

**PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG SMARTPHONE ANDROID
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UISU
(STAMBUK 2017-2018)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Sumatra Utara

DIAJUKAN OLEH :

NAMA MAHASISWA :NONA CHANIA
NPM :71170312058
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN



UNIVERSITAS ISLAM SUMATRA UTARA
MEDAN
2021
ABSTRAK

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmatnya yang sampai detik ini tak putus mencurahkan segala nikmat-Nya sehingga dengan perasaan yang senang dan bangga penulis dapat mengerjakan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG SMARTPHONE ANDROID PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UISU (Stambuk 2017/2018)” sebagai tahap awal dan syarat utama menuju sidang meja hijau untuk mendapatkan gelar sarjana Fakultas Ekonomi di Universitas Islam Sumatra Utara.

Selama Proses pembuatan skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karna itu, dalam kesempatan ini penulis menghaturkan rasa hormat dan mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Safrida, SE., M.Si selaku Dekan beserta Pembantu Dekan I, Pembantu Dekan II, dan Pembantu Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
2. Bapak Supriadi, S.E., M.M., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Bapak Syafrizal, S.E., M.M selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan.

3. Ibu Dr. Hj. Nilawati, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan ilmu pengetahuannya kepada penulis.
4. Bapak Ismail, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan ilmu pengetahuannya kepada penulis.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang luas kepada penulis dalam perkuliahaan, semoga ilmu yang diberikan memberikan manfaat untuk penulis dimasa mendatang
6. Untuk orang tua serta keluarga yang senantiasa mendukung dan mendoakan kelancaran dalam penulisan penelitian.
7. Untuk teman terdekat yang namanya tidak saya sebutkan yang selalu membantu ketika penulis mengalami kesulitan dalam pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik materi maupun cara penulisannya. Namun demikian penulis telah berupaya dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat selesai dengan baik dan oleh karenanya penulis dengan kerendahan hati dan dengan tangan terbuka menerima masukan, saran dan usul guna penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca .

Medan, Desember 2020

Nona Chania

DAFTAR ISI

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Batasan dan Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Uraian Teoritis	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Android.....	11
2.1.3 Kepuasan	12
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	13
2.1.5 Keputusan Pembelian Ulang.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Konseptual.....	17
2.4 Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Lokasi, Objek dan Waktu penelitian.....	19
3.2 Populasi dan Sampel	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data	21
3.4 Definisi Operasional Variabel	22
3.5 Pengujian Instrumen Data	25
3.6 Teknik Analisa Data	27
BAB IV GAMBARAN UMUM	31
4.1 Sejarah Singkat Kampus Universitas Islam Sumatera utara ...	31
4.2 Latar Belakang Perusahaan	33
BAB V ANALISIS DAN EVALUASI	38
5.1 Metode Analisis Deskriptif	38
5.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	39
5.3 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	44
5.4 Uji Asumsi Klasik.....	46
5.5 Analisis Linier Berganda.....	49
5.6 Uji Hipotesis	50
5.7 Pembahasan	53

BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
6.1	Kesimpulan.....	54
6.2	saran	54
DAFTAR PUSTAKA.....		55
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Penggunaan Perangkat Digital	1
Gambar I.2	Presentase Penggunaan Sistem Operasi Android	2
Gambar I.3	Presentasi Penggunaan Aplikasi di Masa Pandemi.....	4
Gambar II.1	Model Kepuasan dan Loyalitas konsumen.....	13
Gambar II.2	Kerangka Konseptual	17
Gambar IV.1	Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi UISU	33
Gambar V.1	Pendekatan Histogram.....	46
Gambar V.2	Plot Uji Normalitas	47
Gambar V.3	Hasil Grafik Scatterplot.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	15
Tabel III.1	Waktu Penelitian.....	19
Tabel III.2	Operasional Variabel	23
Tabel V.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis	39
Tabel V.2	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan (X1)	40
Tabel V.3	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas (X2)	41
Tabel V.4	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel .. Keputusan Pembelian Ulang (Y)	43
Tabel V.5	Uji Validitas Variabel Kepuasan (X1).....	44
Tabel V.6	Uji Validitas Loyalitas (X2).....	44
Tabel V.7	Uji Validitas Keputusan Pembelian Ulang(Y)	45
Tabel V.8	Uji Reliabilitas Kepuasan (X1)	45
Tabel V.9	Uji Reliabilitas Loyalitas (X2).....	45
Tabel V.10	Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	46
Tabel V.11	Hasil Uji Multikolonieritas	48
Tabel V.12	Tabel Analisis Regresi Linier Berganda	49
Tabel V.13	Hasil Uji Simultan (Uji F)	50
Tabel V.14	Hasil Uji T	51
Tabel V.15	Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	52

2. Produsen Smartphone Android diharap untuk mengeluarkan produk-produk yang lebih beragam dari segi model dan harga agar para pelanggan mudah dalam memilih smartphone android yang sesuai dengan kebutuhan pelanggannya

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2006.** Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- , **Sukarsimi.** (2012). Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta : Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2011.** Manajemen Pemasaran. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Daryanto, 2011,** Sari Kuliah Manajemen Pemasaran, Bandung: PT SaranaTutorial Nurani Sejahtera.
- (2014). Pendekatan Pembelajaran Saintifik Kurikulum 2013. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Dewi, Nila Kasuma, Andri, Gus, Yonaldi, Sepris 2012** “Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan *Vaseline Hand and Body Lotion* di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Unilever Cabang Padang) (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 3, Nomor 2, Mei 2012 ISSN : 2086-5031)
- Ekawati, Rika Kharlina 2017.** “Analisis Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Android Terhadap Minat Beli Pelanggan Toko ABC Palembang” (Jurnal Sisfokom, Volume 06, Nomor 01, Maret 2017)
- Nawawi, Hadari (2011),** Manajemen Penelitian Deskriptif. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Kinnear, et.al. (2009)** Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Jakarta : Penerbitan Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, 2007,** Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta
- 2003. Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- 2008, Manajemen Pemasaran, Jakarta : Penerbitan Erlangg.

- **2009**. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi 13 .Jakarta : Erlangg.
- & **Armstrong, Gary. 2013**. Prinsip-prinsip Manajemen. Edisi 14,Jilid1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006**. Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Pureklong, Florensus 2017**. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas konsumen (studi kasus pada Spink Tattoo Studio Yogyakarta).
- Safaat, Nazruddin 2012**“Android Pemograman Aplikasi Mobile Smartphone dan Tablet PC Berbasis Android”.Bandung : Informatika Bandung.
- Swasta, Basu (2002)**. Azas-azas Marketing. Yogyakarta : Liberty
- Sekaran, Uma 2006** Metodologi Penelitian. Buku 2, Edisi ke 2, Penerbit Salemba Empat, Jakarta Selatan.
- Sugiyono. 2010**.Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B. Bandung : PT.Afabeta.
- **2012**.Metode Penelitian Bisnis. Bandung : Alfabeta.
- 2013**, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.
(Bandung: ALFABETA)
- **2016**. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B. Bandung :PT. Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2005**. Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing.
- Wulandari, Nur (2013)**. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan konsumen (studi kasus pada konsumen KOPIKITA Semarang)
- Wulansari, Anette 2013** “PENGARUH BRAND TRUST DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PRODUK SARI ROTI (Studi Pada Konsumen di Perumahan Gresik Kota Baru, Manyar Gresik).(Jurnal Ilmu Manajemen. Volume 1 Nomor 2 Maret 2013.)

<https://rifqimulyawan.com/blog/pengertian-android/>

<https://tekno.kompas.com/read/2020/07/12/16050087/pandemi-bikin-orangindonesia-makin-betah-berlama-lama-buka-aplikasi>
<https://qwords.com/blog/sejarah-android/>

KUESIONER PENELITIAN

Saya Mahasiswi Universitas Islam Sumatera Utara Jurusan Manajemen Pemasaran, saya sedang menyusun sebuah laporan akhir sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 dari Universitas Islam Sumatera Utara dengan judul:

“Pengaruh Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Smartphone Android ”

Besar saya kiranya teman - teman mahasiswa/i bersedia mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Identitas Responden

1. Nama/Inisial :
2. Jenis Kelamin :
3. Nomor Telepon :

PERTANYAAN KUESIONER

Berikanlah tanda checklist (√) pada sekor jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan keadaan anda untuk masing masing item pertanyaan .

Keterangan :

SS : *Sangat Setuju*

S : *Setuju*

N : *Netral*

TS : *Tidak Setuju*

STS : *Sangat Tidak Setuju*

Kepuasan	Tanggapan				
1. Apakah anda merasa puas dengan produk smartphone android	SS	S	N	TS	STS
2. Apakah anda selalu membeli produk smartphone Android?	SS	S	N	TS	STS
3. Apakah anda akan merekomendasikan produk smartphone Android kepada orang lain?	SS	S	N	TS	STS
4. Apakah harapan anda terpenuhi setelah membeli produk smartphone Android?	SS	S	N	TS	STS

Loyalitas	Tanggapan				
1. Apakah anda termasuk orang yang cenderung membeli lebih banyak dan setia terhadap smartphone Android?	SS	S	N	TS	STS
2. Apakah anda melakukan <i>word of mouth (feedback)</i> ?	SS	S	N	TS	STS
3. Apakah anda akan memberikan gagasan atau saran positif kepada perusahaan smartphone Android?	SS	S	N	TS	STS

Keputusan Pembelian Ulang					
1. Apakah anda akan membeli kembali produk Smartphone Android dimasa yang akan datang?	SS	S	N	TS	STS

2. Apakah anda akan membeli beberapa produk Smartphone Android kedepannya?	SS	S	N	TS	STS
--	----	---	---	----	-----

LAMPIRAN

JAWABAN RESPONDEN

Responden	Kepuasan (X1)				Jumlah
	1	2	3	4	
1	3	3	3	3	12
2	5	3	3	4	15
3	4	4	3	5	16
4	3	2	2	3	10
5	3	3	3	3	12
6	5	4	4	4	17
7	3	3	3	3	12
8	4	4	4	4	16
9	4	3	3	3	13
10	3	3	3	3	12
11	5	5	5	5	20
12	5	5	4	4	18
13	4	4	4	4	16
14	4	3	4	4	15
15	5	5	5	5	20
16	4	3	4	5	16
17	5	5	5	4	19
18	3	2	3	4	12
19	3	2	3	4	12
20	5	4	4	4	17
21	5	4	3	4	16
22	5	4	3	4	16
23	5	4	4	4	17
24	4	5	5	4	18
25	1	3	5	1	10
26	3	2	2	2	9
27	4	3	3	3	13
28	5	5	5	4	19
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	4	19
31	3	3	4	3	13
32	5	4	5	4	18
33	4	4	5	4	17

34	5	4	3	5	17
35	4	3	4	3	14
36	3	2	3	3	11
37	4	4	5	5	18
38	3	3	4	4	14
39	5	5	3	5	18
40	3	4	4	4	15
41	5	5	5	5	20
42	4	2	4	5	15
43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	20
45	4	3	4	4	15
46	4	3	4	4	15
47	4	5	4	4	17
48	3	2	3	3	11
49	3	3	3	3	12
50	3	2	4	3	12
51	3	3	3	2	11
52	5	5	5	5	20
53	3	2	3	1	9
54	4	4	4	4	16
55	3	3	3	2	11
56	5	4	5	4	18
57	4	4	3	4	15
58	5	4	3	5	17
59	5	5	5	5	20
60	4	5	4	5	18
61	5	5	5	5	20
62	5	4	3	5	17
63	4	4	3	4	15
64	3	3	5	3	14
65	3	3	4	3	13
66	4	3	3	4	14
67	3	3	3	3	12
68	4	3	2	3	12
69	3	3	3	3	12
70	4	4	4	4	16
71	5	5	5	5	20

72	3	4	3	4	14
73	4	4	4	4	16
74	5	5	5	5	20
75	5	5	5	5	20
76	5	5	5	5	20
77	5	5	5	5	20
78	5	5	5	4	19
79	3	3	3	3	12
80	4	3	2	4	13
81	3	4	4	5	16
82	4	5	4	5	18

Responden	Loyalitas (X2)			Jumlah
	1	2	3	
1	3	3	3	9
2	5	4	3	12
3	4	3	4	11
4	3	3	3	9
5	3	3	4	10
6	4	4	4	12
7	3	3	3	9
8	4	4	4	12
9	3	4	4	11
10	3	3	3	9
11	5	5	5	15
12	4	4	3	11
13	4	4	4	12
14	5	4	3	12
15	2	4	4	10
16	3	3	3	9
17	4	4	4	12
18	1	2	3	6
19	3	3	3	9
20	3	3	3	9
21	3	1	1	5
22	3	1	1	5
23	3	3	4	10

24	5	4	4	13
25	5	1	3	9
26	2	2	3	7
27	3	3	3	9
28	3	4	4	11
29	4	4	4	12
30	3	4	4	11
31	3	3	3	9
32	3	4	3	10
33	3	4	3	10
34	2	2	3	7
35	2	3	4	9
36	1	3	2	6
37	4	4	4	12
38	3	3	4	10
39	5	4	2	11
40	3	3	3	9
41	5	5	5	15
42	3	3	5	11
43	5	3	3	11
44	5	5	5	15
45	4	3	3	10
46	4	3	3	10
47	4	2	4	10
48	1	3	2	6
49	3	3	3	9
50	2	4	4	10
51	3	3	3	9
52	4	4	4	12
53	1	3	2	6
54	4	4	4	12
55	3	3	3	9
56	4	3	4	11
57	3	1	2	6
58	5	4	4	13
59	4	4	4	12
60	5	4	3	12
61	4	5	4	13

62	5	5	4	14
63	4	3	3	10
64	2	2	3	7
65	3	2	3	8
66	3	3	4	10
67	3	3	3	9
68	2	3	3	8
69	2	3	3	8
70	3	3	3	9
71	3	3	3	9
72	4	5	3	12
73	4	4	4	12
74	5	5	5	15
75	5	5	5	15
76	5	5	5	15
77	5	5	5	15
78	3	4	2	9
79	4	4	3	11
80	3	4	4	11
81	3	3	5	11
82	4	3	3	10

Responden	Keputusan Pembelian Ulang		Jumlah
	1	2	
1	3	3	6
2	4	4	8
3	4	5	9
4	3	4	7
5	3	3	6
6	4	4	8
7	3	3	6
8	4	4	8
9	4	4	8
10	4	4	8
11	4	5	9
12	4	2	6
13	4	4	8
14	2	2	4

15	4	5	9
16	4	4	8
17	4	4	8
18	3	3	6
19	3	4	7
20	4	4	8
21	3	3	6
22	3	3	6
23	4	4	8
24	4	4	8
25	3	4	7
26	2	2	4
27	3	3	6
28	3	3	6
29	5	5	10
30	3	3	6
31	3	3	6
32	4	4	8
33	5	1	6
34	4	4	8
35	5	5	10
36	3	2	5
37	3	3	6
38	4	3	7
39	5	3	8
40	4	4	8
41	5	5	10
42	5	5	10
43	5	5	10
44	5	5	10
45	4	3	7
46	4	3	7
47	5	5	10
48	3	2	5
49	3	3	6
50	3	4	7
51	3	3	6
52	5	5	10
53	2	2	4

54	4	4	8
55	3	3	6
56	5	5	10
57	5	3	8
58	5	4	9
59	4	5	9
60	4	5	9
61	5	4	9
62	5	4	9
63	3	1	4
64	4	4	8
65	3	4	7
66	4	5	9
67	3	3	6
68	3	3	6
69	3	3	6
70	5	5	10
71	4	4	8
72	5	5	10
73	5	4	9
74	5	5	10
75	5	5	10
76	5	5	10
77	5	5	10
78	3	4	7
79	5	3	8
80	5	5	10
81	5	4	9
82	3	5	8

\

PERSEN KORESPONDEN

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.2	1.2	1.2
3	25	30.5	30.5	31.7
Valid 4	25	30.5	30.5	62.2
5	31	37.8	37.8	100.0
Total	82	100.0	100.0	

HASIL SPSS

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.04	.895	82
X1.2	3.76	1.001	82
X1.3	3.85	.918	82
X1.4	3.93	.953	82
KEPUASAN	15.57	3.182	82
X2.1	3.45	1.068	82
X2.2	3.40	.967	82
X2.3	3.44	.876	82
LOYALITAS	10.29	2.401	82
Y1.1	3.90	.883	82
Y1.2	3.78	1.019	82
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG	7.68	1.699	82

UJI VALIDITAS X1

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.727**	.442**	.727**	.855**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	82	82	82	82	82
X1.2	Pearson Correlation	.727**	1	.660**	.680**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	82	82	82	82	82
X1.3	Pearson Correlation	.442**	.660**	1	.453**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	82	82	82	82	82
X1.4	Pearson Correlation	.727**	.680**	.453**	1	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	82	82	82	82	82
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.855**	.913**	.756**	.849**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	82	82	82	82	82

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

UJI VALIDITAS X2

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X3.3	total
X2.1	Pearson Correlation	1	.516**	.432**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	82	82	82	82
X2.2	Pearson Correlation	.516**	1	.619**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	82	82	82	82
X3.3	Pearson Correlation	.432**	.619**	1	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	82	82	82	82
total	Pearson Correlation	.810**	.858**	.807**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	82	82	82	82

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

UJI VALIDITAS Y

		Y1	Y2	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.593**	.876**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	82	82	82
Y2	Pearson Correlation	.593**	1	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	82	82	82
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.876**	.908**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	82	82	82

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

UJI REALIBILITAS

X1

		N	%
Cases	Valid	82	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	82	100.0

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

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	27.11	31.556	.809	.789
X1.2	27.39	29.871	.880	.768
X1.3	27.29	32.506	.683	.807
X1.4	27.22	31.112	.797	.786
KEPUASAN	15.57	10.124	1.000	.865

UJI REALIBILITAS X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	82	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	82	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17.13	15.895	.708	.795
X2.2	17.18	16.028	.788	.782
X2.3	17.15	17.040	.726	.810
LOYALITAS	10.29	5.765	1.000	.760

UJI REALIBILITAS Y

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	11.46	7.067	.787	.890
Y1.2	11.59	6.295	.824	.835
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG	7.68	2.886	1.000	.740

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	82	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	82	100.0

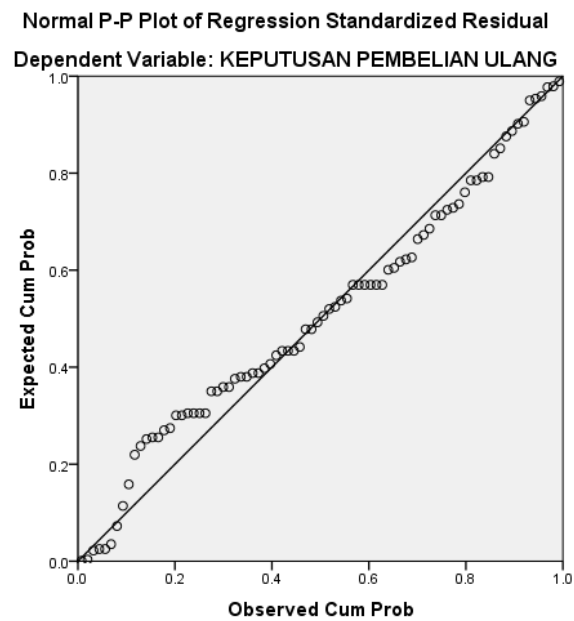
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

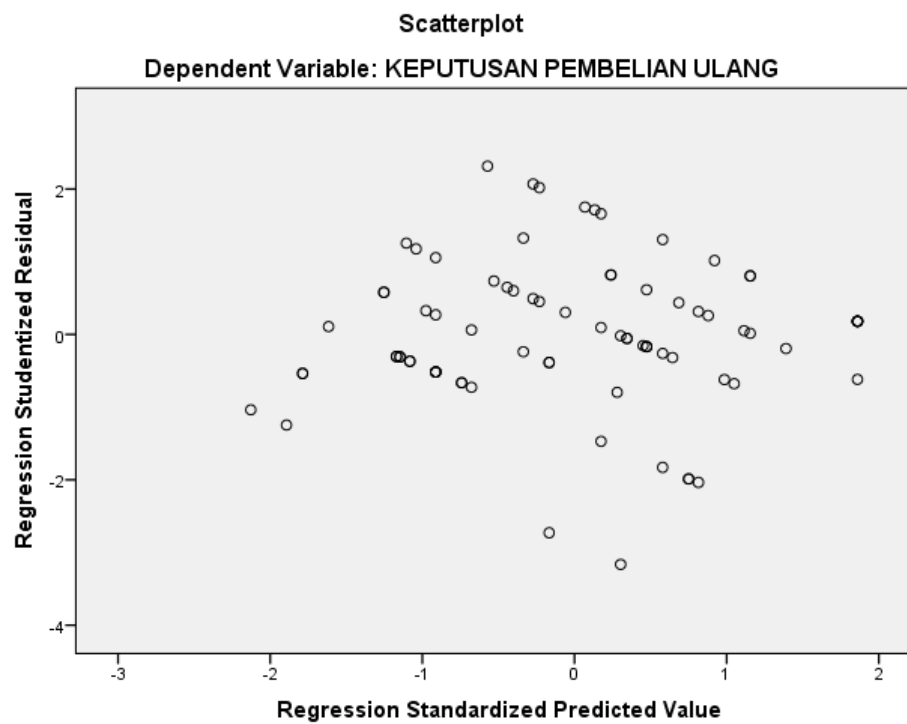
Cronbach's Alpha	N of Items
.889	3

UJI ASUMSI KLASIK

UJI NORMALITAS



UJI HETEROKEDASTISITAS



UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	1.983	.748					
1	KEPUASAN	.192	.058	.359	3.285	.002	.596	1.677
	LOYALITAS	.264	.077	.373	3.416	.001	.596	1.677

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG

ANOVA UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	102.410	2	51.205	30.798	.000 ^b
	Residual	131.346	79	1.663		
	Total	233.756	81			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG

b. Predictors: (Constant), LOYALITAS, KEPUASAN

UJI DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change	
1	.662 ^a	.438	.424	1.289	.438	30.798	2	79	.000	1.946

a. Predictors: (Constant), LOYALITAS, KEPUASAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG

REGRESI LINIER BERGANDA

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG	7.68	1.699	82
KEPUASAN	15.57	3.182	82
LOYALITAS	10.29	2.401	82

Correlations

		KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG	KEPUASAN	LOYALITAS
Pearson Correlation	KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG	1.000	.596	.601
	KEPUASAN	.596	1.000	.635
	LOYALITAS	.601	.635	1.000
	KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG	.	.000	.000
Sig. (1-tailed)	KEPUASAN	.000	.	.000
	LOYALITAS	.000	.000	.
	KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG	82	82	82
N	KEPUASAN	82	82	82
	LOYALITAS	82	82	82
	KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG	82	82	82

