan yang sejenis menyangkut masalah layanan, kepercayaan dan kepuasan sehingga sebagian pelanggan tidak loyal atau setia untuk melakukan pembelian kembali alat berat pada PT Global Berdikari Jaya.

Dari hasil observasi di PT Global Berdikari Jaya, peneliti melihat adanya permasalahan Loyalitas Pelanggan yang dapat dilihat adanya penurunan jumlah pelanggan yang membeli alat berat berbagai merek di PT Global Berdikari Jaya yang merupakan distributor alat berat dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2022.

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan Yang Membeli Alat Berat Berbagai Merek Di PT Global Berdikari Jaya Tahun 2018 – 2022

Tahun	Jumlah Pelanggan	Selisih Jumlah Pelanggan	Persentase Selisih Jumlah Pelanggan
2018	118		
2019	115	-3	-2,54%
2020	80	-35	-30,43%
2021	124	44	55,00%
2022	167	43	34,68%

Sumber : PT Global Berdikari Jaya, 2023

Data pada tabel di atas memperlihatkan data jumlah pelanggan tahun 2018 sebanyak 118 pelanggan dan data jumlah pelanggan tahun 2019 sebanyak 115 pelanggan menunjukkan adanya penurunan sebanyak 3 pelanggan atau turun 2,54% dari tahun 2018, data jumlah pelanggan tahun 2020 sebanyak 80 pelanggan menunjukkan adanya penurunan sebanyak 35 pelanggan atau turun 30,43% dari tahun 2019. Akan tetapi data jumlah pelanggan tahun 2021 sebanyak 124 pelanggan menunjukkan adanya peningkatan sebanyak 44 pelanggan atau naik 55% dari tahun 2020 dan data jumlah pelanggan tahun 2022 sebanyak 167 pelanggan menunjukkan adanya peningkatan sebanyak 43 pelanggan atau naik 34,68% dari tahun 2021.

Adanya penurunan jumlah pelanggan dari tahun 2018-2020 disebabkan pelanggan belum yakin untuk memberikan rekomendasi PT Global Berdikari Jaya kepada orang lain yang meminta saran tempat pembelian alat berat di Medan dan pelanggan belum dapat mempertimbangkan bahwa PT Global Berdikari Jaya sebagai pilihan pertama dalam melakukan pembelian alat berat di Medan yang diduga karena layanan PT Global Berdikari Jaya yang tidak begitu baik, kurangnya kepercayaan terhadap penyediaan alat berat dan masih adanya pelanggan yang tidak puas dengan kinerja PT Global Berdikari Jaya.

Adanya penurunan jumlah pelanggan diketahui kualitas Pelayanan di PT Global Berdikari Jaya terbilang belum memuaskan pelanggan, karena sering terjadi keterlambatan perbaikan suku cadang di alat berat yang baru dibeli sehingga membuat pelanggan mencari alat berat lain. Selain itu sering sekali perusahaan kekurangan penyediaan alat berat, yang tentunya mengharuskan pelanggan untuk membeli alat berat di perusahaan lain.

Selain masalah kualitas pelayanan, juga diketahui kepercayaan di PT Global Berdikari Jaya terbilang masih rendah, karena pelanggan belum yakin karyawan yang bekerja di PT Global Berdikari Jaya memiliki kejujuran dalam menepati janji untuk menyediakan alat berat sesuai harapan pelanggan dan pelanggan belum yakin PT Global Berdikari Jaya dapat memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan kebutuhan pelanggan sehingga hal ini membuat pelanggan beralih mencari alat berat di perusahaan lain.

Dan rendahnya Loyalitas Pelanggan juga disebabkan oleh rendahnya tingkat Kepuasan Pelanggan yang diduga karena pelayanan yang dilakukan

karyawan masih kurang baik dan maksimal sehingga pelanggan belum memilih PT Global Berdikari Jaya sebagai perusahaan pertama yang menyediakan alat berat dibandingkan perusahaan lain dan pelanggan merasa harga penjualan alat berat masih belum sesuai dengan pelayanan yang diberikan PT Global Berdikari Jaya sehingga pelanggan tidak berminat membeli ulang alat berat di PT Global Berdikari Jaya di masa akan datang.

Berdasarkan penjelasan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT GLOBAL BERDIKARI JAYA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Seperti terlihat pada latar belakang, bahwa identifikasi masalah penelitian ini adalah :

1. Loyalitas pelanggan menurun dikarenakan pelanggan belum bersedia mendorong teman atau kenalan anda untuk selalu menggunakan alat berat dari PT Global Berdikari Jaya.
2. Kualitas Pelayanan belum memuaskan pelanggan dikarenakan kurang tanggapnya karyawan menyediakan alat berat sesuai dengan waktunya.
3. Rendahnya kepercayaan dikarenakan belum ada niat baik dan integritas karyawan dalam melayani pelanggan.
4. Rendahnya Kepuasan Pelanggan karena kurang maksimalnya pelayanan yang dilakukan manajemen PT Global Berdikari Jaya.

1.3 Batasan Masalah

Melihat keterbatasan pengetahuan dan waktu, maka penulis membatasi pada variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X_1), Kepercayaan (X_2) dan Kepuasan Pelanggan (X_3) dan variabel dependen terdiri dari Loyalitas Pelanggan (Y). Fokus penelitian ini tertuju pada pelanggan yang melakukan *re-purchase* alat berat di PT Global Berdikari Jaya pada tahun 2022.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya?
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.

2. Untuk mengetahui apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.
3. Untuk mengetahui apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.
4. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.

1.6 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi PT Global Berdikari Jaya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran kepada pemilik usaha dalam mengetahui hal-hal apa saja yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan khususnya dalam menentukan kualitas pelayanan yang tepat dan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan sehingga dapat melancarkan aktivitas dalam menjalankan usahanya di masa akan datang.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini bermanfaat untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang didapat pada saat perkuliahan di STIE Eka Prasetya Medan, kemudian untuk memperdalam pengetahuan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan di masa akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Loyalitas Pelanggan

2.1.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan merupakan persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.

Menurut Yuniarti (2015:241), Loyalitas Pelanggan adalah tentang persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian pertama. Pengertian ini selaras dengan Hasan (2016:79), Loyalitas Pelanggan merupakan perilaku yang terkait dengan merek suatu produk, termasuk kemungkinan memperbarui kontrak merek di masa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merek, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk.

Sedangkan Menurut Priansa (2017:217), Loyalitas Pelanggan adalah komitmen jangka panjang pelanggan, yang berwujud dalam perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya, dengan cara mengkonsumsi secara teratur dan berulang, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh pelanggan. Pengertian ini juga selaras Alimin, dkk (2022:153), Loyalitas Pelanggan merupakan keinginan pengguna dalam waktu yang lama untuk melanjutkan hubungannya dengan suatu perusahaan

tertentu, karena pelanggan yang loyal adalah mereka yang membeli barang/jasa perusahaan dari waktu ke waktu. Dan menurut Fatihudin & Firmansyah (2019:262), Loyalitas berarti pelanggan terus melakukan pembelian secara berkala. Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu.

2.1.1.2 Keuntungan Dari Loyalitas Pelanggan

Keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki *pelanggan* yang loyal terhadap produk perusahaan. Menurut Warnadi dan Triyono (2019:34), beberapa keuntungan yang diperoleh dari loyalitas pelanggan antara lain :

1. Penjualan produk yang semakin meningkat setiap harinya
2. Menciptakan peluang produk tersebut dapat menyebar dari mulut ke mulut (*word of mouth*)
3. Pembelian produk pemasaran, sebab pelanggan yang sudah loyal akan sangat membantu pemasaran bisnis anda.

2.1.1.3 Tahapan Dari Loyalitas Pelanggan

Tinjauan ini memperkirakan bahwa pelanggan menjadi loyal lebih dulu pada aspek kognitifnya, berturut kemudian pada aspek afektif, aspek konatif dan akhirnya aspek tindakan. Menurut Hasan (2016:86), dibedakan atas empat tahapan perkembangan Loyalitas Pelanggan yaitu :

1. Tahap Pertama : Loyalitas Kognitif.

Pelanggan yang mempunyai loyalitas tahap pertama ini menggunakan basis

informasi yang memaksa menunjuk pada satu merek atas merek lainnya, loyalitasnya hanya didasarkan pada aspek kognisi saja.

2. Tahap Kedua : Loyalitas Afektif.

Loyalitas tahap kedua didasarkan pada aspek afektif pelanggan. Sikap merupakan fungsi dari kognisi (pengharapan) pada periode awal pembelian (masa prakonsumsi) dan merupakan fungsi dari sikap sebelumnya plus kepuasan di periode berikutnya.

3. Tahap Ketiga : Loyalitas Konatif.

Dimensi konatif (niat melakukan) yang dipengaruhi oleh perubahan-perubahan afektif terhadap merek. Konasi menunjukkan suatu niat atau komitmen untuk melakukan sesuatu ke arah tujuan tertentu.

4. Tahap Keempat : Loyalitas Tindakan.

Meskipun pembelian ulang adalah suatu hal yang sangat penting bagi pemasar, penginterpretasian loyalitas hanya pada pembelian ulang saja tidak cukup, karena pelanggan yang membeli ulang belum tentu mempunyai sikap positif terhadap barang atau jasa yang dibeli.

2.1.1.4 Indikator Dari Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan jika perusahaan dapat memperhatikan beberapa indikator. Menurut Yuniarti (2015:241), dalam mengukur Loyalitas Pelanggan, diperlukan beberapa atribut berikut :

1. Mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain.
2. Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran.

3. Mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama dalam melakukan pembelian produk/jasa.
4. Melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan beberapa tahun mendatang.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan atau pengguna layanan.

Menurut Firmansyah & Haryanto (2019:44), Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Pengertian ini selaras dengan Hamirul & Alamsyahril (2020:30-31), kualitas pelayanan adalah penilaian pelanggan terhadap layanan yang diterima dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan harapan pelayanan yang ingin diterima olehnya.

Sedangkan menurut Sulistiyowati (2018:25), kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang berimbang dengan harapan pelanggan. Pengertian ini juga selaras dengan Mastarida, dkk (2020:46), Kualitas Pelayanan adalah suatu pemberian jasa kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dan menurut Bastian (2020:249), kualitas

pelayanan merupakan penilaian terhadap seberapa baik layanan yang disampaikan serta seberapa sesuai dengan harapan pelanggan atau pengguna layanan.

2.1.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Perusahaan dapat berjalan dengan baik apabila dapat memberikan kualitas jasa atau pelayanan yang baik. Menurut Tjiptono (2015:273), kualitas jasa atau pelayanan dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu jasa yang dipersepsikan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dipersepsikan lebih kecil daripada yang diharapkan, maka para pelanggan menjadi tidak tertarik lagi pada penyedia jasa bersangkutan.

2.1.2.3 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Pelayanan dapat dikatakan baik apabila dapat memenuhi berbagai harapan dan kebutuhan pelanggan. Menurut Priansa (2017:53), untuk menciptakan suatu perusahaan yang kondusif, terdapat prinsip-prinsip yang harus dijadikan acuan dalam pemberian kualitas jasa, prinsip tersebut adalah :

1. Sistem dan Kebijakan

Kualitas jasa perlu didukung oleh sistem dan kebijakan perusahaan yang suportif, artinya kualitas jasa muncul bukan hanya karena kebutuhan pelanggan namun juga kebutuhan perusahaan untuk terus berkembang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

2. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk

meningkatkan kinerja kualitas, tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil bagi perusahaan.

3. Pendidikan dan Pelatihan

Agar jasa yang dihasilkan berkualitas maka diperlukan pendidikan dan pelatihan yang memadai dari setiap personel organisasi dalam proses dan penyampaian jasa.

4. Perencanaan

Meliputi pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan persoalan untuk mencapai visi dan misi organisasi.

5. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional.

6. Komunikasi

Implementasi strategi dalam organisasi dipengaruhi oleh komunikasi terhadap karyawan, pelanggan, dan *stakeholder's* perusahaan

7. Rewards

Penghargaan dan pengakuan merupakan asset yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan agar memiliki motivasi untuk selalu terus menerus memberikan jasa yang berkualitas

8. Kepuasan pelanggan

Jasa yang berkualitas harus didasarkan pada kenyataan bahwa jasa tersebut mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya secara memadai.

2.1.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Penelitian ini hanya membahas lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat dijadikan indikator. Menurut Tjiptono & Chandra (2019:171-172) terdapat lima indikator yang dapat mengukur kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*Reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

3. Jaminan (*Assurance*)

Yakni perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

4. Empati (*Empathy*)

Menyatakan bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5. Bukti Fisik (*Tangible*)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, peralatan/perlengkapan yang lengkap, dan material yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi.

2.1.3 Kepercayaan

2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan merupakan semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

Menurut Priansa (2017:126), “Kepercayaan Pelanggan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut, dan manfaatnya.” Pengertian ini selaras dengan Chalil (2020:72), “Kepercayaan dalam konteks pemasaran didefinisikan sebagai suatu keyakinan yang dimiliki pelanggan bahwa ia hanya akan mendapatkan manfaat yang diinginkan melalui produk tertentu daripada produk-produk pesaing yang ditawarkan di pasaran”.

Sedangkan Kambolong (2021:82), Kepercayaan pelanggan didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain berdasarkan harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk

pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya. Pengertian ini juga selaras dengan Todingbua (2022:46), Kepercayaan pelanggan merupakan keyakinan yang dimiliki oleh pelanggan terhadap perusahaan oleh karena pihak perusahaan dapat memberikan harapan yang diinginkan dan yang dibutuhkan (*needs and wants*). Dan menurut Romindo, dkk (2019:94), Kepercayaan didefinisikan sebagai probabilitas subjektif dimana pelanggan mengharapkan penjual akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan kepercayaan pelanggan.

2.1.3.2 Karakteristik Kepercayaan

Membangun kepercayaan didasari dari sejumlah karakteristik yang berhubungan dengan pelanggan. Menurut Priansa (2017:118), Berbagai karakteristik yang berkenaan dengan kepercayaan pelanggan adalah:

1. Menjaga Hubungan

Pelanggan yang percaya akan senantiasa menjaga hubungan yang baik antara dirinya dengan perusahaan karena ia menyadari bahwa hubungan yang baik akan memberikan dampak yang menguntungkan bagi dirinya, baik saat ini maupun di masa yang akan datang

2. Menerima Pengaruh

Pelanggan yang memiliki kepercayaan yang tinggi akan mudah untuk dipengaruhi sehingga biaya perusahaan/pemasar untuk program pemasaran menjadi semakin murah

3. Terbuka Dalam Komunikasi

Pelanggan yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap perusahaan akan memberikan informasi yang konstruktif bagi perusahaan sehingga arus informasi menjadi tidak tersendat yang memudahkan perusahaan/pemasar untuk bertindak dengan cepat

4. Mengurangi pengawasan

Pelanggan yang percaya biasanya jarang menkritik sehingga ia mengurangi fungsi pengawasannya terhadap perusahaan/ pemasar

5. Kesabaran

Pelanggan yang percaya akan memiliki kesabaran yang berlebih dibandingkan dengan pelanggan biasa.

6. Memberikan pembelaan

Pelanggan yang percaya akan memberikan pembelaan kepada perusahaan/pemasar ketika produk yang dikonsumsi dikritik oleh kompetitor atau bahkan pengguna lainnya yang tidak suka

7. Memberikan informasi yang positif

Pelanggan yang percaya akan selalu memberikan informasi yang positif dan membangun bagi perusahaan

8. Menerima Risiko

Pelanggan yang percaya akan menerima risiko apapun ketika ia memutuskan untuk menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga ia tidak akan mudah mengeluh dan mengkritik ketika mengkonsumsi produk.

9. Kenyamanan

Pelanggan yang percaya akan melakukan pembelian secara berulang-ulang karena ia percaya bahwa perusahaan/pemasar memberikannya kenyamanan untuk mengkonsumsi produk dalam jangka pendek maupun jangka panjang

10. Kepuasan

Pelanggan yang percaya akan mudah untuk diberikan kepuasan daripada pelanggan yang tidak percaya. Dengan demikian, maka kepuasan pelanggan dapat diwujudkan oleh perusahaan dengan lebih mudah

2.1.3.3 Indikator Kepercayaan

Kepercayaan konsumen merupakan pengetahuan yang dimiliki konsumen menyangkut suatu objek terkait dengan berbagai atribut dan manfaatnya. Menurut Priansa (2017:125), tiga indikator yang dapat membangun Kepercayaan adalah:

a. Niat baik (*Benevolence*)

Berkaitan dengan seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada pelanggan. *Benevolence* merupakan kesediaan penjual untuk melayani kepentingan pelanggan secara berkelanjutan.

b. Integritas (*Integrity*)

Integritas berkenaan dengan seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada pelanggan.

c. Kompetensi (*Competence*)

Kompetensi adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu pelanggan dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan penjual untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh pelanggan. Inti dari kompetensi adalah kemampuan penjual untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2.1.4 Kepuasan Pelanggan

2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah mereka membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya.

Menurut Hasan (2016:58) menjelaskan bahwa Kepuasan Pelanggan merupakan fungsi dasar dari sejumlah *value* produk (kinerja) yang dipersepsikan oleh pelanggan dibanding dengan harapan pelanggan sebelum menggunakan. Pengertian ini selaras dengan Indrasari (2019:87), Kepuasan Pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya.

Sedangkan menurut Priansa (2017:197), Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang pelanggan berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan. Pengertian ini juga selaras dengan Tjiptono (2015:76) menjelaskan

bahwa Kepuasan Pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan dan ekspektasi sebelum pembelian dan persepsi terhadap kinerja setelah pembelian. Dan menurut Alma (2016:185), Kepuasan Pelanggan adalah rasa senang, lega atau kecewa pelanggan yang membandingkan kesannya terhadap produk dan jasa yang dia beli dihubungkan dengan manfaat yang dia harapkan.

2.1.4.2 Pentingnya Kepuasan Pelanggan

Pentingnya Kepuasan Pelanggan untuk menciptakan konsumen loyal. Dalam membangun sebuah usaha hal yang paling penting adalah kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono (2015:76), terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, meningkatnya reputasi perusahaan, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Menurut Priansa (2017:196), menciptakan Kepuasan Pelanggan merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Kepuasan merupakan gambaran perbedaan harapan dan kinerja. Apabila harapan tinggi, sementara kinerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan kekecewaan bagi pelanggan. Sebaliknya, apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan akan meningkat.

2.1.4.3 Kategori Kepuasan Pelanggan

Setiap pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kinerja produk, jasa dan/atau perusahaan tertentu akan bereaksi terhadap tindakan yang berbeda-beda. Berkaitan dengan hal ini, menurut Tjiptono (2015:99) ada tiga kategori tanggapan

atau komplain terhadap ketidakpuasan yaitu :

1. *Voice response*

Voice response ditujukan pada obyek-obyek yang sifatnya eksternal bagi lingkaran sosial pelanggan (yakni, relasi informal) dan pihak-pihak yang secara langsung terlibat dalam pertukaran yang tidak memuaskan.

2. *Private response*

Obyek dalam *private response* bukanlah pihak eksternal bagi jejaring sosial pelanggan dan juga bukan pihak yang terlibat langsung dalam pengalaman yang tidak memuaskan. Sebaliknya, kategori ini berupa memutuskan untuk tidak menggunakan produk atau jasa perusahaan yang mengecewakannya, dan memperingatkan atau memberitahu kolega, teman atau keluarganya mengenai pengalaman buruknya dengan produk atau perusahaan bersangkutan.

3. *Third-party response*

Tipe respon ini ditujukan pada obyek-obyek eksternal yang tidak secara langsung terlibat dalam pengalaman yang tidak memuaskan (contohnya, surat kabar, lembaga pelanggan, lembaga bantuan hukum, dan sebenarnya).

2.1.4.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Berbagai dimensi, atribut atau faktor yang digunakan pelanggan dalam mengevaluasi kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk cenderung berbeda-beda. Menurut Tjiptono (2015:76), adapun faktor-faktor ini meliputi :

1. Kinerja (*performance*)

Karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli

misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya.

2. Fitur (*features*)

Yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap misalnya kelengkapan interior atau eksterior seperti *dash board*, *AC*, *sound system*, *door lock system*, *power steering*, dan sebagainya.

3. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mobil tidak sering ngadat/macet/rewel/rusak.

4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)

Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Contohnya : standar keamanan dan emisi terpenuhi seperti ukuran as roda untuk truk tentunya harus lebih besar daripada mobil sedan.

5. Daya Tahan (*durability*)

Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil.

6. *Serviceability*

Meliputi kecepatan, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual,

yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan suku cadang yang dibutuhkan.

7. Estetika

Yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model/desain yang artistic, warna, dan sebagainya.

8. Persepsi terhadap kualitas (*perceived quality*)

Yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena relatif minimnya pengetahuan pembeli akan atribut/ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya.

2.1.4.5 Indikator Kepuasan Pelanggan

Dalam pengukuran kepuasan pelanggan, setidaknya terdapat hal penting yang saling berkaitan. Mengingat pengukuran kepuasan pelanggan merupakan ukuran yang relatif, maka pengukurannya tidak boleh hanya melihat satu aspek saja. Menurut Hasan (2016:68), indikator Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini adalah :

1. Konfirmasi harapan

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dan kinerja aktual produk perusahaan.

2. Minat pembelian ulang

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan

apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

3. Kesiapan untuk merekomendasi

Dalam kasus produk yang pembelian ualngnya relatif lama (seperti pembelian mobil, broker rumah, komputer, tur keliling dunia, dan sebagainya), kesiapan merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian dahulua merupakan rujukan bagi penelitian ini agar tidak terjadi kesamaan dalam melakukan penelitian yang sama. Tabel berikut ini menggambarkan beberapa penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal yang terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fakhrudin (2020) Jurnal Maksipreneur Vol. 10 No. 1 Desember 2020 ISSN : 2527-6638 Daerah : Semarang	Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Penumpang Maskapai Garuda Indonesia di Bandar Udara Adii Soemarmo	Independen : Kepuasan; Kepercayaan Dependen : Loyalitas Pelanggan	Parsial : Kepuasan; Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Simultan : Kepuasan; Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
2.	Bara & Prawitowati (2020) Journal of Business and	Pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan keterikatan pelanggan	Independen : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan Dan Keterikatan	Parsial : Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab, Kepuasan Pelanggan

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Banking Volume 10 Number 1 Mei - Oktober 2020 ISSN : 2088-7841 Daerah : Surabaya	terhadap loyalitas pelanggan grab di Surabaya	Pelanggan Dependen : Loyalitas Pelanggan	berpengaruh signifikan terhadap Keterikatan Pelanggan, Keterikatan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Grab serta Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Simultan : Kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan keterikatan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan
3.	Faranisa, Sudjiono, & Girahani (2018) JIMEK – Volume 1 Nomor 1 Juli 2018 E-ISSN : 2621-2374 Daerah : Surabaya	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Galaxy Motor Kediri)	Independen : Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Merek Dependen : Loyalitas Pelanggan	Parsial : Terdapat pengaruh tetapi tidak signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan Simultan : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan
4.	Panday & Nursal (2021) Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis,	<i>The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty</i>	Independen : <i>Service Quality and Customer Satisfaction</i> Dependen : <i>Customer</i>	Parsial : <i>Service Quality and Customer Satisfaction partially have a positive and significant effect on Customer Loyalty</i>

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Volume 4, Nomor. 1, 2021 eISSN 2655-237X Daerah : Indonesia		<i>Loyalty</i>	Simultan : <i>Service Quality and Customer Satisfaction simultaneously have a positive and significant effect on Customer Loyalty</i>
5.	Joudeh1 & Dandis (2018) International Journal of Business and Management; Vol. 13, No. 8; 2018 ISSN 1833-3850 Daerah : Jordan	<i>Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in an Internet Service Providers</i>	Independen : <i>Service Quality and Customer Satisfaction</i> Dependen : <i>Customer Loyalty</i>	Parsial : <i>Service Quality and Customer Satisfaction have a significant effect on Customer Loyalty</i> Simultan : <i>Service Quality and Customer Satisfaction have a significant effect on Customer Loyalty</i>
6.	Masitoh, Darmawan, & Sinambela (2017) Agrimas, Volume 1 Nomor 2, Desember 2017 ISSN 2580-8621 Daerah : Indonesia	<i>The Effect Of Service Quality And Trust On Customer Loyalty Of Warung Apung Rahmawati Of Mojokerto Branch</i>	Independen : <i>Service Quality And Trust</i> Dependen : <i>Customer Loyalty</i>	Parsial : <i>Service quality significantly influence customer loyalty. Trust has a significant effect on customer loyalty</i> Simultan : <i>Service quality and trust have a significant effect on customer loyalty</i>

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir memberikan gambaran hubungan antara variabel tertentu yang telah dipilih peneliti sehingga peneliti dapat memahami dan menyadari kelemahan atau keunggulan dari penelitian yang dilakukannya dibandingkan penelitian terdahulu. Variabel-variabel yang diteliti adalah Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

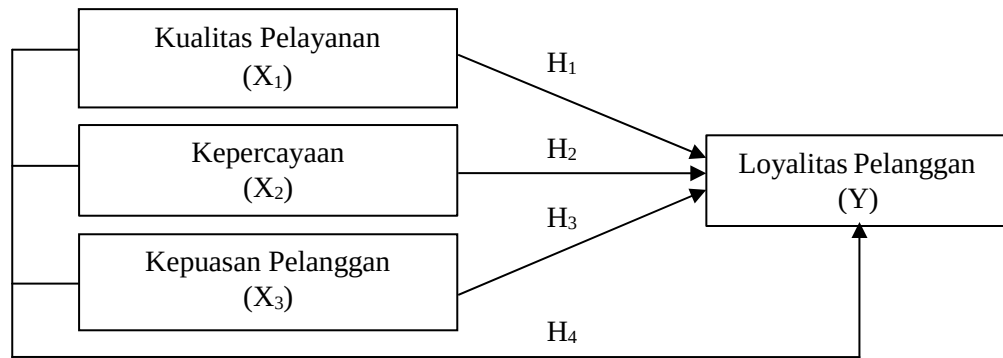
Loyalitas konsumen merupakan komitmen kuat untuk membeli kembali produk atau jasa yang ia sukai di masa depan, meskipun faktor situasi dan usaha-usaha pemasaran lainnya dapat berpotensi mempengaruhinya untuk beralih. Loyalitas pelanggan timbul karena harapan yang diinginkan sesuai dengan keinginan pelanggan. Dalam penelitian ini loyalitas ini dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan.

Kualitas layanan merupakan persepsi pelanggan tentang kondisi layanan yang diterima dari perusahaan terkait dengan pemenuhan kebutuhan layanan dari pelanggan. Perusahaan yang dapat memberikan kualitas layanan yang baik akan memberikan harapan pelanggan untuk lebih loyal lagi terhadap produk perusahaan.

Kepercayaan sebagai sebuah keadaan ketika salah satu pihak dalam proses pertukaran merasa yakin atas integritas pihak lain. Kepercayaan yang baik akan mempengaruhi terjadinya pembelian secara kontinu dalam waktu yang lama. Sebaliknya, ketika tingkat kepercayaan rendah, maka pelanggan cenderung merasa kecewa dan tidak loyal terhadap produk perusahaan.

Kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang muncul setelah ia membandingkan antara kinerja produk dan hasil yang ia harapkan. Pencapaian kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi terjadinya pembelian secara kontinyu dalam jangka panjang. Sebaliknya, pada tingkat kepuasan yang rendah, maka pelanggan akan merasa kecewa dan loyalitas akan menurun.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada gambar 2.1 berikut ini :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang dibuat peneliti sebelum melakukan penelitian lebih lanjut. Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₁ : Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.
- H₂ : Adanya pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.
- H₃ : Adanya pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya
- H₄ : Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis mengambil lokasi penelitian di PT Global Berdikari Jaya beralamat di Jl. Sisingamangaraja KM. 7,5 No. 69, Amplas, Sumatera Utara.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis terhitung dari bulan September 2022 sampai bulan Februari 2023.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis data penelitian yang dilakukan penulis ini adalah data berbentuk kuantitatif. Menurut Noor (2015:13) Data kuantitatif umumnya diperoleh melalui survei atau pertanyaan terstruktur.

3.2.2 Sumber Data

Jika penelitian menggunakan kuesioner dalam pengumpulan datanya, maka sumber data diperlukan dalam penelitian ini. Menurut Hermawan dan Yusran (2017:115), sumber data penelitian ini terdiri dari dua yaitu :

1. Data Primer, merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan

dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Data primer ini berupa penyebaran kuesioner kepada PT Global Berdikari Jaya.

2. Data Sekunder, merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain. Sumber data sekunder bisa diperoleh dari dalam suatu perusahaan (sumber internal), perpustakaan umum dan lain-lain. Data sekunder ini berupa data-data yang berasal dari PT Global Berdikari Jaya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi memiliki artian sebagai seluruh jumlah jiwa atau individu yang berada dalam satu wilayah atau daerah. Menurut Hermawan dan Yusran (2017:95), Populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian alat berat di PT Global Berdikari Jaya pada tahun 2018-2022 sebanyak 460 pelanggan.

3.3.2 Sampel

Tujuan dari dilakukannya sampling adalah untuk mendapatkan sampel (objek sampling) yang benar-benar sesuai dan dapat menggambarkan populasi untuk dijadikan sebagai subjek penelitian. Menurut Hermawan dan Yusran (2017:97), Sampel merupakan suatu bagian (*subset*) dari populasi. Pada penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah pelanggan pada PT Global

Berdikari Jaya sebanyak 460 responden dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan rumus Slovin.

Menurut Umar (2013:78), rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan

Adapun kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebesar 5%. Dari rumus yang tertera di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{460}{1 + (460) (0,05)^2}$$

$$n = \frac{460}{2,15}$$

$$n = 213,95$$

Sehingga jumlah sampel penelitian adalah 213,95 atau dibulatkan menjadi sebanyak 214 pelanggan di PT Global Berdikari Jaya dengan teknik *simple random sampling*. Menurut Hermawan dan Yusran (2017:99), “*Simple Random Sampling* merupakan suatu prosedur yang memungkinkan setiap elemen dalam populasi akan memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel”.

3.4 Definisi Operasional Variabel penelitian

Secara konseptual variabel penelitian ini dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu variabel dependen dan variabel independen yang dapat dilihat pada Tabel :

Tabel 3.1
Identifikasi Dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan	1. Keandalan 2. Jaminan 3. Responsivitas 4. Empati 5. Wujud Sumber : Firmansyah & Haryanto (2019:44)	Likert
Kepercayaan (X ₂)	Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut, dan manfaatnya	1. Niat Baik (Benevolence) 2. Integritas (Integrity) 3. Kompetensi (Competence) Sumber : Priansa (2017:125)	Likert
Kepuasan Pelanggan (X ₃)	Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya.	4. Konfirmasi harapan 5. Minat pembelian ulang 6. Kesiapan untuk merekomendasi Sumber : Hasan (2016:68)	Likert
Loyalitas Pelanggan (Y)	Loyalitas Pelanggan adalah tentang persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian pertama	5. Mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain 6. Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran 7. Mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama dalam melakukan pembelian jasa 8. Melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan beberapa tahun mendatang Sumber : Yuniarti (2015:241)	Likert

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan bahan nyata yang digunakan dalam penelitian. Teknik ini perlu langkah yang strategis dan sistematis guna mendapatkan data valid dan sesuai dengan kenyataan. Teknik pengumpulan data kuantitatif secara umum terdapat 3 macam :

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2014:235), menyatakan observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian. Observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah PT Global Berdikari Jaya.

2. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2014:230), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data di mana partisipan / responden mengisi pertanyaan atau pernyataan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2014:396), dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi ini bisa berbentuk data sejarah singkat atau data kondisi terkini dari PT Global Berdikari Jaya.

3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Alat penelitian pertama dalam menilai hasil kuesioner adalah melalui uji validitas. Menurut Ghazali (2016:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah

atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk degree of freedom (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini jumlah sampel untuk validitas digunakan 30 orang di luar populasi penelitian ini dengan perhitungan jumlah sampel (n) = 30 dan besarnya df dapat dihitung $30 - 2 = 28$ dengan $df = 28$ dan $\alpha = 0,05$ didapat $r_{tabel} = 0,361$.

Untuk menguji apakah masing-masing indikator setiap variabel penelitian valid atau tidak, dapat dilihat perbandingan nilai *Pearson Correlation* atau r_{hitung} dengan hasil perhitungan r_{tabel} dengan ketentuan :

1. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.
2. Jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Alat penelitian kedua dalam menilai hasil kuesioner adalah melalui uji reliabilitas. Menurut Ghazali (2016:47), reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruksi. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan teknik *Cronbach Alpha* (α) dapat ditentukan sebagai berikut :

1. Jika *Cronbach Alpha* $> 0,70$, maka butir pernyataan tersebut reliabel
2. Jika *Cronbach Alpha* $< 0,70$, maka butir pernyataan tersebut tidak reliabel.

3.7 Teknik Analisa Data

3.7.1 Statistik Deskriptif

Sebelum melakukan penelitian regresi linear berganda dan uji asumsi klasik, peneliti dapat memberikan gambaran variabel yang akan diteliti melalui statistik deskriptif. Menurut Sujarweni (2015:225), Statistik deskriptif dalam penelitian pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan atau penyusunan dalam bentuk tabel numerik dan grafik.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum mengetahui hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data penelitian yang akan diolah sebagai berikut:

3.7.2.1 Uji Normalitas

Langkah pertama dalam melakukan uji asumsi klasik adalah uji normalitas. Menurut Ghozali (2016:154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Menurut Ghozali (2016:156), analisis grafik yang dapat melihat normalitas data yaitu dengan melihat histogram dan *normality Probability Plot*. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari nilai residualnya.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau grafik histogramnya dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Ghozali (2016:158), uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria pengambilan keputusan Uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah

1. Nilai Sig > 0,05 berarti data residual berdistribusi normal
2. Nilai Sig < 0,05 berarti data residual berdistribusi tidak normal

Hipotesis uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah :

H₀ : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual berdistribusi tidak normal

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Langkah kedua dalam melakukan uji asumsi klasik adalah uji multikolinearitas. Menurut Ghozali (2016:103), uji multikolinearitas bertujuan

untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut : dapat juga dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* < 0.10 atau sama dengan nilai VIF > 10 .

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Langkah kedua dalam melakukan uji asumsi klasik adalah uji heteroskedastisitas. Menurut Ghazali (2016:134), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat Grafik *ScatterPlot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) dengan residualnya. Deteksi ada tidaknya

heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara keduanya dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized. Dasar analisis :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Metode yang dipergunakan untuk menganalisis hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Linear Regression Analysis*). Alasan digunakan metode analisis regresi linear berganda adalah karena selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Analisis regresi linear berganda menggunakan model persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y	= Loyalitas Pelanggan
X ₁	= Kualitas Pelayanan
X ₂	= Kepercayaan
X ₃	= Kepuasan Pelanggan
a	= Konstanta
b ₁	= Koefisien Variabel Kualitas Pelayanan
b ₂	= Koefisien Variabel Kepercayaan

b_3 = Koefisien Variabel Kepuasan Pelanggan
 e = Standart error (5%)

3.7.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat. Pengujian hipotesis ini terdiri dari uji t dan uji F.

3.7.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Dari analisis regresi berganda, peneliti dapat mengetahui pengujian hipotesis secara parsial pada uji statistik t. Menurut Ghozali (2016:97), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini nilai t_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dan tingkat signifikan (α) = 5%. Menurut Sanusi (2014:138), kriteria pengambilan keputusan adalah :

1. Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$; maka H_0 diterima, H_a ditolak
2. Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$; maka H_0 ditolak, H_a diterima

3.7.4.2 Uji F (Uji Simultan)

Analisis selanjutnya dari pengujian hipotesis adalah melihat uji F (uji simultan). Menurut Ghozali (2016:96), tidak seperti uji t yang menguji signifikansi koefisien parsial regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah bahwa setiap koefisien regresi sama dengan nol. Uji F menguji joint hipotesa bahwa b_1 dan b_2

secara simultan sama dengan nol. Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai F_{tabel} dan tingkat signifikan (α) = 5%. Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_a diterima

3.7.5 Uji Adjusted R^2 (Koefisien Determinasi)

Dan analisis terakhir dalam melakukan pengujian hipotesis adalah melihat besarnya nilai hubungan variabel independen dengan variabel dependen melalui koefisien determinasi. Menurut Ghazali (2016:95), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai Adjusted R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai Adjusted R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat PT Global Berdikari Jaya

Didirikan pada tahun 2003, PT Global Berdikari Jaya (GBJ) telah tumbuh bukan hanya sebagai perusahaan importir, penjualan, dan pembelian alat berat, truk, dan mesin lainnya, PT Global Berdikari Jaya juga diakui sebagai perusahaan yang terdepan dan terpercaya dalam bisnisnya di Indonesia. PT Global Berdikari Jaya menjalankan kegiatan usahanya sebagai importir, penjualan, dan pembelian berbagai macam alat berat seperti bulldozer, excavator, grader, dan juga beragam jenis truk dan mesin dengan harga bersaing. Pada tahun 2014, PT Global Berdikari Jaya membuka kantor perwakilannya di Tangerang untuk meningkatkan pelayanan dan bisnisnya di luar Sumatera.

Seiring dengan permintaan pasar, Hitachi, Niigata, Mitsubishi, Bomag (Fayat Group) memberi kepercayaan pada PT Global Berdikari Jaya sebagai agen penjualan alat-alat berat di Indonesia. Adapun alat-alat berat yang disewakan PT Global Berdikari Jaya ini adalah Excavator merek DAT 320 dan Mitsubishi, Fibro merek Dynapac dan Bomag, Bulldozer merek Komatsu. Sedangkan mesin yang disewakan dalam PT Global Berdikari Jaya adalah :

1. Cylinder Boom, Arm dan Bucket PC 200.
2. Motor gas/Stepping motor assy hitachi ZX 200/210.
3. Handjack untuk Self Loader.

4. Controller Komatsu PC 200-6.

5. Hydraulic Breaker

Di samping PT Global Berdikari Jaya menyewa juga menjual alat-alat berat dan mesin untuk alat-alat berat yang dipakai di bidang konstruksi, infrastruktur, pertambangan, perkebunan, pertanian, dan kehutanan.

4.1.2 Visi dan Misi PT Global Berdikari Jaya

4.1.2.1 Visi PT Global Berdikari Jaya

Visi adalah gambaran besar, tujuan utama dan cita-cita suatu perusahaan, instansi, pribadi atau organisasi di masa depan. Visi PT Global Berdikari Jaya adalah menjadi perusahaan otomotif dan alat berat yang memberikan pelayanan terbaik dan unit yang berkualitas di Indonesia.

4.1.2.2 Misi PT Global Berdikari Jaya

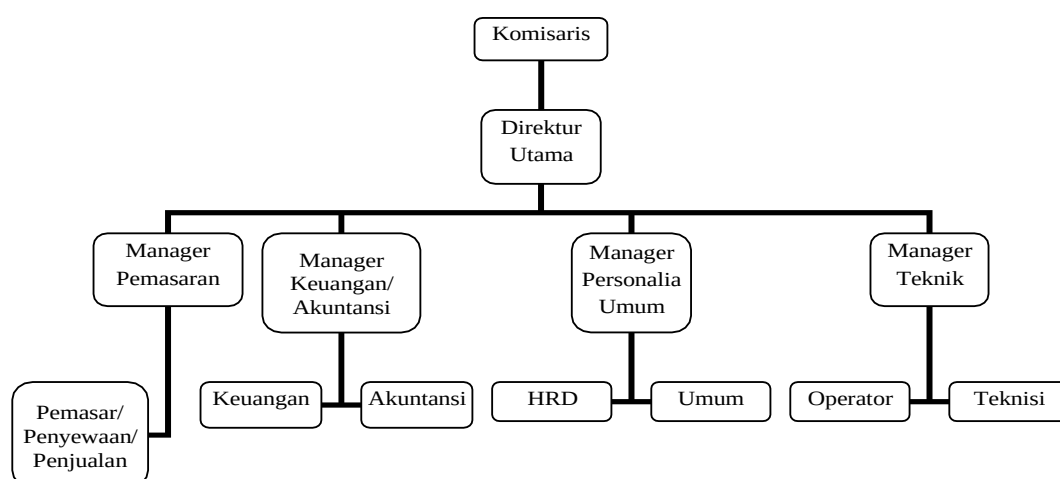
Misi adalah penjabaran atau langkah – langkah yang akan dilakukan untuk mencapai / mewujudkan visi tersebut. Misi PT Global Berdikari Jaya yaitu:

1. Menjual dan membeli unit bekas dan baru dengan pelayanan yang cepat dan memperhatikan kepuasan pelanggan.
2. Menyediakan pusat perawatan dan perbaikan unit dengan tenaga kerja yang handal di bidangnya.
3. Melakukan pengawasan yang efisien dan efektif terhadap keseluruhan operasional perusahaan.
4. Merekrut, melatih dan mengembangkan karyawan yang berkompeten serta menciptakan lingkungan kerja yang baik.

5. Menyediakan sarana dan prasarana yang memudahkan pelanggan untuk dapat memperoleh informasi produk yang didagangkan.
6. Menjaga dan memperkuat hubungan kerjasama yang baik antar produsen dan dealer-dealer.
7. Menyediakan produk yang berkualitas dengan harga yang kompetitif.

4.1.3 Struktur Organisasi PT Global Berdikari Jaya

Struktur organisasi di suatu perusahaan sangat penting, karena dapat memberikan gambaran baik buruknya organisasi kerja yang ada di perusahaan tersebut. Struktur organisasi dalam suatu perusahaan memiliki peranan yang penting dalam menjalankan aktivitas perusahaan sehari-hari. Struktur organisasi suatu perusahaan harus fleksibel sehingga dapat diubah untuk memenuhi perubahan kebutuhan lingkungan dimana perusahaan beroperasi dan menunjang setiap perusahaan. Berikut struktur organisasi PT Global Berdikari Jaya yang dapat dilihat pada gambar 4.1 di bawah ini.



Sumber : PT Global Berdikari Jaya, 2023

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT Global Berdikari Jaya

Deskripsi pekerjaan dari struktur organisasi PT Global Berdikari Jaya adalah sebagai berikut:

1. Komisaris. Adapun tugas dan wewenang Komisaris adalah:
 - a. Mengawasi dan memonitor pekerjaan direktur sesuai dengan anggaran dasar perusahaan.
 - b. Berhak memberhentikan direksi.
 - c. Mengadakan rapat umum pemegang saham.
2. Direktur Utama. Adapun tugas dan wewenang Direktur Utama adalah sebagai berikut:
 - a. Memberikan petunjuk-petunjuk kegiatan pengawasan, pemeriksaan dan pengecekan intern perusahaan.
 - b. Memberikan petunjuk-petunjuk mengenai segala persoalan perusahaan termasuk pegawai, perburuhan dan kesejahteraan.
 - c. Mengkoordinasikan dan mengawasi pelaksanaan tugas yang diberikan kepada masing-masing anggota Direksi.
 - d. Menetapkan rencana rapat kerja jangka pendek maupun jangka panjang termasuk rencana dalam anggarannya.
 - e. Menetapkan sitem manajemen yang termasuk organisasi dan informasi yang efektif dan efisien sebagai sarana untuk mencapai tujuan perusahaan.
 - f. Memimpin rapat Direksi yang diadakan satu kali dalam satu minggu dan sewaktu-waktu bilamana perusahaan akan membahas permasalahan yang ada di PT Global Berdikari Jaya.
3. Manajer Pemasaran. Adapun tugas dan wewenang manager pemasaran yaitu:

Mengatur kegiatan pemasaran jasa perusahaan terutama di bidang penyewaan alat berat dan mesin.

4. Bagian Pemasaran/Penyewaan/Penjualan. Adapun tugas dan wewenang bagian pemasaran/penyewaan/penjualan yaitu:
 - a. Mempromosikan jasa perusahaan.
 - b. Mengadakan serta menindaklanjuti kontrak atau hubungan dengan relasi.
 - c. Membuat laporan kepada manajer pemasaran.
 - d. Memberi laporan penjualan tiap unit kepada manajer pemasaran.
5. Manajer Keuangan dan Akuntansi. Adapun tugas dan wewenang Manajer Keuangan dan Akuntansi yaitu:
 - a. Mengendalikan kegiatan-kegiatan dan program yang berkaitan dengan pendapatan pengeluaran keuangan perusahaan.
 - b. Menyimpan data-data keuangan dan barang-barang berharga lainnya perusahaan berupa laporan keuangan, uang, surat-surat berharga, dan sebagainya.
6. Bagian Keuangan. Adapun tugas dan wewenang bagian keuangan adalah:
 - a. Memberikan laporan posisi keuangan perusahaan kepada manajer akuntansi dan keuangan.
 - b. Membuat laporan keuangan perusahaan setiap bulan.
7. Bagian Akuntansi. Adapun tugas dan wewenang bagian akuntansi adalah:
 - a. Mencatat transaksi yang terjadi dalam pembukuan dengan sistem akuntansinya.
 - b. Membuat laporan perpajakan perusahaan dan melaporkannya ke manajer

keuangan dan akuntansi.

8. Manajer Teknik. Adapun tugas dan wewenang manajer teknik adalah:
 - a. Bertanggung jawab atas kelancaran mesin-mesin yang digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan.
 - b. Memberi petunjuk pekerjaan kepada bawahannya.
9. Bagian Operator. Adapun tugas dan wewenang bagian operator adalah:
 - a. Mengoperasikan mesin yang disewa konsumen dengan sebaik-baiknya.
 - b. Melaporkan mesin yang disewa kepada manajer teknik.
10. Bagian Teknisi. Adapun tugas dan wewenang bagian teknisi adalah:
Melakukan pemeliharaan dan peninjauan secara berkala terhadap mesin-mesin yang digunakan dalam kegiatan usaha perusahaan.
11. Manajer Personalia dan Umum. Adapun tugas dan wewenang manajer personalia dan umum adalah:
 - a. Mengawasi dan menentukan kebijakan yang berkaitan dengan kepegawaian.
 - b. Bertanggung jawab kepada direktur utama mengenai keadaan personalia saat ini dan masa yang akan datang, termasuk di dalamnya perencanaan dan pengembangan personalia perusahaan.
 - c. Merencanakan pengadaan, pengembangan dan pelatihan sumber daya manusia perusahaan.
 - d. Mewakili perusahaan dalam urusan luar di luar perusahaan (hubungan masyarakat).
12. Bagian HRD. Adapun tugas dan wewenang bagian HRD yaitu:

Mengurus kesejahteraan pegawai dan sarana-sarana lainnya. Misalnya: tunjangan kesehatan, bonus, uang lembur dan lain-lainnya.

13. Bagian Umum. Adapun tugas dan wewenang bagian Umum yaitu:

Mengatur dan mengkoordinasi seluruh aktivitas umum terutama yang berkaitan dengan tata usaha personalia perusahaan sesuai dengan kebijaksanaan yang ditetapkan.

4.1.4 Karakteristik Responden

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari penyebaran kuesioner dengan cara disusun, diklasifikasikan dan dianalisis sehingga akan memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang sedang diteliti. Analisis deskriptif dalam penelitian ini merupakan uraian atau penjelasan dari hasil pengumpulan data primer berupa kuesioner yang telah diisi oleh responden penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah berdasarkan pekerjaan, pendapatan per bulan dan lama menjadi pelanggan. Responden penelitian adalah pelanggan PT Global Berdikari Jaya sebanyak 214 orang.

4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 4.1
Karakteristik Reponden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Tanggapan Responden	
		Jumlah Pelanggan	Presentase
1.	Pengusaha	111	51,87%
2.	Karyawan Swasta	86	40,19%

3.	Lainnya	46	7,94%
Total		214	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa dari 214 responden dalam penelitian ini, sebanyak 111 responden adalah yang memiliki pekerjaan pengusaha, sebanyak 86 responden adalah yang memiliki pekerjaan karyawan swasta dan sebanyak 17 responden adalah yang memiliki pekerjaan lainnya. Disimpulkan bahwa mayoritas responden berdasarkan pekerjaan di PT Global Berdikari Jaya adalah pelanggan yang memiliki pekerjaan sebagai pengusaha.

4.1.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per bulan

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan:

Tabel 4.2
Karakteristik Reponden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

No.	Pendapatan Per Bulan	Tanggapan Responden	
		Jumlah Pelanggan	Presentase
1.	< Rp. 10 juta	22	10,28%
2.	Rp 10 juta – Rp. 15 juta	86	40,19%
3.	> Rp. 15 juta	106	49,53%
Total		214	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa dari 214 responden dalam penelitian ini sebanyak 22 responden adalah yang memiliki pendapatan per bulan < Rp. 10 juta, sebanyak 86 responden adalah yang memiliki pendapatan per bulan Rp. 10 juta – Rp. 15 juta dan sebanyak 106 responden adalah yang memiliki pendapatan per bulan > Rp. 15 juta. Disimpulkan bahwa mayoritas responden berpendapatan

per bulan di PT Global Berdikari Jaya adalah pelanggan yang memiliki pendapatan per bulan > Rp. 15 juta.

4.1.4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan

Berikut ini adalah hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan lama menjadi pelanggan:

Tabel 4.3
Karakteristik Reponden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan

No.	Lama Menjadi Pelanggan	Tanggapan Responden	
		Jumlah Pelanggan	Presentase
1.	< 1 tahun	44	20,56%
2.	1 – 3 tahun	66	30,84%
3.	> 3 tahun	104	48,60%
Total		214	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa dari 214 responden dalam penelitian ini sebanyak 44 responden adalah yang memiliki lama menjadi pelanggan < 1 tahun, sebanyak 66 responden adalah yang memiliki lama menjadi pelanggan 1 – 3 tahun dan sebanyak 104 responden adalah yang memiliki lama menjadi pelanggan > 3 tahun. Disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki lama menjadi pelanggan di PT Global Berdikari Jaya adalah pelanggan yang memiliki lama menjadi pelanggan > 3 tahun.

4.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk menguji apakah kuesioner layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian. Penyebaran kuesioner uji validitas diberikan kepada 30 orang responden di luar sampel penelitian yaitu dengan tetap memilih konsumen PT Global Berdikari Jaya. Kriteria ini adalah jika nilai r_{hitung} setiap pernyataan lebih besar dari r_{tabel} maka butir pernyataan dianggap sudah valid. Nilai r_{tabel} yang diketahui adalah 0,361 dengan *degree freedom* sebanyak 28 yang diperoleh dari $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$. Pada penelitian ini, nilai r_{hitung} dapat dilihat pada kolom *Pearson Correlation*.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Karyawan PT Global Berdikari Jaya memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	0,498	0,361	Valid
2.	PT Global Berdikari Jaya menepati janji yang telah disampaikan sebelumnya kepada pelanggan saat menawarkan jasa ini	0,492	0,361	Valid
3.	PT Global Berdikari Jaya menjamin keamanan saat bertransaksi	0,821	0,361	Valid
4.	Karyawan PT Global Berdikari Jaya bersikap sopan dan menjelaskan dengan baik jika ada pertanyaan dari pelanggan	0,609	0,361	Valid
5.	Karyawan/Teknisi PT Global Berdikari Jaya selalu merespon cepat keluhan maupun kebutuhan pelanggan	0,821	0,361	Valid
6.	Karyawan/Teknisi PT Global Berdikari Jaya bisa memberikan layanan cepat kepada pelanggan.	0,726	0,361	Valid
7.	PT Global Berdikari Jaya memberi perhatian secara individu kepada pelanggan tertentu atau special	0,547	0,361	Valid
8.	Karyawan PT Global Berdikari Jaya dapat diharapkan untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan	0,631	0,361	Valid
9.	Karyawan PT Global Berdikari Jaya bertugas	0,682	0,361	Valid

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	dengan penampilan pakaian yang bagus dan tampak rapi			
10.	Penampilan fasilitas fisik PT Global Berdikari Jaya ini sesuai dengan jenis layanan yang disediakan	0,745	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari variabel Kualitas Pelayanan pada kolom nilai r_{hitung} memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dari variabel Kualitas Pelayanan yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Pelanggan merasa PT Global Berdikari Jaya dapat membantu masalah pembelian alat berat	0,467	0,361	Valid
2.	Pelanggan merasa PT Global Berdikari Jaya dapat menjual alat berat dengan harapan pelanggan	0,570	0,361	Valid
3.	Pelanggan merasa alat berat dari PT Global Berdikari Jaya mempunyai reputasi yang bagus	0,674	0,361	Valid
4.	Pelanggan merasa alat berat dari PT Global Berdikari Jaya merupakan produk terpercaya di Medan	0,633	0,361	Valid
5.	Pelanggan merasa keterampilan karyawan PT Global Berdikari Jaya sudah baik atau mumpuni	0,775	0,361	Valid
6.	Pelanggan merasa pengetahuan karyawan PT Global Berdikari Jaya sudah baik dalam memberikan pelayanan	0,873	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari variabel Kepercayaan pada kolom nilai r_{hitung} memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dari variabel Kepercayaan yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Kualitas alat berat sudah sesuai dengan harapan pelanggan	0,794	0,361	Valid
2.	Pelanggan mendapatkan variasi program pelayanan pembelian alat berat dari PT Global Berdikari Jaya	0,710	0,361	Valid
3.	Pelanggan akan kembali konsisten menggunakan layanan/produk dari PT Global Berdikari Jaya	0,620	0,361	Valid
4.	Pelanggan selalu memakai layanan atau produk PT Global Berdikari Jaya secara berulang	0,813	0,361	Valid
5.	Pelanggan merekomendasikan kepada orang lain agar tidak berpindah dari produk PT Global Berdikari Jaya ke produk lain	0,847	0,361	Valid
6.	Pelanggan akan merekomendasikan PT Global Berdikari Jaya kepada teman, keluarga dan rekan pelanggan.	0,716	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari variabel Kepuasan Pelanggan pada kolom nilai r_{hitung} memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dari variabel Kepuasan Pelanggan yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	Pelanggan selalu mengatakan hal yang positif tentang PT Global Berdikari Jaya kepada orang lain	0,605	0,361	Valid
2.	Pelanggan meyakinkan produk dari PT Global Berdikari Jaya adalah yang terbaik kepada orang lain	0,428	0,361	Valid
3.	Pelanggan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli alat berat PT Global Berdikari Jaya	0,820	0,361	Valid
4.	Pelanggan akan selalu mendorong teman atau kenalan anda untuk selalu menggunakan alat berat dari PT Global Berdikari Jaya	0,824	0,361	Valid
5.	Bila ada kekurangan pada alat berat dari PT Global Berdikari Jaya, pelanggan tidak akan langsung beralih ke perusahaan lain	0,820	0,361	Valid

No.	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
6.	Pelanggan tidak akan berpindah membeli alat berat dari PT Global Berdikari Jaya, meskipun produk dari perusahaan lain menawarkan harga yang lebih murah	0,527	0,361	Valid
7.	Pelanggan selalu membeli ulang produk yang diinginkannya di PT Global Berdikari Jaya	0,684	0,361	Valid
8.	Pelanggan akan kembali menggunakan produk dan layanan dari PT Global Berdikari Jaya	0,525	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari variabel Loyalitas Pelanggan pada kolom nilai r_{hitung} memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,361. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan dari variabel Loyalitas Pelanggan yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.1.5.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner yang dikatakan reliabel atau handal ketika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Maka semakin tinggi tingkat reliabilitas suatu alat pengukuran maka semakin stabil pula alat pengukuran tersebut. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α), suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Conbrach Alpha* $> 0,70$.

Menurut Herlina (2019:60), secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut:

1. Cronbach's alpha < 0.6 = reliabilitas buruk
2. Cronbach's alpha $0,6 - 0,79$ = reliabilitas diterima
3. Cronbach's alpha $> 0,8$ = reliabilitas baik.

Hasil uji reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variable	Cronbach,s Alpha	N of Items	Keterangan
1	Kualitas Pelanggan	.852	10	Reliabilitas Baik
2	Kepercayaan	.759	6	Reliabilitas Diterima
3	Kepuasan Pelanggan	.840	6	Reliabilitas Baik
4	Loyalitas Pelanggan	.808	8	Reliabilitas Baik

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas, makan dapat dinyatakan bahwa untuk variabel Kepercayaan dalam penelitian ini dinyatakan reliabilitas diterima sedangkan variabel kualitas pelanggan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam penelitian ini dinyatakan reliabilitas baik.

4.1.6 Teknik Analisa Data

4.1.6.1 Statistik Deskriptif

Data yang dikumpulkan dari masing-masing variabel (Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan) yang telah diolah akan ditampilkan pada bagian ini dengan menampilkan statistik deskriptif yang dapat memberikan gambaran mengenai nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasi dari tiap variabel. Berikut hasil pengujian statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	214	14	40	29.27	5.760
Kepercayaan	214	6	23	17.67	3.206
Kepuasan Pelanggan	214	9	24	18.02	3.411
Loyalitas Pelanggan	214	11	32	24.22	4.398
Valid N (listwise)	214				

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, maka dapat diketahui bahwa :

1. Jumlah data yang digunakan sebanyak 214 pelanggan yang melakukan pembelian alat berat di PT Global Berdikari Jaya.
2. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai minimum sebesar 14, nilai maksimum sebesar 40, nilai rata-rata sebesar 29,27 dan nilai standar deviasi sebesar 5,760.
3. Variabel Kepercayaan memiliki nilai minimum sebesar 6, nilai maksimum sebesar 23, nilai rata-rata sebesar 17,67 dan nilai standar deviasi sebesar 3,206.
4. Variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai minimum sebesar 9, nilai maksimum sebesar 24, nilai rata-rata sebesar 18,02 dan nilai standar deviasi sebesar 3,411.
5. Variabel Loyalitas Pelanggan memiliki nilai minimum sebesar 11, nilai maksimum sebesar 32, nilai rata-rata sebesar 24,22 dan nilai standar deviasi sebesar 4,398.

4.1.6.2 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji T dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Pada penelitian ini menggunakan salah satu cara untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov– Smirnov (K-S). Deteksi uji normalitas menggunakan perhitungan regresi dengan SPSS dengan menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov (K-S) Test*. Hasil perhitungan uji normalitas dapat dilihat pada Tabel berikut :

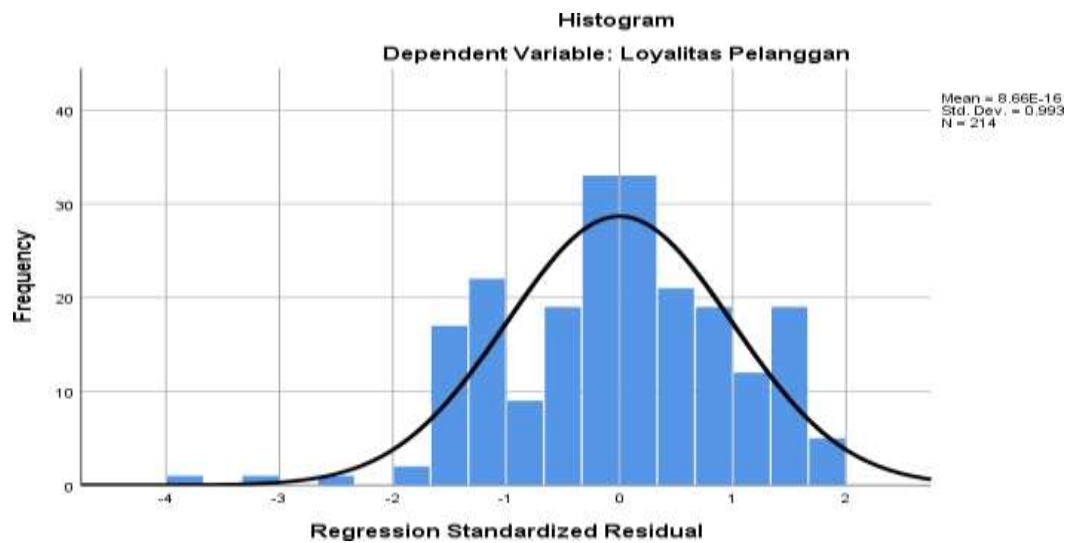
Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		214
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.23433044
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.050
	Negative	-.044
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

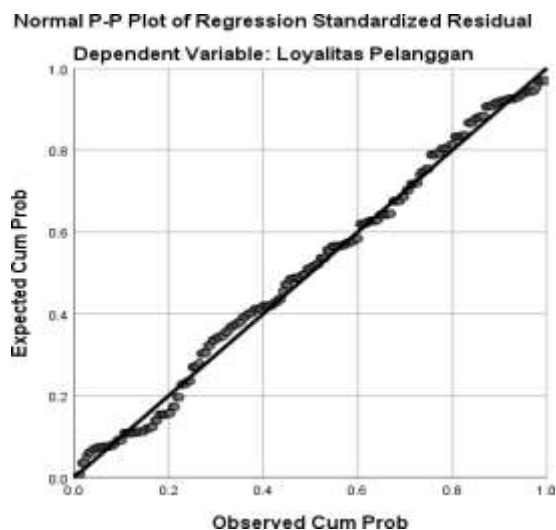
Dari Tabel 4.10, dapat dilihat bahwa nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* pada Unstandardized Residual memiliki nilai diatas tingkat signifikansi 0,05 atau 5% yaitu sebesar 0,200 sehingga dapat dinyatakan data telah berdistribusi dengan normal. Hasil ini dapat diperkuat dengan analisis grafik. Analisis grafik pada uji normalitas ini terdiri dari grafik histogram dan grafik *normalilty prob plot*. Berikut hasil uji normalitas yang dilihat dari analisis grafik adalah:



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)

Berdasarkan Gambar 4.2 menunjukkan bahwa grafik histogram telah memberikan pola distribusi yang baik dengan adanya data yang tidak melenceng ke kanan atau ke kiri dan mengikuti garis kurva yang berbentuk lonceng sehingga data telah terdistribusi dengan normal.



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas (Grafik Normality Probability Plot)

Berdasarkan Gambar 4.3 terlihat titik-titik tidak menyebar di sekitar garis normal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal yang telah ditetapkan sehingga dapat dikatakan data telah berdistribusi dengan normal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas.

4.1.6.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dipergunakan nilai VIF (*Varian Infaction Factor*) dan *Tolerance*. Hasil perhitungan multikolinearitas dengan menggunakan uji VIF dapatlah dilihat pada Tabel 4.11 berikut ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.345	2.898
	Kepercayaan	.323	3.093
	Kepuasan Pelanggan	.697	1.435

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

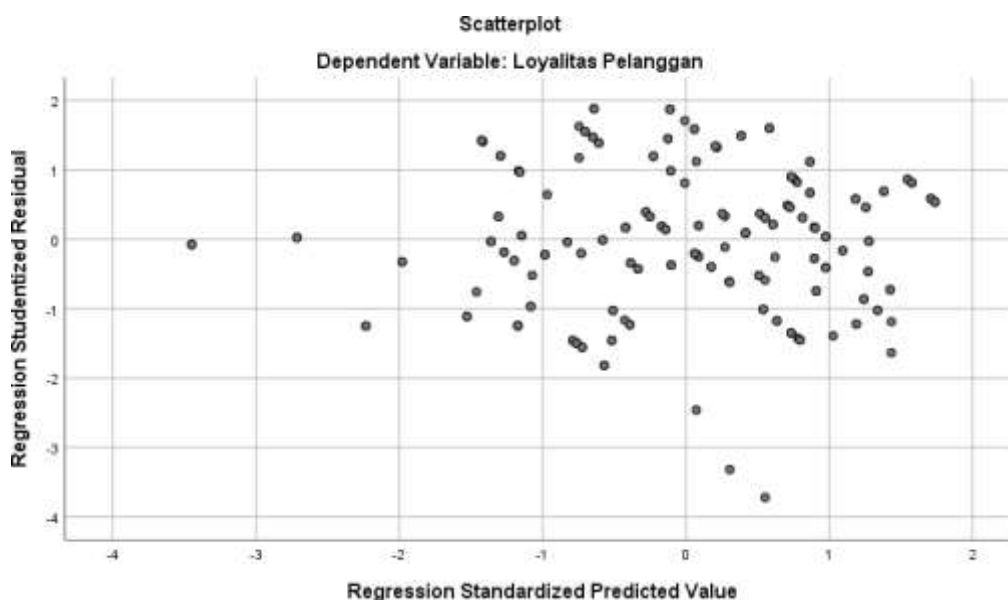
Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat terlihat bahwa, nilai VIF dari Kualitas Pelayanan (2,898), Kepercayaan (3,093) dan Kepuasan Pelanggan (1,435) lebih kecil atau dibawah 10 ($VIF < 10$), ini berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Nilai *Tolerance* dari Kualitas Pelayanan (0,345), Kepercayaan (0,323) dan Kepuasan Pelanggan (0,697) lebih besar dari 0,1 ini berarti tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

4.1.6.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka di sebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya *variance* variabel independen adalah konstan (sama) untuk setiap variabel independen. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut ini :



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplot)

Berdasarkan hasil grafik Scatterplot, pancaran data tidak menunjukkan suatu pola tertentu. Pancaran data menyebar secara acak, sehingga kita menyimpulkan bahwa tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar koefisien regresi pada penelitian ini yang membahas pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Berikut hasil analisis regresi berganda adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.050	.968		.279
	Kualitas Pelayanan	.198	.046	.259	.000
	Kepercayaan	.613	.085	.447	.000
	Kepuasan Pelanggan	.364	.054	.282	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan pada Tabel 4.12 di atas, maka persamaan regresi berganda dalam penelitian adalah :

$$\text{Loyalitas Pelanggan} = 1,050 + 0,198 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,613 \text{ Kepercayaan} + 0,364 \text{ Kepuasan Pelanggan} + e$$

Penjelasan dari persamaan regresi berganda tersebut dapat dijelaskan dibawah ini.

1. Nilai Konstanta (a) sebesar 1,050 artinya jika nilai variabel independen yaitu

Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan sama dengan nol, maka nilai perubahan Loyalitas Pelanggan yang dilihat dari nilai Y tetap sebesar 1,050.

2. Nilai Kualitas Pelayanan (b_1) sebesar 0,198 menunjukkan bahwa jika variabel Kualitas Pelayanan mengalami peningkatan satu satuan, maka Loyalitas Pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,198 satuan dengan asumsi variabel independen lain dianggap nol.
3. Nilai Kepercayaan (b_2) sebesar 0,613 menunjukkan bahwa jika variabel Kepercayaan mengalami peningkatan satu satuan, maka Loyalitas Pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,613 satuan dengan asumsi variabel independen lain dianggap nol.
4. Nilai Kepuasan Pelanggan (b_3) sebesar 0,364 menunjukkan bahwa jika variabel Kepuasan Pelanggan mengalami peningkatan satu satuan, maka Loyalitas Pelanggan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,364 satuan dengan asumsi variabel independen lain dianggap nol.

4.1.8 Pengujian Hipotesis

4.1.8.1 Uji Parsial (uji t)

Menurut Ghozali (2013:98) uji t statistic pada dasarnya menentukan sejauh mana satu variable independen berpengaruh terhadap variabel dependen ketika semua variabel lainnya dianggap konstan. Uji-t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiaanya adalah sebagai berikut:

1. $H_0 : b_i, b_2, b_3 = 0$ Artinya, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan secara parsial tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.
2. $H_a: b_i, b_2, b_3 \neq 0$ Artinya, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.

Cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} serta nilai Sig dengan 0,05. Nilai t_{tabel} sebesar 1,971 diperoleh dengan cara melihat $df = n - k = 214 - 4 = 210$ dan 0,05 (dapat dilihat pada lampiran t_{tabel}).

Kriteria penilaian hipotesis pada uji t ini adalah :

1. Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Tabel 4.13
Hasil Uji t

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.050	.968		1.085
	Kualitas Pelayanan	.198	.046	.259	4.335
	Kepercayaan	.613	.085	.447	7.250
	Kepuasan Pelanggan	.364	.054	.282	6.715

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berikut penjelasan uji secara parsial (uji t) berdasarkan Tabel 4.13 di atas adalah sebagai berikut:

H₁ : Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki koefisien regresi 4,335 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Nilai $t_{hitung} (4,335) > t_{tabel} (1,971)$. Hal ini dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan signifikan, karena nilai signifikan kurang dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.

H₂ : Adanya pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan memiliki koefisien regresi 7,250 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Kepercayaan memberikan pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Nilai $t_{hitung} (7,250) > t_{tabel} (1,971)$. Hal ini dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Nilai signifikansi variabel Kepercayaan sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa Kepercayaan signifikan, karena nilai signifikan kurang dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat

disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.

H₃ : Adanya pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan memiliki koefisien regresi 6,715 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Kepuasan Pelanggan memberikan pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Nilai $t_{hitung} (6,715) > t_{tabel} (1,971)$. Hal ini dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Nilai signifikansi variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa Kepuasan Pelanggan signifikan, karena nilai signifikan kurang dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.

4.1.8.2 Uji Simultan (uji F)

Uji signifikan simultan ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan dapat diterima menjadi model penelitian terhadap variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau :

1. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$ Artinya, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan

Kepuasan Pelanggan secara simultan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.

2. $H_a : b_1, b_2, b_3 \neq 0$ Artinya, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.

Pada penelitian ini F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} dengan tingkat α sebesar 5 %.

Kriteria penilaian hipotesis pada uji F ini adalah :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Tabel 4.14
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3055.888	3	1018.629	201.169	.000 ^b
	Residual	1063.346	210	5.064		
	Total	4119.234	213			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

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

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

H_4 : Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya

Dari Tabel 4.14 diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 201,169 dengan tingkat keyakinan 95%. Penentuan nilai F_{tabel} diperoleh dengan rumus :

$$F_{tabel} = F_{(\alpha)}, (df \text{ penyebut} = n-k), (df \text{ pembilang} = m)$$

Berdasarkan hasil pengujian Tabel 4.14 di atas nilai F_{hitung} sebesar 201,169 yang menunjukkan arah koefisien regresi positif. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan memberikan pengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Nilai $F_{hitung} (201,169) > F_{tabel} (2,65)$. Hal ini dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan signifikan, karena nilai signifikan kurang dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.

4.1.9 Uji *Adjusted R²* (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi ditujukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat dari *Adjusted R Square*. Berikut hasil uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 ^a	.742	.738	2.250

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

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, nilai digunakan untuk melihat koefisien determinasi adalah nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,738 artinya 73,8% variabel Loyalitas Pelanggan hanya dapat dijelaskan variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan dan sisanya sebesar 25,8% variabel Loyalitas Pelanggan dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian seperti Harga dan Promosi.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya dapat diterima atau H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.

Hasil penelitian yang menyatakan Kualitas Pelayanan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan disebabkan Karyawan PT Global Berdikari Jaya dapat memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan sehingga Pelanggan dapat meyakinkan produk dari PT Global Berdikari Jaya adalah yang terbaik kepada

orang lain. Selain itu, PT Global Berdikari Jaya juga menepati janji yang telah disampaikan sebelumnya kepada pelanggan saat menawarkan jasa ini menyebabkan pelanggan bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli alat berat PT Global Berdikari Jaya. Dan PT Global Berdikari Jaya dapat memberi perhatian secara individu kepada pelanggan tertentu atau special yang sehingga apabila ada kekurangan pada alat berat dari PT Global Berdikari Jaya, pelanggan tidak akan langsung beralih ke perusahaan lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Bara & Prawitowati (2020) yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, penelitian Panday & Nursal (2021) yang menyatakan bahwa *Service Quality partially have a positive and significant effect on Customer Loyalty*, penelitian Joudeh & Dandis (2018) dan Masitoh yang menyatakan bahwa *Service Quality have a significant effect on Customer Loyalty*, dan penelitian Darmawan, & Sinambela (2017) yang menyatakan bahwa *Service quality significantly influence customer loyalty*.

4.2.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya dapat diterima atau H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.

Hasil penelitian yang menyatakan Kepercayaan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan disebabkan pelanggan merasa PT Global Berdikari Jaya sudah dapat membantu masalah pembelian alat berat sehingga Pelanggan bersedia meyakinkan produk dari PT Global Berdikari Jaya adalah yang terbaik kepada orang lain. Pelanggan juga merasa PT Global Berdikari Jaya telah menjual alat berat sesuai dengan harapan pelanggan yang menyebabkan pelanggan bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli alat berat PT Global Berdikari Jaya. Selain itu, pelanggan merasa alat berat dari PT Global Berdikari Jaya sudah merupakan produk terpercaya di Medan dan banyak digunakan di beberapa perusahaan sehingga apabila ada kekurangan pada penjualan atau penyewaan alat berat dari PT Global Berdikari Jaya, pelanggan tidak akan langsung beralih ke perusahaan lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fakhruddin (2020) yang menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, penelitian Faranisa, Sudjiono, & Girahani (2018) yang menyatakan Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan dan Masitoh, Darmawan, & Sinambela (2017) yang menyatakan bahwa *Trust has a significant effect on customer loyalty*.

4.2.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya dapat diterima atau H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel Kepuasan

Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.

Hasil penelitian yang menyatakan Kepuasan Pelanggan mempengaruhi Loyalitas Pelanggan disebabkan kualitas alat berat sudah sesuai dengan harapan pelanggan sehingga pelanggan bersedia meyakinkan produk dari PT Global Berdikari Jaya adalah yang terbaik kepada orang lain. Pelanggan juga mendapatkan variasi program pelayanan pembelian alat berat dari PT Global Berdikari Jaya yang menyebabkan Pelanggan bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli alat berat PT Global Berdikari Jaya. Selain itu, pelanggan selalu memakai layanan atau produk PT Global Berdikari Jaya secara berulang sehingga apabila ada kekurangan pada alat berat dari PT Global Berdikari Jaya, pelanggan tidak akan langsung beralih ke perusahaan lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fakhruddin (2020) yang menyatakan bahwa Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, penelitian Bara & Prawitowati (2020) yang menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, penelitian Panday & Nursal (2021) yang menyatakan bahwa *Customer Satisfaction partially have a positive and significant effect on Customer Loyalty* dan penelitian Joudeh & Dandis (2018) yang menyatakan bahwa *Customer Satisfaction have a significant effect on Customer Loyalty*.

4.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya dapat diterima atau H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya.

Pada pengujian koefisien determinasi menunjukan bahwa cukup kuat hubungan antara variabel Inovasi dan Lokasi Usaha dengan Keputusan Pembelian diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) mempunyai nilai sebesar 0,738 artinya 73,8% variabel Loyalitas Pelanggan hanya dapat dijelaskan variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan dan sisanya sebesar 26,2% variabel Loyalitas Pelanggan dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian seperti Harga dan Promosi.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian sebagai berikut:

5. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.
6. Berdasarkan analisis pengujian hipotesis secara parsial (Uji t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Berarti hipotesis pertama diterima.
7. Berdasarkan analisis pengujian hipotesis secara parsial (Uji t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Berarti hipotesis kedua diterima.
8. Berdasarkan analisis pengujian hipotesis secara parsial (Uji t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Berarti hipotesis ketiga diterima.
9. Berdasarkan analisis pengujian hipotesis secara simultan (Uji F), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan,

Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya. Berarti hipotesis keempat diterima.

10. Koefisien determinasi tentang variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan dapat menjelaskan keterkaitan dengan Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya cukup kuat.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka implikasi manajerial dalam penelitian dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. PT Global Berdikari Jaya harus mempertahankan Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan, karena :
 - a. PT Global Berdikari Jaya mempertahankan kesediaan melakukan pemeriksaan pada konsumen saat melakukan transaksi agar Loyalitas Pelanggan dapat dipertahankan.
 - b. PT Global Berdikari Jaya wajib memperhatikan karyawan yang melayani pelanggan dalam melakukan transaksi agar pelanggan lebih yakin dengan penjualan alat berat dan loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan.
2. PT Global Berdikari Jaya harus mempertahankan Kepercayaan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan, karena :
 - a. PT Global Berdikari Jaya lebih fokus mempertahankan pengetahuan karyawan tentang alat berat melalui pelatihan kerja agar pelanggan lebih percaya saat melakukan transaksi alat berat dan loyalitas dapat

dipertahankan.

- b. PT Global Berdikari Jaya dapat lebih memperhatikan informasi tentang alat-alat berat yang ditawarkan sesuai dengan kondisi PT Global Berdikari Jaya agar keyakinan pelanggan meningkat dan loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan lagi.
3. PT Global Berdikari Jaya harus mempertahankan Kepuasan Pelanggan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan, karena :
 - a. PT Global Berdikari Jaya harus tetap melakukan promosi kepada pelanggan meskipun ada rekomendasi dari pelanggan agar pelanggan lebih loyal terhadap PT Global Berdikari Jaya agar loyalitas pelanggan dapat dipertahankan.
 - b. PT Global Berdikari Jaya wajib meningkatkan pemeriksaan harga alat berat dari perusahaan sejenis, variasi merek yang ditawarkan dan kualitas alat berat serta iklan alat berat agar loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan.

5.3 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Menambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya selain variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan misalnya Harga, Kualitas Produk, dan Promosi.

2. Perluasan Cakupan Geografis

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena pembagian angket hanya diambil dari satu tempat saja yaitu PT Global Berdikari Jaya saja. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas cakupan wilayahnya misalnya perusahaan sejenis atau rekanan yang berada dibidang penjualan atau penyewaan alat berat.

DAFTAR PUSTAKA

- Albani, A., & Hafasnuddin. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Di Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan JNE Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* Vol. 7, No. 2, 319-333.
- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismaliyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.

- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.
- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.

- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpil Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.
- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinso Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.

- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikit Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

Lampiran 1

Lembaran Kuesioner

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT GLOBAL BERDIKARI JAYA

Dalam rangka penyelesaian skripsi, maka saya akan membagikan kuesioner kepada Bapak/Ibu untuk diisi untuk keperluan skripsi tersebut. Atas bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini dengan baik dan benar saya ucapkan terima kasih.

Untuk mengisi kuesioner ini pendapat bapak/ibu diukur dengan skor berikut ini :

Keterangan	Skor
STS : Sangat Tidak Setuju	1
TS : Tidak Setuju	2
KS : Kurang Setuju	3
S : Setuju	4
SS : Sangat Setuju	5

I. Identitas Responden

- a. Pekerjaan : ☐ Pengusaha ☐ Karyawan Swasta
☐ Lainnya
- b. Pendapatan Per Bulan : ☐ < Rp. 10 Juta ☐ Rp. 10 – 15 juta
☐ > Rp. 15 Juta
- c. Lama Menjadi Pelanggan : ☐ < 1 tahun ☐ 1 – 3 tahun
☐ > 3 tahun

II. Kuesioner

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara.

Kualitas Pelayanan (X_1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Keandalan						
1	Karyawan PT Global Berdikari Jaya memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan					
2	PT Global Berdikari Jaya menepati janji yang telah disampaikan sebelumnya kepada pelanggan saat menawarkan jasa ini					
Jaminan						
1	PT Global Berdikari Jaya menjamin keamanan saat bertransaksi					
2	Karyawan PT Global Berdikari Jaya bersikap sopan dan menjelaskan dengan baik jika ada pertanyaan dari pelanggan					
Responsivitas						
1	Karyawan/Tehnisi PT Global Berdikari Jaya selalu merespon cepat komplain maupun kebutuhan pelanggan					
2	Karyawan/Tehnisi PT Global Berdikari Jaya bisa memberikan layanan cepat kepada pelanggan.					
Empati						
1	PT Global Berdikari Jaya memberi perhatian secara individu kepada pelanggan tertentu atau special					
2	Karyawan PT Global Berdikari Jaya dapat diharapkan untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan					
Wujud						
1	Karyawan PT Global Berdikari Jaya bertugas dengan penampilan pakaian yang bagus dan tampak rapi					
2	Penampilan fasilitas fisik PT Global Berdikari Jaya ini sesuai dengan jenis layanan yang disediakan					

Kepercayaan (X₂)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Niat Baik (Benevolence)						
1	Pelanggan merasa PT Global Berdikari Jaya dapat membantu masalah pembelian alat berat					
2	Pelanggan merasa PT Global Berdikari Jaya dapat menjual alat berat sesuai dengan harapan pelanggan					
Integritas (Integrity)						
1	Pelanggan merasa alat berat dari PT Global Berdikari Jaya mempunyai reputasi yang bagus					
2	Pelanggan merasa alat berat dari PT Global Berdikari Jaya merupakan produk terpercaya di Medan					
Kompetisi (Competence)						
1	Pelanggan merasa keterampilan karyawan PT Global Berdikari Jaya sudah baik atau mumpuni					
2	Pelanggan merasa pengetahuan karyawan PT Global Berdikari Jaya sudah baik dalam memberikan pelayanan					

Kepuasan Pelanggan (X₃)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Konfirmasi harapan						
1	Kualitas alat berat sudah sesuai dengan harapan pelanggan					
2	Pelanggan mendapatkan variasi program pelayanan pembelian alat berat dari PT Global Berdikari Jaya					
Minat pembelian ulang						
1	Pelanggan akan kembali konsisten menggunakan layanan/produk dari PT Global Berdikari Jaya					
2	Pelanggan selalu memakai layanan atau produk PT Global Berdikari Jaya secara berulang					
Kesediaan untuk merekomendasi						
1	Pelanggan merekomendasikan kepada orang lain agar tidak berpindah dari produk PT Global Berdikari Jaya ke produk lain					
2	Pelanggan akan merekomendasikan PT Global Berdikari Jaya kepada teman, keluarga dan rekan pelanggan					

Loyalitas Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Mengatakan hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain						
1	Pelanggan selalu mengatakan hal yang positif tentang PT Global Berdikari Jaya kepada orang lain					
2	Pelanggan meyakinkan produk dari PT Global Berdikari Jaya adalah yang terbaik kepada orang lain					
Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran						
1	Pelanggan akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli alat berat PT Global Berdikari Jaya					
2	Pelanggan akan selalu mendorong teman atau kenalan anda untuk selalu menggunakan alat berat dari PT Global Berdikari Jaya					
Mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama dalam melakukan pembelian jasa						
1	Bila ada kekurangan pada alat berat dari PT Global Berdikari Jaya, pelanggan tidak akan langsung beralih ke perusahaan lain					
2	Pelanggan tidak akan berpindah membeli alat berat dari PT Global Berdikari Jaya, meskipun produk dari perusahaan lain menawarkan harga yang lebih murah					
Melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan beberapa tahun mendatang						
1	Pelanggan selalu membeli ulang produk yang diinginkannya di PT Global Berdikari Jaya					
2	Pelanggan akan kembali menggunakan produk dan layanan dari PT Global Berdikari Jaya					

TERIMA KASIH

Lampiran 2

DATA PELANGGAN PT GLOBAL BERDIKARI JAYA TAHUN 2018 – 2022

No	KODE	NAMA CUSTOMER
1	20020	ABDAL WAHYUDISTIRA
2	17073	ABDI SITEPU
3	A0439	ABDUL JALIL
4	20102	ABDUL LATIF
5	18020	ABDUL MANAP
6	20175	ABDUL MUKHTI
7	21278	ABDUL RAZAK
8	18199	ABDUL ROHIM HARAHAP, SE
9	20098	ABDUL WAHYU YUDISTIRA
10	21090	ABRAR MUDA
11	17367	ADI WIJAYA
12	22125	ADIL BANCIN H
13	17400	AGAM PATRA
14	19145	AGAM ZAMHUR
15	18060	AGUS FITRIADI PANGGABEAN
16	21131	AGUS SALIM
17	18143	AGUS SUSANTO
18	21061	AGUS SUWARDIN SIREGAR
19	20199	AGUSTINUS
20	22300	AHMAD ARDIANSYAH
21	17449	AHMAD QORY AYATULLAH
22	18161	AIDY FAIRIZAL
23	18156	AKIR MUDA HOD NASUTION
24	19039	AKUEK
25	21250	ALLDO REVIN RANDHALL SEMBIRING
26	18041	ALPIN ROJAG
27	18480	AMIRUDDIN
28	19321	ANDI AHMAD WIJAYA, SE
29	19245	ANDRI KURNIAWAN, A.Md
30	18206	ANDY
31	22066	ANDY,SST.PAR
32	21122	ANIS FURIYANTO
33	18167	ANTURI
34	18117	ANWAR EFENDY KHOO
35	22324	ARIF RAHMAN NASUTION
36	18435	ARNANDO MARADONA SIAHAAN

No	KODE	NAMA CUSTOMER
37	19144	ASENG GALANG
38	18009	ASEP TAUFIK
39	20048	ASMEN
40	17404	AUTO MOBIL
41	21294	AYREN NATALIA
42	526	AZWIN
43	18116	BAKHTIAR PANJAITAN
44	17332	BAMBANG SURONO
45	22206	BERNANDO AGINTA TARIGAN
46	18501	BOBBY SETIAWAN
47	22307	BORNEO MULIA TRAKTOR
48	19288	BOY MAN
49	21067	BUDI KURNIAWAN
50	22315	BUDI UTOMO
51	A0356	BUDI WIJAYA
52	19049	BURHAN
53	18140	CARBELLA RIZKAN
54	19254	CHANDRA HALIM
55	18486	CHANDRA WIJAYA
56	21010	CHRISTOPER IMANTAKA WILLIAM
57	20072	CITRA RASITA TARIGAN
58	22181	CV MULIA ABADI
59	20152	CV. ABADI MAKMUR SEJAHTERA
60	17299	CV. AMAN DJAYA
61	16233	CV. BINTANG GEMILANG
62	17369	CV. INDO BUANA RAYA PERKASA
63	22111	CV. JASA SAHABAT ABADI
64	21216	CV. KARYA MAKMUR
65	22205	CV. LESTARI JAYA PURNAMA
66	18153	CV. SARANA BINA SUKSES
67	17423	CV. SEJAHTERA
68	19201	CV. SUMATERA AGRO SAWITA
69	19217	CV. TEKNIK SUKSES MANDIRI
70	17062	CV. WARMARE JAYA MANDIRI
71	22213	CV. WILLIAM JAYA KONSTRUKSI
72	22204	CV.BINA PERSADA LINGKUNGAN
73	17439	CV.BUMI SEJAHTERA
74	17445	CV.GINTING JAYA
75	21193	CV.GLOBAL PUTRA
76	19007	CV.METTA KARUNA

No	KODE	NAMA CUSTOMER
77	19290	CV.NIAGA TRAKTOR UTAMA
78	21202	CV.SATRIA
79	22086	CV.TRI PUTRA JAYA
80	18010	DADI KOSWARA
81	18488	DANIEL CITRA PURBA
82	19196	DARNA TARIGAN
83	20147	DARWIN SITOMPUL
84	21069	DEAN EDWARD
85	22274	DEDI SILITONGA
86	17153	DENNY
87	22139	DEVICTOR SANDRA
88	20196	DHARMA ELFRISON SITUMORANG
89	22036	DIDIK WAHYUDI
90	20079	DINAMALA MITRA LESTARI
91	18002	DODY SUKARTA
92	17375	DOLATTA TARIGAN, SE
93	16081	DONI WITANTO
94	18454	dr. SUHARDI M. YUNUS
95	18171	DRS. ARNES TARIGAN
96	17182	DRS. RAJA PANGIHUTAN SIRAIT
97	19092	DRS.KETUT UNTUNG YOGA,SH.MM
98	18093	EDI IRWANI
99	19306	EDI SUCIPTO
100	18179	EDI WARDUS TURNIP SIP
101	18481	EDISON SITEPU
102	15286	EDWIN MASLAN PANJAITAN
103	21059	EDY
104	19150	EDY KHO
105	19305	EDY LION
106	A0312	EFFENDI
107	17207	EKO GODI SUGIANTO,ST.
108	19218	EKO HARTANTO
109	22378	ELWIN
110	19237	ELY
111	21212	ERIX
112	21303	ERIZAL SITINJAK
113	16292	FAISAL
114	18165	FAJAR SYAH PUTRA
115	19215	FATIKHATUL MUBAROKAH
116	18512	FAUZI

No	KODE	NAMA CUSTOMER
117	22051	FERI
118	22095	FERRY
119	15089	FIKI AULIA
120	18030	FIRMAN
121	21003	GATOT FEBIANTO
122	15082	GLOBAL INTERNIAGA INDONESIA (GII)
123	20181	GO CING YU, SE
124	21096	GUNUNG SIREGAR
125	17441	H. ABDUL AZIZ, SE
126	17116	H. ASWIN
127	17041	H. FAISOL.HR
128	16069	H. FATHANI
129	17368	H. M. JAMIN IDHAM, SE
130	17220	H. RAJAMIN HASIBUAN
131	17380	H. TEUKU MAHYUDDIN
132	17378	H. USMAN ALI
133	22141	HADIA MORA
134	19010	HANAFIAH
135	17384	HARKAT HASIBUAN
136	19268	HARMIUS
137	18086	HASAN
138	17443	HASAN AMIN NASUTION
139	18006	HASAN BUJANG
140	18431	HASAN NURDIN AB
141	21189	HASIAN TAMBUNAN
142	19035	HELMY SUKRAN
143	21095	HENDI DWI SAPUTRA
144	17403	HENDRA SILAEN
145	18001	HENDRI FENDI
146	21312	HENDRI MULIANA
147	17079	HENDRY HERMANTO
148	18092	HERBETSON BATUBARA
149	15114	HERMANTA PERANGIN ANGIN, SPD
150	18005	HERU PUANDARI
151	22035	HIMA ARYA PRATAMA
152	21104	HIRA IRAWAN
153	18205	HT. MAHYUDDIN
154	22106	HUSIN KADERI
155	18035	HUSLAIMI
156	21183	I GDE AGUS SUARYA PUTRA

No	KODE	NAMA CUSTOMER
157	21307	I NENGGAH SUNARTA ADIWIGUNA, SE
158	22098	IDRIS
159	22143	IDUL FITRI TARIGAN
160	21054	IKA YUSNASARI NASUTION
161	21309	IR YULIANTO KURNIAWAN
162	18432	IRMAN
163	19252	IRVAN HARYANTO
164	15236	IRWAN SYARIFUDDIN, SE
165	22138	IRWANSYAH
166	22202	ISMAIL AMIN
167	22273	ISMET TIMPURNI
168	18122	JAFARUDDIN HUSIN
169	19037	JAMALUDDIN POHAN
170	20204	JAMALUS
171	20080	JAMIL UDDIN
172	21008	JANSEN PATANGGU
173	18182	JAP KIAN LAM, HENDRA WIJAYA
174	21149	JENTON SIMBOLON
175	19081	JHON SALTER ROYAL
176	19101	JIMMY CHANDRA
177	19272	JISMAN TARIGAN
178	21314	JOHAN
179	17140	JOHAN MULIA
180	20132	JOHANES
181	22040	JOHANSYAH
182	22115	JOJO EFFENDIE BUDIMAN
183	20034	JOKO SUTRISNO
184	18108	JONI
185	19095	JONNY TAMBUNAN
186	20096	JONNY TANDIYONO
187	18500	JONNY ZEBUA
188	18507	JUFRI LATIP
189	22297	JULHAM RAMADON
190	20103	JULIHANA
191	21094	JUMIRAN
192	21215	JUNAWAR
193	21232	KASMANI
194	19204	KAWI SUTOMO
195	19232	KHAIRIL ANWAR
196	20043	KOK HUA YOLIH

No	KODE	NAMA CUSTOMER
197	22002	KONG WIE
198	19126	KURDY KUSMANTO
199	19084	KUTENTA GINTING
200	19074	LIE JOHAN LINARDY TALIB
201	21191	LIM LAM HAI
202	21009	LINAWATI
203	18031	LINDUNG PITUA HASIROLAN SIHOMBING
204	22150	LUKMAN HIRAWAN
205	17163	MAKMUN SUKARMAN
206	530	MAKMUR MARPAUNG
207	18490	MANIRUN
208	19108	MARKONI TARIGAN
209	20071	MARSUDIN
210	21079	MARTUNIS.HS
211	20028	MARYADI, S.T
212	19115	MARZUKI SYAHNURAKHMAT
213	17106	MAS ARIADI
214	22147	MASHUD
215	17216	MAWARDI
216	367	MHD. AKHIRUN PILIANG
217	18489	MIMY IRAWATY SIBURIAN
218	18261	MISRAN ANGKASA
219	21169	ITSUMI LEASING
220	20001	MOH TAROM
221	20097	MUH AZIZ EFFENDI
222	17296	MUHAMMAD ALI PASARIBU
223	17429	MUHAMMAD RAMADHANA
224	18158	MUHARRAM
225	17315	MUKHLIS, AMd
226	17424	MUNAR MUNTHER
227	20087	MURHABAN
228	21077	MUSNI HAFAS
229	19216	MUSTAQIM H
230	22342	NASAN
231	20178	NASIB
232	18200	NAZARUDDIN
233	18044	NAZARUDDIN DEK GAM
234	19303	NGADINO, ST
235	18003	NOFI HERYANTO
236	18198	NORMAN

No	KODE	NAMA CUSTOMER
237	19170	NOVIA RISMAN
238	18024	ODI YANTA SITEPU
239	19107	OTO BID INDONESIA
240	18146	PATAR SIMBOLON
241	21165	PERDANA FERDIANTO
242	18494	PETRUS MAPALI
243	17117	PP - SENECA KONSORSIUM
244	16253	PT BANGKA AGRO MANDIRI
245	17003	PT. ABAD JAYA ABADI SENTOSA
246	18471	PT. ACEH TRUMON ANUGERAH KITA
247	17305	PT. AGRO WIRA LIGATSA
248	17366	PT. ALAM RAYA SURYA INDAH
249	18193	PT. ANAK LAUT INDAH
250	18469	PT. ANDALAN CAHAYA MANDIRI
251	18139	PT. ANEKA SARANA LESTARINDO
252	16426	PT. ANTARINDO WAHANA CARGO
253	19129	PT. ASDA
254	19118	PT. BALAI LELANG SERASI
255	18268	PT. BANGUN CIPTA KONTRAKTOR
256	18475	PT. BERJAYA KALIMANTAN TRANSPORT
257	19281	PT. BERKAT ACI MULIA
258	19051	PT. BLANG SEUNONG RAYA
259	20157	PT. BLANGKARA RAYUEK
260	15318	PT. BOHANA JAYA NUSANTARA
261	19090	PT. BRI MULTIFINANCE INDONESIA
262	18069	PT. BUGAK BRAWANG CEMERLANG
263	22355	PT. BUMI BERKAH CAKRAWALA
264	16323	PT. BUMI DAYA ABADI
265	18477	PT. BUMI DAYA KENCANA
266	18484	PT. BUMIPUTERA MAHA TERPERCAYA
267	22230	PT. CAHAYA PERMATA AJRIYA
268	22290	PT. CELEBES BETON INDONESIA
269	15009	PT. CHANDRA TRANSPORTASI NUSANTARA
270	19326	PT. CITRA GUNUNG MAS
271	19139	PT. CRANINDO YAMA PERKASA
272	18036	PT. DAKA MEGA PERKASA
273	17297	PT. DASATAMA SEJAHTERA ABADI
274	20082	PT. DELI CITRA KENCANA
275	21203	PT. DJASA AUTOTRANS
276	19072	PT. DUTAVARIA PERTIWI

No	KODE	NAMA CUSTOMER
277	19077	PT. ESINDO RIZKY BUANA
278	18467	PT. GALATTA LESTARINDO MEDAN
279	17012	PT. GASHABAT SUKSES MANDIRI
280	17437	PT. GIOVANI ABADI SENTOSA
281	18160	PT. GLOBAL BERDIKARI JAYA
282	19117	PT. GLOBAL INTERNIAGA INDONESIA
283	18087	PT. GLOBAL SARANAMESIN MANDIRI
284	22285	PT. GRAHA CATUR PERSADA
285	21198	PT. HIKMAH ESA RESTU ABADI
286	15017	PT. HONGYUN JAYA
287	22239	PT. IMA MONTAZ SEJAHTERA
288	20127	PT. IRA JAYA SATRIA
289	21200	PT. KARYA ANUGERAH BERSAMA PERMAI
290	18240	PT. KARYA KONSTRUKSI
291	15379	PT. KOETA RADJA
292	18476	PT. KUTAI PERKASA PRATAMA
293	18043	PT. LEMBAH ALAS
294	17379	PT. MADINA AGRO LESTARI
295	21134	PT. MANOKWARI MANDIRI LESTARI
296	21188	PT. MAS EXPEDISI PERKASA
297	21044	PT. MEDAN BETON TEGUH PERKASA
298	21283	PT. MEDAN SMART JAYA
299	22250	PT. MESTIKAPRIMA LESTARIINDAH
300	21284	PT. MEUGAH ASAI KANA
301	17306	PT. MITRA BETON ABADI
302	17215	PT. MODERN WIDYA TEHNICAL
303	22222	PT. MON JAMBEE
304	16291	PT. MULTIJAYA MEGA TRANSINDO
305	17451	PT. NAVIRI MULTI KONSTRUKSI
306	15377	PT. NETRALINDO JAYA MANDIRI
307	19055	PT. NIAT KARYA
308	22244	PT. P D P P ASDA
309	18104	PT. PALUTA INTI SAWIT
310	21155	PT. PERKEBUNAN SINAI TELAGA ZAM ZAM
311	15131	PT. PERKEBUNAN TUALANG RAYA
312	19058	PT. PERUSAHAAN BONGKAR MUAT LAMBANG JAYA BARITO
313	19173	PT. PILAR ARTHA OETAMA
314	21017	PT. PRIMA MAS INDONESIA
315	21192	PT. PRIMAPACK MITRA UTAMA

No	KODE	NAMA CUSTOMER
316	19295	PT. RAHMAT PERKASA
317	17422	PT. RAJASA MITRA ABADI
318	18057	PT. RAPI ARJASA
319	18159	PT. RASITA SURYA MULIA
320	20069	PT. RUMAH BERNEH
321	21042	PT. SABARITHA PERKASA ABADI
322	22011	PT. SABENA SARANA PERKASA
323	20089	PT. SAHABAT JAYA TIO PERKASA
324	20177	PT. SAHABAT TERNAK JAYA
325	17442	PT. SARANG MAS MURNI
326	21098	PT. SARI INTERNASIONAL GROUP
327	19097	PT. SAWITTA JAYA LAU PAKAM
328	17377	PT. SEMESTA TRANSPORTASI LIMBAH INDONESIA
329	18014	PT. SEURAMOE AGRO PERSADA
330	21074	PT. SHENIJU SURYA MULIA
331	16030	PT. SUMBER REZEKI ALAM
332	21235	PT. SUMBER REZEKY BARU
333	18017	PT. SURYA AGUNG JAYA
334	18272	PT. TRANS JAYA SUMATERA
335	17077	PT. TRI PUTRA ERGUNA
336	22286	PT. TRIYAGAN HARMET PERKASA
337	18448	PT. UJONG NEUBOK DALAM
338	22261	PT. WIMALA NUSANTARA JAYA
339	20185	PT. WINGS SEJATI
340	17426	PT. WIRADJAJA PRIMA KENCANA
341	22183	PT.BANGUN TATA BANUA
342	20084	PT.BUMI TAMIANG SENTOSA
343	21099	PT.DINAR KALIMANTAN COAL
344	MK-006	PT.GLOBAL BERDIKARI JAYA-AMPLAS
345	A0470	PT.GRAND INDO PERKASA
346	21219	PT.KOTEKA PUTRA
347	21262	PT.MITRA SEJAHTERA BORNEO PASIFIK
348	22057	PT.ROYALTAMA MULIA KONTRAKTORINDO
349	22173	PT.TIAN TUJUHPUULUH UTAMA
350	16037	PT.UNEFECO
351	19313	RAMLI MARCHUS
352	20017	RIDWAN ISMAIL
353	21001	RISMAWAN ANGGAJI
354	22102	RISO SAPUTRA
355	18078	RISYANTO

No	KODE	NAMA CUSTOMER
356	21053	RIVALDO SHEVA OKTAPIERO
357	18210	RIZKY SYAHPUTRA
358	21032	ROBBY KAILIMANG
359	21304	ROBBY TJAJADI
360	20019	ROGANDA MARTUA TAMBA
361	15036	ROGER TANTONO
362	18246	ROJI SAPUTRA
363	16381	ROSMAIDY
364	22174	ROVEL HERDHILA
365	21132	ROY PARULIAN SAGALA
366	17406	RUDI
367	15055	RUDI SUSANTO SE
368	22101	RUDY TANUJAYA
369	16173	RUSDI
370	A0495	RUSLI
371	21146	SABARUDDIN
372	22042	SADIMAN DJAJA
373	15167	SAHRUDDIN
374	17185	SAIFUDDIN
375	20169	SAIFUL HUSAIN
376	21277	SALMI
377	21091	SAMSUAR ADI
378	18132	SAMSUL
379	19258	SAMSUL BAHRI KASEM
380	21224	SANNY PATANGGU
381	461	SANUSI M.ALI
382	19094	SAPRIANTO
383	22187	SARDIYANTO
384	20113	SARLI LINGGA H
385	18155	SATJAN HASUDUNGAN SIHOMBING
386	21225	SATRIA ABADI
387	18124	SENG HUI
388	21006	SETO
389	17395	SIKAP TARIGAN, SH
390	18119	SOFYAN HASAN
391	18258	SOFYAN PAKEH
392	20208	SOFYAN UMAR
393	22018	SONDANG ELIDA TAMBUNAN
394	17278	SONI
395	21199	SOPIAN MACHMUD

No	KODE	NAMA CUSTOMER
396	19023	STEVEN DELANO STARLEE
397	22021	SUDIARJO
398	18033	SUGIANTO
399	A0403	SUGIARDI
400	22023	SUGUN PURWANTO
401	21126	SUHENDRA
402	18028	SUKENDAR
403	18052	SULAIMAN SUFI
404	19191	SUMITO
405	18226	SUN ANTO
406	19165	SURYA AGUS KULIANA
407	19316	SURYA BAKTI SH. MM
408	16237	SURYANTO
409	19149	SUTANTO
410	21106	SUTRISNO
411	18487	SUWARDI, SE
412	18094	SUYADI
413	21137	SYAFRIJAL PIKAL
414	18243	SYAMSUDDIN WARUWU
415	20085	SYEH MUSLEM
416	21207	SYUKRIZAL SYUKUR
417	413	T FAISAL LIZAM
418	21092	T. DEDI ANDRIANTA
419	18450	T. FAJAR MULIA RAMADHAN
420	17302	T. SOFYAN SULAIMAN
421	17425	T. SUFARLI
422	18025	TAHAPRI
423	22203	TAN KENG LIAM
424	19147	TAPIAN NAULI MALAU
425	19197	TAUFAN SATRIA
426	22185	TAUFIK HALIM
427	19300	TAUFIQ ARI WIBOWO
428	18491	TEK KIAN
429	21164	THIO DAVID
430	19271	TINO MIMANA SINURAYA
431	21186	TIOMIN PASARIBU
432	20109	TJUNG HON ALS JOHAN
433	22299	TOGI SAHAT SILITONGA
434	21135	TONI SUSANTO HADI
435	18499	TRI ANDONO

No	KODE	NAMA CUSTOMER
436	21136	TRI SUGIANTO
437	17436	UBAD
438	17129	USMAN
439	18511	WAGE NAINGGOLAN
440	22318	WAHYU ERI KURNIA SAPUTRA
441	21239	WARJIN
442	19301	WARJONO
443	21041	WEMMI SUTANTO
444	20015	WIDOWATI.DSS
445	19110	WILLY NUGROHO NG
446	17249	WILSON
447	21039	YANG MOBIL
448	18508	YANTO
449	21228	YOHANES YUDISTIRA
450	22235	YOKO SIMA, S.S
451	16284	YOS FAIZAL
452	16428	YOS FAIZAL
453	20179	YULI HARTONO
454	18510	YUNADI
455	18115	YUNIFARDARMA
456	20090	YUNIFARDARMA
457	17217	YUSDI
458	22048	YUSWARDI
459	21063	ZIAURRAHMAN
460	A0091	ZULKARNAINI BINTANG

Lampiran 3

Data Tabulasi 30 Responden

Kualitas Pelayanan (X₁)

No Responden	Kualitas Pelayanan										
	Pernyataan										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	34
2	3	4	2	2	2	3	4	4	3	2	29
3	2	4	4	4	4	2	4	4	2	3	33
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
5	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	27
6	3	2	3	3	3	2	3	3	4	2	28
7	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	25
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
9	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	35
10	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	35
11	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	35
12	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	35
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
14	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
15	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	23
16	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	29
17	2	1	1	3	1	2	1	2	2	2	17
18	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	35
19	2	2	4	3	4	4	2	2	4	4	31
20	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	35
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	35
23	3	3	2	2	2	2	4	2	2	2	24
24	3	1	1	1	1	3	1	3	3	3	20
25	5	5	1	1	1	1	5	1	1	1	22
26	2	3	3	4	3	2	3	2	2	2	26
27	2	4	2	2	2	4	2	4	4	4	30
28	1	2	3	3	3	2	3	3	2	2	24
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
30	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38

Kepercayaan (X₂)

No Responden	Kepercayaan						
	Pernyataan						Total
1	4	4	3	3	4	3	21
2	2	2	4	3	2	2	15
3	3	3	4	4	4	4	22
4	2	2	2	2	2	2	12
5	3	3	3	2	3	3	17
6	3	2	2	5	3	3	18
7	2	3	2	2	2	2	13
8	4	3	3	3	3	3	19
9	3	4	3	3	3	3	19
10	3	3	3	4	3	3	19
11	3	4	4	4	4	4	23
12	3	2	4	3	3	3	18
13	2	3	3	3	3	3	17
14	3	3	3	3	4	3	19
15	4	2	2	3	3	2	16
16	3	2	3	2	4	3	17
17	2	2	2	2	3	1	12
18	3	4	4	4	3	4	22
19	2	3	2	3	3	4	17
20	2	2	3	4	4	4	19
21	3	3	4	3	4	4	21
22	4	4	3	3	3	3	20
23	2	2	2	3	2	2	13
24	3	2	3	3	1	1	13
25	3	3	1	1	1	1	10
26	4	3	2	2	4	3	18
27	3	4	2	4	2	2	17
28	3	3	2	4	3	3	18
29	4	4	3	3	3	3	20
30	3	3	3	4	4	4	21

Kepuasan Pelanggan (X₃)

No Responden	Kepuasan Pelanggan						
	Pernyataan						Total
1	3	4	4	3	3	3	20
2	3	2	2	3	3	3	16
3	2	3	3	2	2	2	14
4	2	2	2	2	2	2	12
5	3	2	2	3	3	2	15
6	3	2	3	3	3	3	17
7	3	2	2	3	3	2	15
8	3	4	4	3	3	4	21
9	4	3	3	3	3	3	19
10	4	4	3	4	4	3	22
11	3	4	3	3	3	3	19
12	3	2	3	3	3	3	17
13	3	3	2	3	3	3	17
14	4	3	4	4	4	4	23
15	2	4	2	2	2	2	14
16	3	2	2	2	2	3	14
17	2	2	2	2	1	2	11
18	3	4	3	3	3	3	19
19	4	3	4	4	2	2	19
20	4	4	2	4	4	4	22
21	4	4	4	4	4	3	23
22	3	4	4	3	3	3	20
23	4	4	2	4	4	4	22
24	4	3	3	3	4	2	19
25	3	3	3	4	3	3	19
26	3	4	3	3	3	4	20
27	4	3	4	3	4	3	21
28	2	2	3	3	2	2	14
29	3	4	4	4	4	3	22
30	4	3	3	3	3	4	20

Loyalitas Pelanggan (Y)

No Responden	Loyalitas Pelanggan								
	Pernyataan								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	3	3	3	3	3	4	4	27
2	3	4	3	3	3	4	3	3	26
3	2	4	4	3	4	2	4	2	25
4	2	2	2	2	2	2	2	2	16
5	2	3	2	2	2	3	3	2	19
6	1	5	5	5	5	2	2	3	28
7	2	3	2	2	2	3	3	2	19
8	3	3	3	3	3	3	3	3	24
9	3	4	3	3	3	4	4	3	27
10	3	3	4	4	4	3	4	3	28
11	3	4	4	4	4	4	3	4	30
12	4	3	3	3	3	4	3	3	26
13	3	3	3	3	3	3	3	3	24
14	3	3	3	3	3	3	3	3	24
15	2	2	3	3	3	2	3	2	20
16	3	3	2	2	2	3	2	3	20
17	2	1	2	2	2	2	1	1	13
18	4	3	4	4	4	3	3	3	28
19	2	2	4	4	4	2	4	2	24
20	4	3	3	3	3	4	3	4	27
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	3	4	4	4	4	3	4	3	29
23	2	3	4	4	4	2	2	4	25
24	3	1	3	3	3	3	3	1	20
25	1	5	1	1	1	1	1	5	16
26	2	3	2	2	2	2	3	3	19
27	4	2	4	4	4	2	4	4	28
28	2	3	4	4	4	2	3	3	25
29	3	3	3	3	3	3	3	3	24
30	4	3	4	4	4	3	4	4	30

Lampiran 4

Data Tabulasi 214 Responden

Kualitas Pelayanan (X₁)

[illegible]

No Responden	Kualitas Pelayanan										
	Pernyataan										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
40	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	32
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
42	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	34
43	3	4	2	2	2	3	4	4	3	2	29
44	2	4	4	4	4	2	4	4	2	3	33
45	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
46	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	27
47	3	2	3	3	3	2	3	3	4	2	28
48	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	25
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
50	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	35
51	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	35
52	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	35
53	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	35
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
55	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
56	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	23
57	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	29
58	2	1	1	3	1	2	1	2	2	2	17
59	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	35
60	2	2	4	3	4	4	2	2	4	4	31
61	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	35
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	35
64	3	3	2	2	2	2	4	2	2	2	24
65	3	1	1	1	1	3	1	3	3	3	20
66	5	5	1	1	1	1	5	1	1	1	22
67	2	3	3	4	3	2	3	2	2	2	26
68	2	4	2	2	2	4	2	4	4	4	30
69	1	2	3	3	3	2	3	3	2	2	24
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
71	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
72	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	32
73	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	26
74	3	5	2	2	2	3	1	3	3	3	27
75	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	15
76	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	35
77	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	35
78	4	2	2	2	2	2	4	2	2	2	24
79	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	25
80	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	22
81	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
82	3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	29
83	4	3	3	3	3	2	3	4	2	2	29
84	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	36

No Responden	Kualitas Pelayanan										
	Pernyataan										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
85	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	34
86	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	22
87	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	28
88	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	36
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
90	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	35
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
92	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	25
93	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	32
94	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	35
95	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	27
96	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	35
97	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	35
98	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	25
99	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	24
100	3	2	1	3	3	3	2	2	3	3	25
101	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	26
102	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
103	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
104	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
105	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	22
106	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	28
107	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	18
108	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
109	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	26
110	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	36
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
112	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	32
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
114	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	34
115	3	4	2	2	2	3	4	4	3	2	29
116	2	4	4	4	4	2	4	4	2	3	33
117	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
118	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	27
119	3	2	3	3	3	2	3	3	4	2	28
120	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	25
121	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
122	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	35
123	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	35
124	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	35
125	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	35
126	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
127	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
128	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	23
129	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	29

[illegible]

No Responden	Kualitas Pelayanan										
	Pernyataan										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
175	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
176	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
177	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	22
178	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	28
179	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	18
180	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	35
181	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	27
182	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	35
183	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	35
184	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
185	3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	29
186	4	3	3	3	3	2	3	4	2	2	29
187	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	36
188	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	34
189	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	22
190	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	26
191	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	36
192	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
193	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	32
194	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	14
195	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	23
196	4	2	2	2	2	4	2	4	4	2	28
197	1	2	3	3	3	2	3	3	2	2	24
198	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
199	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
200	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33
201	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	26
202	3	5	2	2	2	3	1	3	4	3	28
203	2	2	1	1	1	2	1	1	3	2	16
204	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	35
205	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	34
206	4	2	2	2	2	2	4	2	2	2	24
207	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	25
208	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	22
209	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
210	3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	29
211	4	3	3	3	3	2	3	4	2	2	29
212	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	36
213	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	34
214	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	22

Kepercayaan (X₂)

No Responden	Kepercayaan						
	Pernyataan						Total
1	4	4	3	3	3	4	21
2	3	3	4	3	3	4	20
3	3	3	2	2	2	2	14
4	3	3	1	2	2	2	13
5	2	3	3	2	2	2	14
6	3	3	3	3	3	3	18
7	2	2	3	3	2	2	14
8	3	2	1	1	3	3	13
9	3	3	3	3	4	4	20
10	4	3	4	4	3	3	21
11	2	3	2	3	2	2	14
12	3	3	3	4	2	2	17
13	4	4	3	3	4	4	22
14	4	3	4	3	4	4	22
15	3	4	4	3	3	3	20
16	1	2	2	3	1	1	10
17	3	2	2	3	2	2	14
18	3	4	2	4	2	2	17
19	3	3	2	4	3	3	18
20	3	3	3	3	3	3	18
21	3	2	3	4	4	4	20
22	3	4	4	4	3	4	22
23	3	2	2	3	3	3	16
24	4	4	1	3	2	2	16
25	1	1	1	1	1	1	6
26	4	4	3	4	3	4	22
27	3	3	4	3	3	4	20
28	3	3	2	2	2	2	14
29	3	3	1	2	2	2	13
30	2	3	3	2	2	2	14
31	4	3	3	3	3	3	19
32	3	3	4	3	2	2	17
33	4	4	3	3	3	3	20
34	2	2	3	3	4	4	18
35	4	4	4	4	3	3	22
36	3	3	2	3	2	2	15
37	3	3	3	4	2	2	17
38	4	3	4	3	4	4	22
39	3	4	4	3	4	4	22
40	3	4	4	3	3	3	20
41	3	3	3	3	3	3	18
42	4	4	3	3	4	3	21

No Responden	Kepercayaan						
	Pernyataan						Total
43	2	2	4	3	2	2	15
44	3	3	4	4	4	4	22
45	2	2	2	2	2	2	12
46	3	3	3	2	3	3	17
47	3	2	2	5	3	3	18
48	2	3	2	2	2	2	13
49	4	3	3	3	3	3	19
50	3	4	3	3	3	3	19
51	3	3	3	4	3	3	19
52	3	4	4	4	4	4	23
53	3	2	4	3	3	3	18
54	2	3	3	3	3	3	17
55	3	3	3	3	4	3	19
56	4	2	2	3	3	2	16
57	3	2	3	2	4	3	17
58	2	2	2	2	3	1	12
59	3	4	4	4	3	4	22
60	2	3	2	3	3	4	17
61	2	2	3	4	4	4	19
62	3	3	4	3	4	4	21
63	4	4	3	3	3	3	20
64	2	2	2	3	2	2	13
65	3	2	3	3	1	1	13
66	3	3	1	1	1	1	10
67	4	3	2	2	4	3	18
68	3	4	2	4	2	2	17
69	3	3	2	4	3	3	18
70	4	4	3	3	3	3	20
71	3	3	3	4	4	4	21
72	4	3	4	4	3	3	21
73	2	3	2	3	3	3	16
74	4	4	1	3	2	2	16
75	4	4	2	5	1	1	17
76	4	3	3	4	3	3	20
77	4	3	4	3	4	4	22
78	3	2	2	2	2	2	13
79	2	4	1	2	2	2	13
80	3	3	3	2	2	2	15
81	3	3	3	3	4	3	19
82	4	3	4	3	2	2	18
83	3	4	3	4	3	3	20
84	4	3	3	3	4	4	21
85	3	3	4	4	3	3	20
86	2	2	2	3	2	2	13

No Responden	Kepercayaan						
	Pernyataan						Total
87	3	4	3	2	3	3	18
88	4	3	4	3	4	4	22
89	4	3	4	4	4	4	23
90	2	2	4	4	4	4	20
91	3	3	3	3	3	3	18
92	3	3	3	3	3	2	17
93	2	3	4	4	4	4	21
94	3	2	4	3	4	3	19
95	2	3	3	3	3	3	17
96	3	3	3	3	3	3	18
97	2	2	3	3	4	4	18
98	3	2	2	2	2	2	13
99	3	3	3	3	3	2	17
100	4	3	2	2	3	3	17
101	3	4	4	4	3	3	21
102	3	3	2	4	3	3	18
103	3	3	4	3	3	3	19
104	2	1	4	4	3	3	17
105	3	4	3	3	2	2	17
106	4	3	2	3	3	3	18
107	4	4	3	2	2	2	17
108	3	3	2	2	3	3	16
109	3	3	3	4	2	2	17
110	4	3	4	3	4	4	22
111	3	4	4	3	4	4	22
112	3	4	4	3	3	3	20
113	3	3	3	3	3	3	18
114	4	4	3	3	4	3	21
115	2	2	4	3	2	2	15
116	3	3	4	4	4	4	22
117	2	2	2	2	2	2	12
118	3	3	3	2	3	3	17
119	3	2	2	5	3	3	18
120	2	3	2	2	2	2	13
121	4	3	3	3	3	3	19
122	3	4	3	3	3	3	19
123	3	3	3	4	3	3	19
124	3	4	4	4	4	4	23
125	3	2	4	3	3	3	18
126	2	3	3	3	3	3	17
127	3	3	3	3	4	3	19
128	4	2	2	3	3	2	16
129	3	2	3	2	4	3	17
130	2	2	2	2	3	1	12

No Responden	Kepercayaan						
	Pernyataan						Total
131	3	4	4	4	3	4	22
132	2	3	2	3	3	4	17
133	2	2	3	4	4	4	19
134	3	3	4	3	4	4	21
135	4	4	3	3	3	3	20
136	2	2	2	3	2	2	13
137	3	2	3	3	1	1	13
138	3	3	1	1	1	1	10
139	4	3	2	2	4	3	18
140	3	4	2	4	2	2	17
141	3	3	2	4	3	3	18
142	4	4	3	3	3	3	20
143	3	3	3	4	4	4	21
144	4	3	4	4	3	3	21
145	2	3	2	3	3	3	16
146	4	4	1	3	2	2	16
147	4	4	2	5	1	1	17
148	4	3	3	4	3	3	20
149	4	3	4	3	4	4	22
150	3	2	2	2	2	2	13
151	2	4	1	2	2	2	13
152	3	3	3	2	2	2	15
153	3	3	3	3	4	3	19
154	4	3	4	3	2	2	18
155	3	4	3	4	3	3	20
156	4	3	3	3	4	4	21
157	3	3	4	4	3	3	20
158	2	2	2	3	2	2	13
159	3	4	3	2	3	3	18
160	4	3	4	3	4	4	22
161	4	3	4	4	4	4	23
162	2	2	4	4	4	4	20
163	3	3	3	3	3	3	18
164	3	3	3	3	3	2	17
165	2	3	4	4	4	4	21
166	3	2	4	3	4	3	19
167	2	3	3	3	3	3	17
168	3	3	3	3	3	3	18
169	2	2	3	3	4	4	18
170	3	2	2	2	2	2	13
171	3	3	3	3	3	2	17
172	4	3	2	2	3	3	17
173	3	4	4	4	3	3	21
174	3	3	2	4	3	3	18

No Responden	Kepercayaan						
	Pernyataan						Total
	1	2	3	4	5	6	
175	3	3	4	3	3	3	19
176	2	1	4	4	3	3	17
177	3	4	3	3	2	2	17
178	4	3	2	3	3	3	18
179	4	4	3	2	2	2	17
180	3	2	4	3	4	3	19
181	2	3	3	3	3	3	17
182	3	3	3	3	3	3	18
183	2	2	3	3	4	4	18
184	3	3	3	3	3	3	18
185	2	2	3	3	2	2	14
186	3	2	1	1	3	3	13
187	3	3	3	3	4	4	20
188	4	3	4	4	3	3	21
189	2	3	2	3	2	2	14
190	3	3	3	4	2	2	17
191	4	4	3	3	4	4	22
192	4	3	4	3	4	4	22
193	3	4	4	3	3	3	20
194	1	2	2	3	1	1	10
195	3	2	2	3	2	2	14
196	3	4	2	4	2	2	17
197	3	3	2	4	3	3	18
198	3	3	3	3	3	3	18
199	3	2	3	4	4	4	20
200	3	4	4	4	3	4	22
201	3	2	2	3	3	3	16
202	4	4	1	3	2	2	16
203	1	1	1	1	1	1	6
204	4	4	3	4	3	4	22
205	3	3	4	3	3	4	20
206	3	3	2	2	2	2	14
207	3	3	1	2	2	2	13
208	2	3	3	2	2	2	14
209	4	3	3	3	3	3	19
210	3	3	4	3	2	2	17
211	4	4	3	3	3	3	20
212	2	2	3	3	4	4	18
213	4	4	4	4	3	3	22
214	3	3	2	3	2	2	15

Kepuasan Pelanggan (X₃)

No Responden	Kepuasan Pelanggan						
	Pernyataan						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	3	3	4	3	3	20
2	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	2	3	17
4	3	2	3	2	1	2	13
5	2	2	4	3	3	3	17
6	2	3	3	2	3	2	15
7	4	4	2	4	4	4	22
8	4	3	3	4	4	2	20
9	3	3	3	3	3	3	18
10	3	4	3	3	3	4	20
11	3	2	3	3	3	2	16
12	2	2	3	2	2	2	13
13	4	4	4	4	3	3	22
14	4	3	4	4	4	4	23
15	4	4	3	4	4	3	22
16	2	2	1	2	2	2	11
17	2	3	2	2	2	3	14
18	4	3	4	4	4	3	22
19	2	2	3	2	2	2	13
20	3	3	3	3	2	2	16
21	3	2	3	3	3	3	17
22	4	4	3	4	4	3	22
23	2	2	3	2	2	3	14
24	2	2	4	2	2	2	14
25	2	1	1	2	1	2	9
26	4	4	3	4	4	3	22
27	4	4	4	3	3	3	21
28	3	2	2	3	3	2	15
29	3	2	3	3	3	2	16
30	2	3	2	2	2	3	14
31	4	3	4	4	4	3	22
32	3	3	3	3	3	3	18
33	4	3	3	4	3	3	20
34	3	3	3	3	2	3	17
35	4	4	4	4	3	4	23
36	3	2	3	2	1	2	13
37	3	2	2	2	3	3	15
38	3	4	3	3	4	3	20
39	3	4	4	3	3	4	21
40	4	4	3	3	3	3	20
41	3	3	3	3	3	3	18
42	3	4	4	3	3	3	20

No Responden	Kepuasan Pelanggan						
	Pernyataan						Total
43	3	2	2	3	3	3	16
44	2	3	3	2	2	2	14
45	2	2	2	2	2	2	12
46	3	2	2	3	3	2	15
47	3	2	3	3	3	3	17
48	3	2	2	3	3	2	15
49	3	4	4	3	3	4	21
50	4	3	3	3	3	3	19
51	4	4	3	4	4	3	22
52	3	4	3	3	3	3	19
53	3	2	3	3	3	3	17
54	3	3	2	3	3	3	17
55	4	3	4	4	4	4	23
56	2	4	2	2	2	2	14
57	3	2	2	2	2	3	14
58	2	2	2	2	1	2	11
59	3	4	3	3	3	3	19
60	4	3	4	4	2	2	19
61	4	4	2	4	4	4	22
62	4	4	4	4	4	3	23
63	3	4	4	3	3	3	20
64	4	4	2	4	4	4	22
65	4	3	3	3	4	2	19
66	3	3	3	4	3	3	19
67	3	4	3	3	3	4	20
68	4	3	4	3	4	3	21
69	2	2	3	3	2	2	14
70	3	4	4	4	4	3	22
71	4	3	3	3	3	4	20
72	4	3	3	3	3	3	19
73	3	3	2	2	2	3	15
74	3	4	4	4	4	3	22
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	3	3	3	3	20
77	4	4	3	3	3	3	20
78	3	3	2	2	2	2	14
79	4	2	2	2	2	4	16
80	1	2	3	3	3	2	14
81	3	3	3	3	3	3	18
82	4	3	4	4	4	4	23
83	3	4	3	3	4	3	20
84	3	4	4	4	4	3	22
85	4	3	3	3	3	4	20
86	3	3	2	2	2	3	15

No Responden	Kepuasan Pelanggan						
	Pernyataan						Total
87	4	3	3	3	4	4	21
88	4	4	3	3	4	3	21
89	4	3	4	3	3	4	21
90	3	3	2	2	2	3	15
91	3	3	3	3	3	3	18
92	3	3	3	3	3	3	18
93	3	3	3	3	3	2	17
94	3	2	3	3	3	3	17
95	2	2	3	3	3	3	16
96	2	3	3	2	3	2	15
97	4	4	2	4	4	4	22
98	4	3	3	4	4	2	20
99	3	3	3	3	3	3	18
100	3	4	3	3	3	4	20
101	4	3	4	4	4	3	22
102	2	2	3	2	2	2	13
103	2	2	3	3	3	3	16
104	2	1	2	2	2	2	11
105	4	4	3	4	4	3	22
106	3	3	4	3	3	4	20
107	2	2	4	2	2	2	14
108	3	3	2	3	3	2	16
109	3	2	2	2	3	3	15
110	3	4	3	3	4	3	20
111	3	4	4	3	3	4	21
112	4	4	3	3	3	3	20
113	3	3	3	3	3	3	18
114	3	4	4	3	3	3	20
115	3	2	2	3	3	3	16
116	2	3	3	2	2	2	14
117	2	2	2	2	2	2	12
118	3	2	2	3	3	2	15
119	3	2	3	3	3	3	17
120	3	2	2	3	3	2	15
121	3	4	4	3	3	4	21
122	4	3	3	3	3	3	19
123	4	4	3	4	4	3	22
124	3	4	3	3	3	3	19
125	3	2	3	3	3	3	17
126	3	3	2	3	3	3	17
127	4	3	4	4	4	4	23
128	2	4	2	2	2	2	14
129	3	2	2	2	2	3	14
130	2	2	2	2	1	2	11

No Responden	Kepuasan Pelanggan						
	Pernyataan						Total
131	3	4	3	3	3	3	19
132	4	3	4	4	2	2	19
133	4	4	2	4	4	4	22
134	4	4	4	4	4	3	23
135	3	4	4	3	3	3	20
136	4	4	2	4	4	4	22
137	4	3	3	3	4	2	19
138	3	3	3	4	3	3	19
139	3	4	3	3	3	4	20
140	4	3	4	3	4	3	21
141	2	2	3	3	2	2	14
142	3	4	4	4	4	3	22
143	4	3	3	3	3	4	20
144	4	3	3	3	3	3	19
145	3	3	2	2	2	3	15
146	3	4	4	4	4	3	22
147	4	4	4	4	4	4	24
148	4	4	3	3	3	3	20
149	4	4	3	3	3	3	20
150	3	3	2	2	2	2	14
151	4	2	2	2	2	4	16
152	1	2	3	3	3	2	14
153	3	3	3	3	3	3	18
154	4	3	4	4	4	4	23
155	3	4	3	3	4	3	20
156	3	4	4	4	4	3	22
157	4	3	3	3	3	4	20
158	3	3	2	2	2	3	15
159	4	3	3	3	4	4	21
160	4	4	3	3	4	3	21
161	4	3	4	3	3	4	21
162	3	3	2	2	2	3	15
163	3	3	3	3	3	3	18
164	3	3	3	3	3	3	18
165	3	3	3	3	3	2	17
166	3	2	3	3	3	3	17
167	2	2	3	3	3	3	16
168	2	3	3	2	3	2	15
169	4	4	2	4	4	4	22
170	4	3	3	4	4	2	20
171	3	3	3	3	3	3	18
172	3	4	3	3	3	4	20
173	4	3	4	4	4	3	22
174	2	2	3	2	2	2	13

No Responden	Kepuasan Pelanggan						
	Pernyataan						Total
175	2	2	3	3	3	3	16
176	2	1	2	2	2	2	11
177	4	4	3	4	4	3	22
178	3	3	4	3	3	4	20
179	2	2	4	2	2	2	14
180	3	2	3	3	3	3	17
181	2	2	3	3	3	3	16
182	2	3	3	2	3	2	15
183	4	4	2	4	4	4	22
184	2	3	3	2	3	2	15
185	4	4	2	4	4	4	22
186	4	3	3	4	4	2	20
187	3	3	3	3	3	3	18
188	3	4	3	3	3	4	20
189	3	2	3	3	3	2	16
190	2	2	3	2	2	2	13
191	4	4	4	4	3	3	22
192	4	3	4	4	4	4	23
193	4	4	3	4	4	3	22
194	2	2	1	2	2	2	11
195	2	3	2	2	2	3	14
196	4	3	4	4	4	3	22
197	2	2	3	2	2	2	13
198	3	3	3	3	2	2	16
199	3	2	3	3	3	3	17
200	4	4	3	4	4	3	22
201	2	2	3	2	2	3	14
202	2	2	4	2	2	2	14
203	2	1	1	2	1	2	9
204	4	4	3	4	4	3	22
205	4	4	4	3	3	3	21
206	3	2	2	3	3	2	15
207	3	2	3	3	3	2	16
208	2	3	2	2	2	3	14
209	4	3	4	4	4	3	22
210	3	3	3	3	3	3	18
211	4	3	3	4	3	3	20
212	3	3	3	3	2	3	17
213	4	4	4	4	3	4	23
214	3	2	3	2	1	2	13

Loyalitas Pelanggan (Y)

No Responden	Loyalitas Pelanggan								
	Pernyataan								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	3	3	3	3	4	3	3	25
2	4	3	3	3	3	4	3	3	26
3	2	4	2	2	2	2	4	4	22
4	1	3	2	2	2	3	2	2	17
5	2	3	2	2	2	3	3	2	19
6	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	3	4	3	3	3	4	3	3	26
8	4	4	2	2	3	2	2	3	22
9	4	4	3	3	3	3	4	4	28
10	3	3	4	4	4	4	3	3	28
11	3	2	3	3	3	2	3	3	22
12	2	3	2	2	2	3	2	2	18
13	4	3	3	3	3	3	4	4	27
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	3	4	4	3	4	4	3	3	28
16	1	1	2	2	3	1	2	2	14
17	2	3	2	2	3	2	3	3	20
18	4	2	4	4	4	2	4	4	28
19	2	3	4	4	4	2	3	3	25
20	3	3	3	3	3	3	2	3	23
21	4	3	4	4	4	3	3	4	29
22	4	4	4	3	4	4	3	3	29
23	2	3	3	3	3	2	3	2	21
24	1	1	3	3	3	3	1	3	18
25	2	1	1	1	1	2	1	2	11
26	3	4	4	4	4	4	4	4	31
27	4	3	3	3	3	4	3	3	26
28	2	4	2	2	2	2	4	4	22
29	1	3	2	2	2	3	2	2	17
30	2	3	2	2	2	3	3	2	19
31	3	3	3	3	3	3	3	3	24
32	3	4	3	3	3	4	4	3	27
33	2	2	2	2	2	2	3	3	18
34	2	2	2	2	2	2	3	3	18
35	3	3	4	4	4	4	3	3	28
36	3	2	3	3	3	2	3	3	22
37	2	3	2	2	2	3	2	2	18
38	4	3	3	3	3	4	3	4	27
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	3	4	4	3	4	4	3	3	28
41	3	3	3	4	3	3	3	3	25
42	4	3	3	3	3	3	4	4	27

No Responden	Loyalitas Pelanggan								
	Pernyataan								Total
43	3	4	3	3	3	4	3	3	26
44	2	4	4	3	4	2	4	2	25
45	2	2	2	2	2	2	2	2	16
46	2	3	2	2	2	3	3	2	19
47	1	5	5	5	5	2	2	3	28
48	2	3	2	2	2	3	3	2	19
49	3	3	3	3	3	3	3	3	24
50	3	4	3	3	3	4	4	3	27
51	3	3	4	4	4	3	4	3	28
52	3	4	4	4	4	4	3	4	30
53	4	3	3	3	3	4	3	3	26
54	3	3	3	3	3	3	3	3	24
55	3	3	3	3	3	3	3	3	24
56	2	2	3	3	3	2	3	2	20
57	3	3	2	2	2	3	2	3	20
58	2	1	2	2	2	2	1	1	13
59	4	3	4	4	4	3	3	3	28
60	2	2	4	4	4	2	4	2	24
61	4	3	3	3	3	4	3	4	27
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	3	4	4	4	4	3	4	3	29
64	2	3	4	4	4	2	2	4	25
65	3	1	3	3	3	3	3	1	20
66	1	5	1	1	1	1	1	5	16
67	2	3	2	2	2	2	3	3	19
68	4	2	4	4	4	2	4	4	28
69	2	3	4	4	4	2	3	3	25
70	3	3	3	3	3	3	3	3	24
71	4	3	4	4	4	3	4	4	30
72	4	4	4	3	4	4	3	3	29
73	2	3	3	3	3	2	3	2	21
74	3	3	4	4	4	4	4	2	28
75	2	2	5	5	5	1	2	2	24
76	3	4	4	4	4	3	4	4	30
77	4	3	3	3	3	4	3	3	26
78	2	4	2	2	2	2	4	4	22
79	1	3	2	2	2	3	2	2	17
80	2	3	2	2	2	3	3	2	19
81	3	3	3	3	3	3	3	3	24
82	3	4	3	3	3	4	4	3	27
83	2	3	4	4	4	3	3	4	27
84	4	4	3	3	3	3	4	4	28
85	3	3	4	4	4	4	3	3	28
86	3	2	3	3	3	2	3	3	22

No Responden	Loyalitas Pelanggan								
	Pernyataan								Total
87	3	4	3	3	3	4	3	3	26
88	4	3	3	3	3	4	3	4	27
89	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	3	4	4	4	4	4	3	3	29
91	3	3	3	3	3	3	3	3	24
92	2	3	3	3	3	3	3	2	22
93	3	4	4	4	4	3	4	4	30
94	4	3	3	3	3	4	3	3	26
95	3	3	3	3	3	3	2	3	23
96	3	3	3	3	3	3	3	3	24
97	3	3	3	3	3	3	3	3	24
98	2	3	2	2	2	2	2	3	18
99	3	2	3	3	3	3	3	2	22
100	3	3	3	3	3	3	3	3	24
101	4	3	4	4	4	4	3	3	29
102	2	4	2	2	2	2	4	2	20
103	4	3	4	4	2	4	4	3	28
104	3	3	3	3	3	3	3	3	24
105	3	4	3	3	3	3	3	4	26
106	4	3	4	4	2	2	2	3	24
107	3	3	1	3	3	3	1	1	18
108	2	3	3	2	2	2	3	3	20
109	2	3	2	2	2	3	2	2	18
110	4	3	3	3	3	4	3	4	27
111	4	4	4	4	4	4	4	4	32
112	3	4	4	3	4	4	3	3	28
113	3	3	3	4	3	3	3	3	25
114	4	3	3	3	3	3	4	4	27
115	3	4	3	3	3	4	3	3	26
116	2	4	4	3	4	2	4	2	25
117	2	2	2	2	2	2	2	2	16
118	2	3	2	2	2	3	3	2	19
119	1	5	5	5	5	2	2	3	28
120	2	3	2	2	2	3	3	2	19
121	3	3	3	3	3	3	3	3	24
122	3	4	3	3	3	4	4	3	27
123	3	3	4	4	4	3	4	3	28
124	3	4	4	4	4	4	3	4	30
125	4	3	3	3	3	4	3	3	26
126	3	3	3	3	3	3	3	3	24
127	3	3	3	3	3	3	3	3	24
128	2	2	3	3	3	2	3	2	20
129	3	3	2	2	2	3	2	3	20
130	2	1	2	2	2	2	1	1	13

No Responden	Loyalitas Pelanggan								
	Pernyataan								Total
131	4	3	4	4	4	3	3	3	28
132	2	2	4	4	4	2	4	2	24
133	4	3	3	3	3	4	3	4	27
134	4	4	4	4	4	4	4	4	32
135	3	4	4	4	4	3	4	3	29
136	2	3	4	4	4	2	2	4	25
137	3	1	3	3	3	3	3	1	20
138	1	5	1	1	1	1	1	5	16
139	3	4	3	3	3	3	4	4	27
140	4	2	4	4	4	2	4	4	28
141	2	3	4	4	4	2	3	3	25
142	3	3	3	3	3	3	3	3	24
143	4	3	4	4	4	3	4	4	30
144	4	4	4	3	4	4	3	3	29
145	2	3	3	3	3	2	3	2	21
146	2	2	4	4	4	4	4	2	26
147	2	2	5	5	5	1	2	2	24
148	3	4	4	4	4	3	4	4	30
149	4	3	3	3	3	4	3	3	26
150	2	4	2	2	2	2	4	4	22
151	1	3	2	2	2	3	2	2	17
152	2	3	2	2	2	3	3	2	19
153	3	3	3	3	3	3	3	3	24
154	3	4	3	3	3	4	4	3	27
155	2	3	4	4	4	3	3	4	27
156	4	4	3	3	3	3	4	4	28
157	3	3	4	4	4	4	3	3	28
158	3	2	3	3	3	2	3	3	22
159	3	4	3	3	3	3	3	3	25
160	4	3	3	3	3	4	3	4	27
161	4	4	4	4	4	4	4	4	32
162	3	4	4	4	4	4	3	3	29
163	3	3	3	3	3	3	3	3	24
164	2	3	3	3	3	3	3	2	22
165	3	4	4	4	4	3	4	4	30
166	4	3	3	3	3	4	3	3	26
167	3	3	3	3	3	3	2	3	23
168	3	3	3	3	3	3	3	3	24
169	3	3	3	3	3	3	3	3	24
170	2	3	2	2	2	2	2	3	18
171	3	2	3	3	3	3	3	2	22
172	4	4	3	3	3	2	2	3	24
173	4	3	4	4	4	4	3	3	29
174	2	4	2	2	2	2	4	2	20

No Responden	Loyalitas Pelanggan								
	Pernyataan								Total
175	4	3	4	4	2	4	4	3	28
176	3	3	3	3	2	3	4	4	25
177	3	4	3	3	3	3	3	4	26
178	4	3	4	4	2	2	2	3	24
179	3	3	1	3	3	3	1	1	18
180	4	3	3	3	3	4	3	3	26
181	3	3	3	3	3	3	2	3	23
182	3	3	3	3	3	3	3	3	24
183	3	3	3	3	3	3	3	3	24
184	3	3	3	3	3	3	3	3	24
185	3	4	3	3	3	4	3	3	26
186	3	3	3	3	3	2	2	3	22
187	4	4	3	3	3	3	4	4	28
188	3	3	4	4	4	4	3	3	28
189	3	2	3	3	3	2	3	3	22
190	2	3	2	2	2	3	2	2	18
191	4	3	3	3	3	3	3	4	26
192	4	4	4	4	4	4	4	4	32
193	3	4	4	3	4	4	3	3	28
194	1	1	2	2	3	1	2	2	14
195	2	3	2	2	3	2	3	3	20
196	4	2	4	4	4	2	4	4	28
197	2	3	4	4	4	2	3	3	25
198	3	3	3	3	3	3	2	3	23
199	4	3	4	4	4	3	3	4	29
200	4	4	4	3	4	4	3	3	29
201	2	3	3	3	3	2	3	2	21
202	1	1	3	3	3	3	1	3	18
203	2	1	1	1	1	2	1	2	11
204	3	4	4	4	4	4	4	4	31
205	4	3	3	3	3	4	3	3	26
206	2	4	2	2	2	2	4	4	22
207	1	3	2	2	2	3	2	2	17
208	2	3	2	2	2	3	3	2	19
209	3	3	3	3	3	3	3	3	24
210	3	4	3	3	3	4	4	3	27
211	3	3	3	3	3	3	4	3	25
212	3	3	3	3	3	3	3	3	24
213	3	3	4	4	4	4	3	3	28
214	3	2	3	3	3	2	3	3	22

Lampiran 5

Hasil SPSS

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

		Correlations										Kualitas Pelayanan
		Q01	Q02	Q03	Q04	Q05	Q06	Q07	Q08	Q09	Q10	
Q01	Pearson Correlation	1	.417*	.125	.000	.125	.312	.550**	.141	.274	.269	.498**
	Sig. (2-tailed)		.022	.512	1.000	.512	.093	.002	.459	.143	.150	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q02	Pearson Correlation	.417*	1	.208	.044	.208	.134	.708**	.281	.000	.135	.492**
	Sig. (2-tailed)	.022		.271	.819	.271	.481	.000	.132	1.000	.478	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q03	Pearson Correlation	.125	.208	1	.781**	1.000**	.437*	.398*	.459*	.455*	.514**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.512	.271		.000	.000	.016	.029	.011	.012	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q04	Pearson Correlation	.000	.044	.781**	1	.781**	.279	.205	.294	.286	.328	.609**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.819	.000		.000	.135	.276	.115	.125	.077	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q05	Pearson Correlation	.125	.208	1.000**	.781**	1	.437*	.398*	.459*	.455*	.514**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.512	.271	.000	.000		.016	.029	.011	.012	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q06	Pearson Correlation	.312	.134	.437*	.279	.437*	1	.001	.500**	.879**	.907**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.093	.481	.016	.135	.016		.994	.005	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q07	Pearson Correlation	.550**	.708**	.398*	.205	.398*	.001	1	.134	.000	.047	.547**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.029	.276	.029	.994		.480	1.000	.807	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q08	Pearson Correlation	.141	.281	.459*	.294	.459*	.500**	.134	1	.462*	.500**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.459	.132	.011	.115	.011	.005	.480		.010	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q09	Pearson Correlation	.274	.000	.455*	.286	.455*	.879**	.000	.462*	1	.786**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.143	1.000	.012	.125	.012	.000	1.000	.010		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q10	Pearson Correlation	.269	.135	.514**	.328	.514**	.907**	.047	.500**	.786**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.150	.478	.004	.077	.004	.000	.807	.005	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.498**	.492**	.821**	.609**	.821**	.726**	.547**	.631**	.682**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.006	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Hasil Uji Validitas Kepercayaan

		Correlations						Kepercayaan
		Q01	Q02	Q03	Q04	Q05	Q06	
Q01	Pearson Correlation	1	.447*	.099	.065	.286	.146	.467**
	Sig. (2-tailed)		.013	.602	.733	.125	.442	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q02	Pearson Correlation	.447*	1	.192	.167	.209	.373*	.570**
	Sig. (2-tailed)	.013		.310	.376	.268	.042	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q03	Pearson Correlation	.099	.192	1	.365*	.443*	.563**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.602	.310		.047	.014	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q04	Pearson Correlation	.065	.167	.365*	1	.319	.537**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.733	.376	.047		.086	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q05	Pearson Correlation	.286	.209	.443*	.319	1	.781**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.125	.268	.014	.086		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q06	Pearson Correlation	.146	.373*	.563**	.537**	.781**	1	.873**
	Sig. (2-tailed)	.442	.042	.001	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Kepercayaan	Pearson Correlation	.467**	.570**	.674**	.633**	.775**	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.009	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

		Correlations						Kepuasan Pelanggan
		Q01	Q02	Q03	Q04	Q05	Q06	
Q01	Pearson Correlation	1	.321	.335	.708**	.751**	.520**	.794**
	Sig. (2-tailed)		.084	.070	.000	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q02	Pearson Correlation	.321	1	.426*	.413*	.466**	.476**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.084		.019	.023	.009	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q03	Pearson Correlation	.335	.426*	1	.412*	.335	.234	.620**
	Sig. (2-tailed)	.070	.019		.024	.071	.212	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q04	Pearson Correlation	.708**	.413*	.412*	1	.728**	.461*	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.023	.024		.000	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q05	Pearson Correlation	.751**	.466**	.335	.728**	1	.553**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.071	.000		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q06	Pearson Correlation	.520**	.476**	.234	.461*	.553**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.003	.008	.212	.010	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.794**	.710**	.620**	.813**	.847**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

		Correlations								Loyalitas Pelanggan
		Q01	Q02	Q03	Q04	Q05	Q06	Q07	Q08	
Q01	Pearson Correlation	1	-.144	.260	.296	.260	.697**	.553**	.322	.605**
	Sig. (2-tailed)		.449	.166	.112	.166	.000	.002	.083	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q02	Pearson Correlation	-.144	1	.187	.152	.187	.154	.040	.593**	.428*
	Sig. (2-tailed)	.449		.323	.424	.323	.416	.833	.001	.018
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q03	Pearson Correlation	.260	.187	1	.980**	1.000**	.141	.526**	.170	.820**
	Sig. (2-tailed)	.166	.323		.000	.000	.458	.003	.370	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q04	Pearson Correlation	.296	.152	.980**	1	.980**	.181	.490**	.212	.824**
	Sig. (2-tailed)	.112	.424	.000		.000	.339	.006	.261	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q05	Pearson Correlation	.260	.187	1.000**	.980**	1	.141	.526**	.170	.820**
	Sig. (2-tailed)	.166	.323	.000	.000		.458	.003	.370	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q06	Pearson Correlation	.697**	.154	.141	.181	.141	1	.413*	.129	.527**
	Sig. (2-tailed)	.000	.416	.458	.339	.458		.023	.496	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q07	Pearson Correlation	.553**	.040	.526**	.490**	.526**	.413*	1	.089	.684**
	Sig. (2-tailed)	.002	.833	.003	.006	.003	.023		.640	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Q08	Pearson Correlation	.322	.593**	.170	.212	.170	.129	.089	1	.525**
	Sig. (2-tailed)	.083	.001	.370	.261	.370	.496	.640		.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	.605**	.428*	.820**	.824**	.820**	.527**	.684**	.525**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.000	.000	.000	.003	.000	.003	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability

Scale: Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	10

Reliability

Scale: Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.759	6

Reliability

Scale: Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	6

Reliability

Scale: Loyalitas Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.808	8

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	214	14	40	29.27	5.760
Kepercayaan	214	6	23	17.67	3.206
Kepuasan Pelanggan	214	9	24	18.02	3.411
Loyalitas Pelanggan	214	11	32	24.22	4.398
Valid N (listwise)	214				

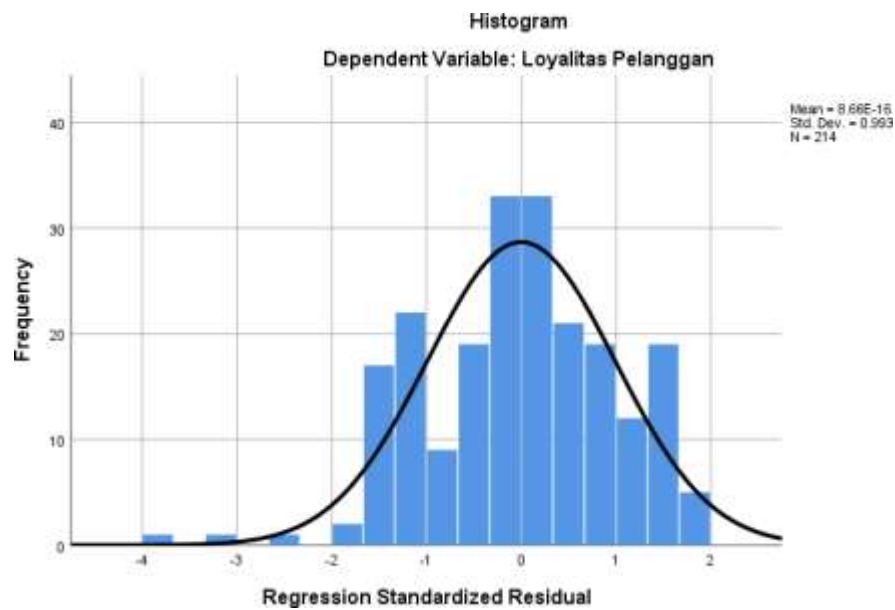
Regression

Coefficients^a

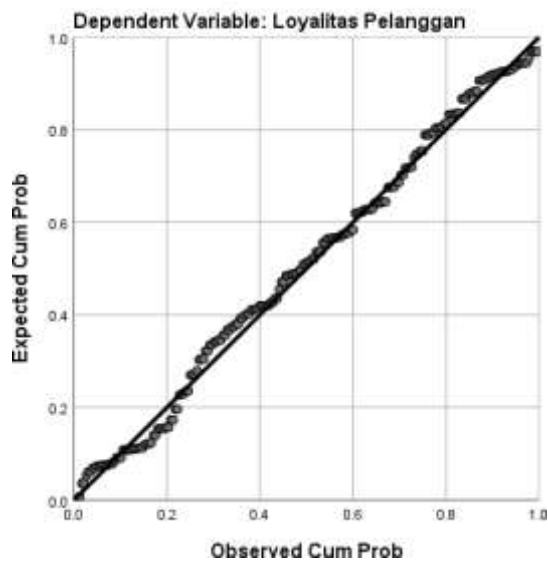
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.345	2.898
	Kepercayaan	.323	3.093
	Kepuasan Pelanggan	.697	1.435

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

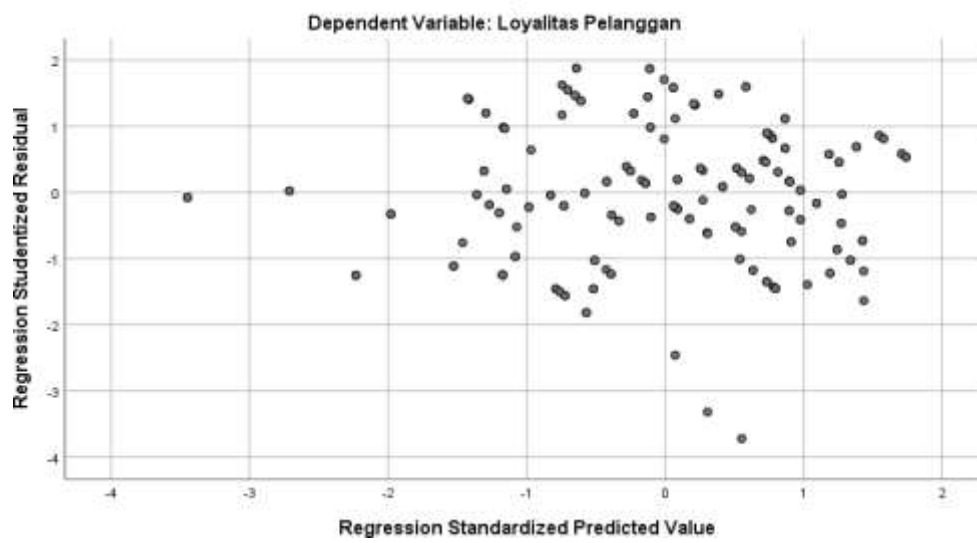
Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		214
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.23433044
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.050
	Negative	-.044
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.861 ^a	.742	.738	2.250

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

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3055.888	3	1018.629	201.169	.000 ^b
	Residual	1063.346	210	5.064		
	Total	4119.234	213			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

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

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.050	.968		1.085	.279
	Kualitas Pelayanan	.198	.046	.259	4.335	.000
	Kepercayaan	.613	.085	.447	7.250	.000
	Kepuasan Pelanggan	.364	.054	.282	6.715	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Lampiran 6

r Tabel

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

Sumber : Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>)

Lampiran 7

Tabel Uji t

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
201	0,67571	1,28578	1,65247	1,97184	2,34504	2,60051	3,13127
202	0,67571	1,28576	1,65243	1,97178	2,34495	2,60039	3,13107
203	0,67570	1,28574	1,65239	1,97172	2,34486	2,60026	3,13086
204	0,67569	1,28572	1,65236	1,97166	2,34477	2,60014	3,13066
205	0,67569	1,28569	1,65232	1,97160	2,34468	2,60002	3,13046
206	0,67568	1,28567	1,65228	1,97155	2,34459	2,59991	3,13026
207	0,67568	1,28565	1,65225	1,97149	2,34450	2,59979	3,13007
208	0,67567	1,28563	1,65221	1,97143	2,34441	2,59967	3,12987
209	0,67567	1,28562	1,65218	1,97138	2,34432	2,59956	3,12968
210	0,67566	1,28560	1,65214	1,97132	2,34424	2,59944	3,12949
211	0,67565	1,28558	1,65211	1,97127	2,34415	2,59933	3,12930
212	0,67565	1,28556	1,65207	1,97122	2,34407	2,59922	3,12912
213	0,67564	1,28554	1,65204	1,97116	2,34398	2,59911	3,12893
214	0,67564	1,28552	1,65201	1,97111	2,34390	2,59900	3,12875
215	0,67563	1,28550	1,65197	1,97106	2,34382	2,59889	3,12857
216	0,67563	1,28548	1,65194	1,97101	2,34374	2,59878	3,12839
217	0,67562	1,28547	1,65191	1,97096	2,34365	2,59868	3,12821
218	0,67562	1,28545	1,65187	1,97091	2,34357	2,59857	3,12804
219	0,67561	1,28543	1,65184	1,97086	2,34350	2,59846	3,12786
220	0,67561	1,28541	1,65181	1,97081	2,34342	2,59836	3,12769
221	0,67560	1,28539	1,65178	1,97076	2,34334	2,59826	3,12752
222	0,67560	1,28538	1,65175	1,97071	2,34326	2,59816	3,12735
223	0,67559	1,28536	1,65172	1,97066	2,34319	2,59806	3,12718
224	0,67559	1,28534	1,65168	1,97061	2,34311	2,59796	3,12701
225	0,67558	1,28533	1,65165	1,97056	2,34304	2,59786	3,12685
226	0,67558	1,28531	1,65162	1,97052	2,34296	2,59776	3,12668
227	0,67557	1,28529	1,65159	1,97047	2,34289	2,59766	3,12652
228	0,67557	1,28528	1,65156	1,97042	2,34281	2,59756	3,12636
229	0,67556	1,28526	1,65153	1,97038	2,34274	2,59747	3,12620
230	0,67556	1,28524	1,65151	1,97033	2,34267	2,59737	3,12604
231	0,67555	1,28523	1,65148	1,97029	2,34260	2,59728	3,12589
232	0,67555	1,28521	1,65145	1,97024	2,34253	2,59719	3,12573
233	0,67554	1,28520	1,65142	1,97020	2,34246	2,59709	3,12558
234	0,67554	1,28518	1,65139	1,97015	2,34239	2,59700	3,12542
235	0,67554	1,28516	1,65136	1,97011	2,34232	2,59691	3,12527
236	0,67553	1,28515	1,65134	1,97007	2,34225	2,59682	3,12512
237	0,67553	1,28513	1,65131	1,97002	2,34218	2,59673	3,12497
238	0,67552	1,28512	1,65128	1,96998	2,34212	2,59664	3,12483
239	0,67552	1,28510	1,65125	1,96994	2,34205	2,59656	3,12468
240	0,67551	1,28509	1,65123	1,96990	2,34199	2,59647	3,12454

Sumber : Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>)

Lampiran 8

Tabel Uji F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
202	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,06	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80
203	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80
204	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80
205	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80
206	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80
207	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80
208	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,83	1,80
209	3,89	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,88	1,83	1,80
210	3,89	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,88	1,83	1,80
211	3,89	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,88	1,83	1,80
212	3,89	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,88	1,83	1,80
213	3,89	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,88	1,83	1,80
214	3,89	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,88	1,83	1,80
215	3,89	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80
216	3,88	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80
217	3,88	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80
218	3,88	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80
219	3,88	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80
220	3,88	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80
221	3,88	3,04	2,65	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80
222	3,88	3,04	2,65	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80
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
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
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
226	3,88	3,04	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80
227	3,88	3,04	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80
228	3,88	3,04	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,79
229	3,88	3,04	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,79
230	3,88	3,04	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,79
231	3,88	3,03	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,79
232	3,88	3,03	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,79
233	3,88	3,03	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,79
234	3,88	3,03	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,79
235	3,88	3,03	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,79
236	3,88	3,03	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,79
237	3,88	3,03	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,79
238	3,88	3,03	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,79
239	3,88	3,03	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,79
240	3,88	3,03	2,64	2,41	2,25	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,79

Sumber : Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>)



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 16 Februari 2023

Nomor : 066/R/STIE-EP/II/2023

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan PT Global Berdikari Jaya

Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Aldo Therio
NIM	: 191010119
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Global Berdikari Jaya

Untuk mengadakan peninjauan ke PT Global Berdikari Jaya yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,
Ketua STIE Eka Prasetya



Dr. Sn Rezeki S.E., M.Si



PT. GLOBAL BERDIKARI JAYA

Jual - Beli Mobil Baru / Bekas & Alat Berat

SURAT KETERANGAN

Medan, 17 Februari 2023

No : 001/GBJ/SK/02/2023
Perihal : Surat Balasan Izin Riset

Kepada Yth.,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya
Kota Medan

Dengan hormat,
sehubungan dengan adanya pembuatan tugas akhir/skripsi, maka dengan surat keterangan ini kami menerangkan bahwa mahasiswa yang bersangkutan di bawah ini:

Nama	: Aldo Therio
Nim	: 191010119
Program Studi	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Global Berdikari Jaya

Mahasiswa yang bersangkutan diatas benar telah melakukan penelitian perusahaan kami yang berhubungan dengan judul skripsi yang telah disebutkan diatas.

Demikian surat ini agar dapat bermanfaat dalam penyelesaian tugas akhir yang dimaksud. Atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih

Dibuat Oleh,



Wendy
Direktur



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
1



Nama Mahasiswa : Aldo Therio

NIM : 191010114

Kelas : Kewirausahaan B

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 082294165228 Email: Therio aldo@gmail.com

Alamat Tinggal: Jln Bzen homid by pribadi No. 07

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dra. Reta Gultom, M.H

Nama Dosen Pembimbing 2:

Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	26-9-2022	Revisi Variabel X_1, X_2 dan Y_1	
2	29-9-2022	Revisi indikator X_2, X_3	
3	13-1-2023	Revisi bab 1, 2, 3	
4	17-1-2023	Revisi bab 3	
5	15-2-2023	Acc urut Sempoa	
6			
7	19-4-2023	Video bagi koersioner	
8		Tabulasi data koersioner	
9		Uji Validitas & Reliabilitas	
10	02-5-2023	Disetujui bab 4 & bab 5	
11	05-8-2023	ACC map akhir	
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1			
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorothy Ellyany Sinaga, S.T., M.M



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

2



Nama Mahasiswa : Aldo Thero

NIM : 191010119

Kelas : Kewirausahaan B

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 082294168228 Email: Theroaldo@gmail.com

Alamat Tinggal: Jln Bzen hamid Gg perabdi No. 87

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dev. Pesta Gultom, M.M

Nama Dosen Pembimbing 2:

Lisa Elianti Nasution, SE., M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf/Dosen Pembimbing
1	6-2-2023	Revisi bab 1, 2, 3	[Signature]
2	7-2-2023	Revisi bab 1	[Signature]
3	8-2-2023	Revisi bab 2	[Signature]
4	10-2-2023	Revisi bab 3	[Signature]
5	14-2-2023	Revisi bab 2	[Signature]
6	15-2-2023	Acc sempro	[Signature]
7	14-4-2023	Video bagi koeksistensi	[Signature]
8		Tabulasi data koeksistensi	[Signature]
9		Uji Validitas & reliabilitas	[Signature]
10	02-5-2023	Diskusi bab 4 & bab 5	[Signature]
11	05-5-2023	ACC meyer hysen	[Signature]
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaiki Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1			
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

[Signature]

Hemmy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Aldo Theero
NIM : 191010119
PROGRAM STUDI : Management

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1	16-2-2023	JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Kreativitas, Motivasi dan Lokasi yang strategis terhadap keberhasilan usaha pada toko LARIS Jaya	191010125	
2	16-2-2023	JUDUL PROPOSAL : Pengaruh ~~pro~~ hargan, motivasi, Wirausaha dan inovasi terhadap kesuksesan usaha burger Logan	191010129	
3	17-2-2023	JUDUL PROPOSAL : Pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian di PT Brgaya Indo PRIMA	191010008	
4	17-2-2023	JUDUL PROPOSAL : Pengaruh promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT Inda sakti motorindo	191010185	
5	17-2-2023	JUDUL PROPOSAL : Pengaruh harga, keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko usaha teknik	181010071	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, ... 20....
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Aldo Therio
Tempat / Tanggal Lahir : Medan, 15 Juni 2000
Jenis Kelamin : Pria
Alamat : Jl. B Zein Hamid Gg Pribadi no B7
Alamat Email : Therioaldo@gmail.com
Agama : Buddha
Status : Belum Menikah
Handphone (HP) : 082294165228

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2006 s/d Tahun 2012: SD Swasta Hangkesturi Medan
2. Tahun 2012 s/d Tahun 2015: SMP Swasta Hangkesturi Medan
3. Tahun 2015 s/d Tahun 2018: SMA Swasta Hangkesturi Medan
4. Tahun 2019 s/d Tahun 2023: Program Sarjana (S-1) STIE Eka Prasetya

RIWAYAT PEKERJAAN

1. Tahun 2019 s/d 2021 : PT.Paluta Inti Sawit
2. Tahun 2021 s/d Sekarang : PT.Global Berdikari Jaya

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Paimin Sujaty
Pekerjaan : Wirausaha
Handphone (HP) : -
Alamat : Jl. B Zein Hamid Gg Pribadi no B7
Nama Ibu : Yenniwyaty Arifin
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Handphone (HP) : -
Alamat : Jl. B Zein Hamid Gg Pribadi no B7

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 17 Januari 2023

Penulis

Aldo Therio