

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA  
TERPAL SABAR JAYA MEDAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mengikuti Seminar Proposal Di Fakultas  
Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara**

**DIAJUKAN OLEH :**

**NAMA : DIMAS SAFTA NUGRAHA**  
**NPM : 71180312052**  
**PROGRAM PENDIDIKAN : S1**  
**PROGRAM STUDI : MANAJEMEN**  
**KONSENTRASI : MSDM**



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA  
FAKULTAS EKONOMI  
MEDAN**

**2022**

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas petunjuk, rahmat dan hidayahnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Terpal Sabar Jaya Medan”**

Skripsi ini disusun sebagai panduan bagi mahasiswa dan dosen, agar terdapat kesamaan/keseragaman didalam penulisan skripsi sesuai dengan waktu yang di tentukan.

Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi dan saya menyadari bahwa masih ada kekurangan yang terdapat pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran membangun sangat di harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Demikian skripsi ini disusun, semoga kiranya dapat memberi manfaat bagi kita semua .Aamiin Aamiin Ya Robbal Alaamiin.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu saya selama membuat skripsi ini yaitu:

1. Bapak, ibu, abang, kakak, dan keluarga tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan moril maupun materil kepada saya.
  1. Windy dan Mayang selaku adik sepupu saya dan pacar saya yang selalu memberikan dukungan support kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini.
  2. Ibu Dr. Safrida., SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara.

3. Bapak Dr.Supriadi.SE.MM.M.Si selaku ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara,
4. Ibu Dr.Dra.Hj.Nilawati Nasti.S.E.,M.M sebagai Dosen Pembimbing I .
5. Bapak Ismail Nst.S.E.,M.M sebagai Dosen Pembimbing II.
6. Seluruh teman teman yang telah memberikan semangat kepada saya dalam membuat skripsi ini.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>8</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	8
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Batasan Masalah .....	12
D. Rumusan Masalah.....	12
E. Tujuan Penelitian.....	12
F. Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>	<b>14</b>
A. Deskripsi Teori.....	14
1. Kualitas Pelayanan .....	14
2. Nilai Pelanggan .....	17
3. Loyalitas Pelanggan.....	24
B. Penelitian Terdahulu .....	26
C. Kerangka Konseptual .....	30
D. Hipotesis Penelitian.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Lokasi,Objek dan Waktu Penelitian.....	32
B. Populasi dan Sampel .....	33
C. Operasional Variabel.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data .....	38
E. Teknik Analisa Data.....	39
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
4.1.Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44

4.2. Spesifikasi Harga Pembuatan Terpal Kolan.....	45
BAB V.....	47
5.1. Analisis Deskriptif Responden .....	47
5.1.1 Karakteristik Responden .....	47
5.2. Analisis Deskriptif .....	50
5.3. Uji Asumsi Klasik.....	52
5.3.1. Uji Normalitas.....	52
5.3.2. Uji Heterokedastisitas.....	53
5.3.3. Uji Multikolinieritas .....	54
5.3.4. Uji Linieritas .....	55
5.4. Analisis Kuantitatif .....	56
5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
5.4.2. Hasil Uji Signifikan Individual/Uji Parsial (Uji-t).....	58
5.4.3. Uji Signifikan Simultan (Uji-F) .....	59
5.4.4. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	60
5.5. Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat.....	60
5.6. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Terpal Sabar Jaya Medan .....	61
5.7. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Terpal Sabar Jaya Medan .....	62
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	64
6.1. Kesimpulan.....	64
6.2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	
LAMPIRAN .....	

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1.....	27
Tabel 3.1 .....	33
Tabel 3.2 .....	33
Tabel 3.3 .....	36
Tabel 3.4 .....	38
Tabel 4.1.....	45
Tabel 4.2 .....	46
Tabel 5.1 .....	47
Tabel 5.2 .....	48
Tabel 5.3 .....	48
Tabel 5.4 .....	49
Tabel 5.5 .....	50
Tabel 5.6 .....	51
Tabel 5.7 .....	51
Tabel 5.8 .....	53
Tabel 5.9 .....	54
Tabel 5.10 .....	55
Tabel 5.11 .....	56
Tabel 5.12 .....	57
Tabel 5.13.....	58
Tabel 5.14.....	59
Tabel 5.15.....	60

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto.(2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadapKepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan.JurnalIlmu Administrasi dan Organisasi. Volume 17, Nomor 2 hlm.114-126.
- Band, William, A, 1991, *Creating Value for Customers*, John Wiley and Sons Inc.
- Baron, R.M. and Kenny, D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*.51(6): 1173-1182.
- Best, Roger J. 2009. *Market-Based Management Strategies for Growing Customer Value and Profitability*. New Jersey: Pearson Education
- Butz, H. dan Goodstein. 1996. *Measuring Customer Value: Gaining the Strategic Advantage*. New York: McGraw Hill.
- Consuegra, et al. 2007. An Integrated Model Of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis In The Service Sector. Emerald Group Publishing Limited. *Journal of Product and Brand Management*, Volume 5(13), pp. 5118-5126, 4 July, 2011.
- Cooper, Donald R &Schindler, Pamela S. 2006. *Bussines Research Methods* 9th edition. McGraw-Hill International Edition.

- Engel, J.F, Blackwell, Rd dan Miniard, DW. (1995). Perilaku Konsumen. Terjemahan. Jilid 1. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Fandi Tjiptono. (2001). Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial, majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D.L. & Davis, S. (1994). Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall International, Inc. p.4.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip (1997,2005,2009), Manajemen Pemasaran, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol. Jilid 1 (Edisi Bahasa Indonesia dari Principles of Marketing 9e). Jakarta : Penerbit PT Prenhalindo.
- Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krajewski, Lee J. dan Ritzman, Larry P. 1990. Operations Management : Strategy and Analysis, 2nd Edition. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : PT. Salemba Empat.



Lutfiana, Astri Ayu, Saryadi dan Andi Wijayanto.2014. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Antara Terhadap Loyalitas Konsumen Air Minum Merek Aqua. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.

Mahmud Machfoedz. 2005. Pengantar Pemasaran Modern. Yogyakarta: Upp Amp. Ykpn.

Muhson, Ali. (2005). Diktat Mata Kuliah: Aplikasi Komputer. Pendidikan Ekonomi FISE UNY.

Musanto, Trisno. 2004. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. Jurnal Ekonomi Manajemen. Vol. 6, No. 2: 123-136.

Ratminto dan Winarsih Atik Septi.(2005). Manajemen Pelayanan. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar

Sekaran, Uma.2006. Research Methods For Business, Edisi 4, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

Setijono, D dan Dahlgaard, J. 2007. *Customer values as a key performance indicator (KPI) and a key improvement indicator (KII)*. Journal Measuring Business Excellence, Vol.11, No.2.

Solimun, (2005), Structural Equation Modeling (SEM) Aplikasi Software AMOS, Fakultas MIPA &Program Pasca Sarjana Universitas Brawijaya Malang.

Starini, Hygid. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumendengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Toko Basuki JayaYogyakarta). Skripsi Tidak Diterbitkan. Universitas Negeri Yogyakarta.

Woodruff, Robert B. 1997. *Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage*. Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.25, No.2.

No Responden : \_\_\_\_\_

**KUISIONER RESPONDEN****A. Identitas Responden**

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin : L/P
3. Usia : .....
4. Pendidikan terakhir :  
SD  
SMP  
SMA  
Sarjana / Diploma
- Pendapatan Perbulan :  
a. <Rp 1. 000.000,00  
b. Rp 1.000.000,00 – Rp 2. 000.000,00  
c. >Rp 2. 000.000,00

**B. Petunjuk Pengisian**

Isilah pernyataan kuesioner berikut ini sesuai dengan jawaban yang tersedia dan diberi tanda *check list* (√) pada kolom yang tersedia. Anda dapat memilih salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan keterangan sebagai berikut:

- SS = Sangat Setuju (5)  
S = Setuju (4)  
N = Netral (3)  
TS = Tidak Setuju (2)  
STS = Sangat Tidak Setuju (1)

**Kualitas Layanan**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Prosedur layanan Terpal Sabar Jaya Medan tidak berbelit-belit.					
2.	Layanan Terpal Sabar Jaya Medan dimulai tepat waktu.					

3.	Pegawai Terpal Sabar Jaya Medan memberi tanggapan dan perhatian yang baik dan cepat terhadap keluhan konsumen.					
4.	Terpal Sabar Jaya Meda memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada hasil kinerja pegawai.					
5.	Pegawai Terpal Sabar Jaya Medan memiliki sifat sopan, ramah, jujur, dan dapat dipercaya.					
6.	Terpal Sabar Jaya Medan memiliki fasilitas fisik yang memadai seperti gedung, tempat parkir dan toilet.					
7.	Terpal Sabar Jaya Medan memiliki peralatan layanan yang memadai.					
8.	Harga yang diberikan oleh Terpal Sabar Jaya Medan dapat disesuaikan dengan kemampuan konsumen					

### Nilai Pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Layanan yang diberikan Terpal Sabar Jaya Medan sesuai dengan keinginan pelanggan.					
2.	Layanan yang diberikan Terpal Sabar Jaya Medan melebihi dengan harapan pelanggan.					
3.	Kinerja pelayanan Terpal Sabar Jaya Medan yang diterima oleh pelanggan sangat baik					
4.	Kinerja pelayanan Terpal Sabar Jaya Medan secara keseluruhan lebih baik dibandingkan dengan pelayanan di tempat jasa lainnya.					
5.	Pegawai Terpal Sabar Jaya Medan memiliki pengetahuan yang luas tentang informasi pembuatan kolam dan sebagainya yang dibutuhkan pelanggan					
6.	Pegawai JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta cepat dalam memberikan pelayanan.					
7.	Harga jasa Terpal Sabar Jaya Medan lebih murah dibandingkan yang lainnya.					
8.	Pelayanan yang diberikan Terpal Sabar Jaya Medan cepat dan tepat sesuai dengan permintaan pelanggan					

### Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya selalu menggunakan jasa Terpal Sabar Jaya Medan.					
2.	Saya menggunakan jasa Terpal Sabar Jaya Medan secara teratur.					
3.	Saya menggunakan jasa Terpal Sabar Jaya Medan hanya sekali saja.					

4.	Saya juga tertarik menggunakan jasa Terpal Sabar Jaya Medan untuk pembuatan produk lainnya.					
5.	Saya berusaha mengajak orang lain untuk menggunakan jasa Terpal Sabar Jaya Medan.					
6.	Saya berusaha merekomendasikan jasa Terpal Sabar Jaya Medan kepada orang lain.					
7.	Jasa Terpal Sabar Jaya Medan lebih baik dari jasa pembuatan terpal lainnya.					
8.	Saya tidak akan berpindah menggunakan jasa Terpal Sabar Jaya Medan, meskipun jasa pengiriman lainnya menawarkan tarif yang lebih murah					

**Data Kuisisioner Responden  
Terpal Sabar Jaya Medan**

Responden	Kualitas Layanan (X1)								Nilai Pelanggan (X2)								JML	Loyalitas Pelanggan (Y)								JML	
	1	2	3	4	5	6	7	8	JML	1	2	3	4	5	6	7		8	JML	1	2	3	4	5	6		7
1	2	5	2	3	3	2	2	3	25	4	3	3	3	3	3	4	3	35	2	3	3	3	3	3	5	3	20
2	4	3	4	5	4	4	4	4	36	4	3	5	3	3	5	5	4	39	4	4	4	3	3	4	4	4	26
3	3	4	5	3	2	4	4	4	33	3	2	4	4	1	3	3	2	30	3	3	2	3	5	3	4	4	23
4	5	3	4	3	4	4	5	4	37	4	3	4	3	2	4	3	4	36	4	3	4	3	3	3	5	3	23
5	5	4	3	3	4	2	5	5	36	4	2	3	3	4	4	4	4	34	4	3	4	5	3	4	3	4	27
6	5	4	4	4	4	2	2	4	33	3	4	2	2	4	4	4	4	34	3	5	3	4	4	3	4	5	27
7	5	4	3	3	4	3	5	5	37	4	2	2	4	3	5	1	4	33	3	2	3	4	5	4	4	2	23
8	3	4	5	5	4	4	3	3	34	3	3	4	4	3	3	4	3	35	5	5	4	2	4	4	4	4	28
9	4	3	2	3	3	4	3	2	27	2	3	2	4	3	3	4	4	32	3	3	5	4	3	3	4	3	24
10	4	4	5	4	4	4	5	4	38	4	3	4	5	3	5	3	4	39	5	4	3	4	5	5	3	5	31
11	3	4	4	3	5	2	2	3	30	3	4	3	4	4	3	4	3	35	3	4	2	2	4	4	3	4	23
12	3	4	3	4	4	4	5	5	37	5	5	5	5	4	4	5	3	41	5	4	4	4	4	4	3	4	29
13	4	3	4	4	4	2	3	3	30	3	4	4	4	3	4	4	3	37	4	4	4	2	4	3	4	4	25
14	4	4	4	3	5	4	4	5	36	2	2	2	2	4	3	3	4	31	4	4	4	4	3	3	5	3	25
15	4	3	3	2	3	2	3	4	29	5	4	4	5	4	4	5	4	42	2	2	3	3	2	4	4	5	21
16	3	5	5	5	3	1	3	4	32	3	2	2	2	2	2	2	2	23	5	3	2	5	4	2	3	2	23
17	4	4	4	3	3	2	2	2	26	4	4	3	4	4	3	2	4	35	4	5	3	3	2	4	3	3	24
18	3	3	3	3	3	4	2	2	28	4	2	2	2	3	4	2	4	27	2	2	2	4	2	2	2	2	16
19	2	3	5	4	2	2	3	4	28	3	3	3	3	3	3	3	3	33	3	3	3	3	3	4	5	3	22
20	4	4	4	4	4	4	4	3	35	3	3	1	3	3	3	2	2	28	3	4	4	4	4	4	4	4	27
21	4	4	4	4	5	4	5	4	39	3	5	3	4	3	5	3	5	40	4	5	4	3	5	5	5	5	31

Responden	Kualitas Layanan (X1)									Nilai Pelanggan (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	JML
22	3	2	3	4	3	3	3	3	27	4	3	4	5	4	4	4	4	42	3	5	3	3	2	4	5	4	24
23	4	3	4	3	3	3	3	4	30	4	2	2	2	2	2	4	3	30	4	3	4	4	3	4	5	4	26
24	2	2	3	2	2	4	4	4	27	3	4	4	3	3	4	4	4	36	4	4	2	4	4	4	3	4	26
25	4	3	4	4	4	4	5	4	37	3	4	5	4	5	4	5	4	42	4	4	5	5	3	5	4	4	30
26	4	3	4	3	3	3	3	3	29	3	5	5	3	4	5	5	3	39	4	4	4	3	3	3	4	4	25
27	4	4	4	4	2	4	5	3	34	4	5	2	4	4	5	3	3	38	4	4	3	3	3	3	4	3	23
28	4	4	4	4	4	4	3	3	34	4	3	4	4	3	4	4	4	37	3	4	3	4	3	5	4	4	26
29	4	4	3	3	3	3	3	3	29	3	2	2	2	3	2	3	4	26	3	4	3	3	4	2	2	5	24
30	5	5	4	5	4	4	4	4	39	4	3	3	4	5	5	4	5	41	4	4	4	5	5	4	4	4	30
31	4	3	1	4	5	4	5	4	33	2	3	3	3	3	4	2	3	30	4	3	4	5	3	4	4	3	26
32	5	4	4	4	5	3	3	2	34	5	3	4	4	5	3	3	5	38	4	4	4	2	4	3	2	4	25
33	3	4	3	4	4	4	4	4	34	3	3	1	1	3	4	1	5	25	4	4	4	4	4	5	2	2	27
34	4	3	3	5	5	4	3	2	32	3	2	2	4	4	3	3	4	31	4	4	3	4	5	4	3	4	28
35	3	3	3	3	5	3	5	2	29	4	4	3	3	4	3	3	4	34	3	4	4	3	4	3	3	4	25
36	4	3	5	4	3	2	2	2	27	3	4	4	5	4	3	5	4	39	3	3	2	3	4	5	3	3	23
37	3	5	4	4	3	3	2	4	31	3	3	5	3	3	4	3	3	35	3	3	4	4	3	4	4	3	24
38	3	3	3	2	3	4	3	4	29	2	2	3	3	1	3	3	3	25	2	2	3	4	4	4	2	3	22
39	3	2	2	3	3	4	5	4	31	5	5	3	5	3	5	4	3	40	3	4	4	3	3	4	3	4	25
40	4	3	2	5	2	4	2	3	26	3	3	3	3	4	3	2	2	30	4	3	3	4	3	3	4	4	24
41	3	3	3	4	3	4	2	2	26	3	3	2	5	1	4	4	3	33	3	3	3	4	2	3	4	3	21
42	5	1	3	4	4	4	4	4	32	3	3	3	2	4	4	1	3	30	4	5	4	4	3	3	4	3	26
43	2	3	4	3	2	2	2	3	26	3	5	5	4	3	3	3	3	34	3	2	3	2	2	4	2	4	20
44	4	4	4	3	5	2	3	2	29	3	3	3	3	3	2	2	2	29	3	3	4	2	3	2	4	2	19

Responden	Kualitas Layanan (X1)									Nilai Pelanggan (X2)								Loyalitas Pelanggan (Y)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	JML	1	2	3	4	5	6	7	8	JML
45	4	4	4	4	5	4	4	2	35	4	5	3	3	4	3	3	4	38	3	3	3	3	4	3	4	4	23
46	5	5	4	4	1	3	4	3	33	4	4	3	3	4	5	4	5	40	4	5	3	4	5	4	4	4	29
47	3	3	3	3	3	2	2	3	24	2	2	3	3	2	2	3	2	26	4	3	4	4	4	4	2	3	26
48	4	4	3	3	3	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	4	3	29	3	3	3	3	2	2	3	3	19
49	4	5	3	4	3	4	4	3	33	3	4	3	3	3	4	4	3	33	4	3	3	3	3	2	3	4	22
50	4	4	4	5	5	5	2	3	36	4	3	4	4	3	4	4	4	35	5	4	4	3	3	4	4	4	27
51	4	3	3	3	3	4	2	3	29	4	4	4	4	4	4	4	3	37	5	4	4	4	3	4	4	4	28
52	2	3	3	3	3	2	5	4	29	3	2	2	2	3	2	3	4	27	4	4	3	3	2	2	4	4	22
53	4	4	4	3	4	3	3	4	32	3	3	4	4	3	4	4	2	35	3	3	3	4	3	3	3	4	23
54	3	3	4	4	2	4	3	3	30	4	2	2	2	2	2	4	3	29	4	5	3	4	4	3	4	4	27
55	4	4	3	4	4	4	4	3	33	5	5	4	3	3	4	5	4	40	3	4	4	4	3	3	3	4	25
56	3	4	3	3	3	4	3	3	29	5	4	2	4	5	4	4	4	38	2	4	4	4	4	3	3	4	25
57	2	3	4	3	3	4	4	3	30	4	3	4	5	5	4	4	5	43	4	3	4	5	4	3	4	3	26
58	5	3	4	2	2	3	4	4	31	5	4	2	2	3	3	1	3	27	5	5	3	5	4	3	4	3	28
59	4	3	2	2	4	4	4	3	28	2	3	3	2	4	5	3	3	30	2	2	3	3	4	3	2	4	21
60	3	4	3	2	4	5	5	5	36	4	3	4	4	4	4	5	4	38	3	3	2	3	5	3	5	4	23



```

GET
  FILE='C:\Users\ACER INDONESIA\Documents\Untitled1.sav'.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
REGRESSION
  /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
  /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) .

```

## Regression

Notes		
Output Created		10-MAR-2022 12:42:57
Comments		
Input	Data	C:\Users\ACER INDONESIA\Documents\Untitled 1.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax		REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED) /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID).
Resources	Processor Time	00:00:11.33
	Elapsed Time	00:00:05.92
	Memory Required	2912 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	664 bytes

[DataSet1] C:\Users\ACER INDONESIA\Documents\Untitled1.sav

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Loyalitas Pelanggan	28.28	3.315	60
Kualitas Layanan	27.90	3.363	60
Nilai Pelanggan	27.15	4.690	60

### Correlations

		Loyalitas Pelanggan	Kualitas Layanan	Nilai Pelanggan
Pearson Correlation	Loyalitas Pelanggan	1.000	.585	.303
	Kualitas Layanan	.585	1.000	.207
	Nilai Pelanggan	.303	.207	1.000
Sig. (1-tailed)	Loyalitas Pelanggan	.	.000	.009
	Kualitas Layanan	.000	.	.056
	Nilai Pelanggan	.009	.056	.
N	Loyalitas Pelanggan	60	60	60
	Kualitas Layanan	60	60	60
	Nilai Pelanggan	60	60	60

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.614 <sup>a</sup>	.376	.355	2.663	1.827

a. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	244.005	2	122.003	17.206	.000 <sup>b</sup>
	Residual	404.178	57	7.091		
	Total	648.183	59			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.646	3.235		2.981	.004		
	Kualitas Layanan	.538	.105	.546	5.103	.000	.957	1.045
	Nilai Pelanggan	.134	.076	.189	1.772	.082	.957	1.045

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Kualitas Layanan	Nilai Pelanggan
1	1	2.974	1.000	.00	.00	.00
	2	.019	12.552	.06	.18	.95
	3	.007	20.845	.94	.82	.05

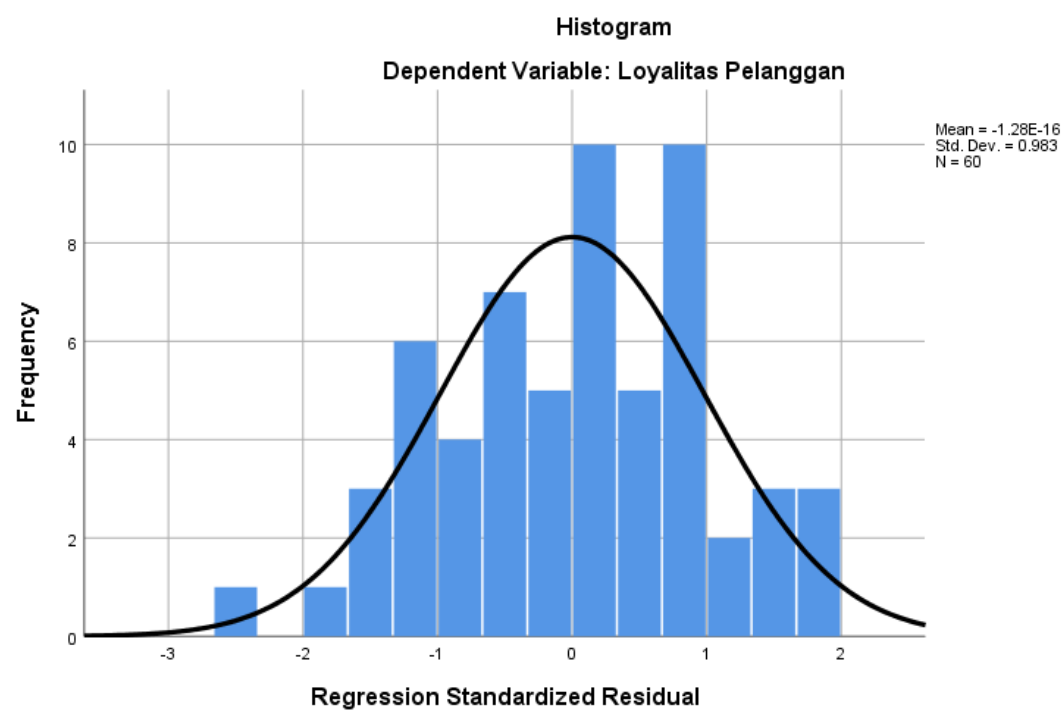
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

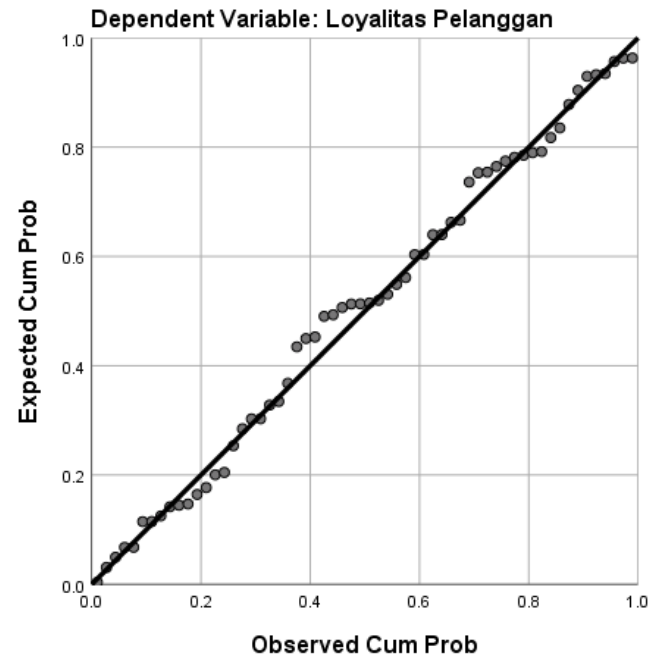
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	24.02	32.88	28.28	2.034	60
Std. Predicted Value	-2.097	2.262	.000	1.000	60
Standard Error of Predicted Value	.344	.870	.579	.139	60
Adjusted Predicted Value	23.57	32.76	28.28	2.028	60
Residual	-7.093	4.761	.000	2.617	60
Std. Residual	-2.664	1.788	.000	.983	60
Stud. Residual	-2.745	1.831	.001	1.008	60
Deleted Residual	-7.535	4.995	.008	2.752	60
Stud. Deleted Residual	-2.921	1.871	-.001	1.024	60
Mahal. Distance	.002	5.313	1.967	1.418	60
Cook's Distance	.000	.157	.017	.026	60
Centered Leverage Value	.000	.090	.033	.024	60

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

## Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

