









DAFTAR PUSTAKA

- Eugenia Andrea Dennisa. Suryono Budi Santoso. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang).*, DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT, Vol.5 No 3 Tahun 2016
- Hurriyati, Ratih. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA
- Jackson R.S. Weenas. 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta.*, Jurnal EMBA , 607 Vol.1 No.4 Desember 2013
- Kartika Sukmawati . 2011. *Pengaruh Kualitas Layanan, harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan jasa Transportasi Kreta Api Ekskutif*. Skripsi.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. *"Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7"*. Jakarta : Erlangga.
- Prof. J. Supranto, M.A.,APU. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar (Cetakan Keempat)*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Ratih Hurriyati 2014. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta

- Richie Wungow. 2016. *Kualitas Layanan, Citra, Nilai Dan Kepuasan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Rock Rand Manado.*, Jurnal EMBA, Vol.1 No.3 Juni 2013
- Sari, Nia, dan Ratna Wardani. 2015. *Pengelolaan dan analisis data statistik dengan SPSS.* Edisi 1. Cetakan 1. Yogyakarta: Depublish.
- Siti Ratnasari. 2015. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Kepercayaan Pelanggan Pt. Mitra Intertrans Forwarding Cabang Palu.*, e-Jurnal Katalogis, Vol 3 No 1 Januari Tahun 2015
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D).* Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Greorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta. ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta. ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa.* Jakarta: Gramedia Cawang.
- Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk dan jasa.* Yogyakarta. Ekonesia

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI


1. Nama Mahasiswa : Azizah Noor Iman
2. NIM : 151500164
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 17 Oktober 2018
5. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Laundry Syariah,
6. Dosen Pembimbing : Dra. Siti Istikhoroh M, S.i
7. Konsultasi :

No.	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/Kegiatan
1.	26 Oktober 2018		Revisi judul
2.	26 Oktober 2018		ACC Judul
3.	02 November 2018		Revisi Matrik
4.	09 November 2018		Revisi Matrik
5.	14 November 2018		ACC Matrik & penelitian terdahulu
6.	27 Desember 2018		Proposal Revisi
7.	10 Januari 2019		Proposal Revisi
8.	21 Januari 2019		Proposal Revisi

9.	28 Januari 2019	h	Proposal ACC
10.	20 Juni 2019	h	Kuisisioner ACC
11.	09 Juli 2019	h	Bab 4&5 revisi
12.	03 Juli 2019	h	Bab 4&5 Revisi
13.	04 Juli 2019	h	Bab 4&5 Revisi
14.	09 Juli 2019	h	Bab 4&5 Revisi
15.	12 Juli 2019	h	Artikel Revisi
16.	12 Juli 2019	h	Artikel ACC
17.	18 Juli 2019	h	Bab 4&5 Revisi
19.	22 Juli	h	Bab 4&5 ACC

Tanggal selesai menulis skripsi : 22 Juli 2019

Surabaya, 23 Juli 2019
Dosen Pembimbing,


Dra. Siti Istikhoroh M, S.i
NIP : 196710191992032001

Matrik Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa Pencucian Pakaian Laundry Syariah.

Masalah	Konsep	Variabel	Indikator Variabel	Hipotesis	Sumber Data	Metode Penelitian		
						Populasi dan Sampel	Teknik Pengumpulan Data	Teknik Analisis Data
<p>1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan?</p> <p>2. Apakah terdapat pengaruh nilai konsumen terhadap loyalitas pelanggan?</p> <p>3. Apakah terdapat pengaruh kualitas</p>	<p>a. Kualitas pelayanan (X1) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian keinginan pelanggan.</p> <p>b. Nilai konsumen (X2) adalah selisih</p>	<p>Variable bebas :</p> <p>a. Kualitas pelayanan (X1)</p> <p>b. Nilai konsumen (X2)</p> <p>Variable terikat : Loyalitas pelanggan (Y)</p>	<p>Kualitas pelayanan :</p> <p>a. Penampilan petugas/paratur dalam melayani pelanggan</p> <p>b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan</p> <p>c. Kemudahan dalam proses pelayanan</p> <p>d. Kedisiplinan petugas/paratur</p>	<p>1. Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y)</p> <p>2. Nilai konsumen (X2) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y)</p> <p>3. Kualitas pelayan</p>	<p>Pelanggan Laundry Syariah di desa Kedamean - Gresik.</p>	<p>1. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Laundry Syariah di kecamatan kedamean.</p> <p>2. Sampel dalam penelitian ini adalah 80 pelanggan Laundry Syariah</p>	<p>Kuisisioner</p>	<p>Teknik analisis data yang digunakan :</p> <p>1. Uji Validitas Rumus :</p> $r_{hitung} = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}}$ <p>Keterangan : r_{hitung} : Koefisien korelasi $\sum X_i$: Jumlah skor hitung $\sum Y_i$: Jumlah Skor total n : Jumlah responden</p> <p>2. Uji Reabilitas Rumus koefisien reabilitas Alfa Cronbach :</p> $r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$ <p>k : mean kuadrat antar subyek $\sum S_i^2$: mean kuadrat kesalahan S_t^2 : varians total</p> <p>3. Analisis Regresi Linier Berganda Pada penelitian ini menggunakan 3</p>

<p>pelayanan dan nilai konsumen terhadap loyalitas pelanggan ?</p>	<p>antara manfaat yang diperoleh customer dari suatu produk atau jasa dengan upaya dan pengorbanan yang dilakukannya untuk mendapatkan menggunakan produk</p> <p>c. Loyalitas pelanggan(Y</p>		<p>dalam melakukan pelayanan</p> <p>Nilai konsumen:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Nilai Produk b. Nilai Personal c. Harga d. Nilai Citra <p>Loyalitas pelanggan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Pembelian berulang b. Memberikan informasi atau rekomendasi positif kepada orang lain. c. Memiliki kekebalan terhadap penawaran dari 	<p>andan nilai konsumen, berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan</p>			<p>teknik karena data pertama kali di uji validitasnya kemudian di uji tepat atau tidaknya dari data yang diperoleh dan selanjutnya dari 2 variabel.</p> <p>Pada analisis regresi linier berganda ini menjadi variable dependen (Y) adalah Loyalitas Pelanggan. Sedangkan variable independen Kualitas Pelayanan (X1) dan Nilai Konsumen (X2) persamaan regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :</p> $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$ <p>Keterangan :</p> <p>Y : Loyalitas Pelanggan a : Konstanta b : koefisien regresi X₁ : Kualitas Pelayanan X₂ : Nilai Konsumen</p>
--	---	--	--	---	--	--	--

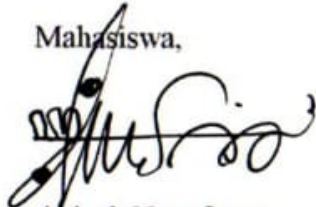
) adalah kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu.		produk lain. d. Melakukan pembelaan.					
---	--	---	--	--	--	--	--

Surabaya, 2 November 2018

Dosen Pembimbing,


Dra. Siti Istikhoroh, MSi

Mahasiswa,


Azizah Noor Iman

KUESIONER

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pencucian Laundry Syariah.

A. Identitas responden

1. Nama

..... (boleh tidak
diisi)

2. Jenis Kelamin : Laki-Laki

Perempuan

3. Usia

..... tahun

4. Pekerjaan

.....

5. Pendidikan

Terakhir

.....

B. Petunjuk pengisian

Berilah tanggapan anda mengenai pernyataan dibawah ini dengan memberi tanda checkmark (√) pada salah satu kolom jawaban.

C. Keterangan :

Sangat Setuju (SS)

Setuju (S)

Netral (N)

Tidak Setuju (ST)

Sangat Tidak Setuju (STS)

Lembar Kuesioner

NO	PERNYATAAN	KETERANGAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Kualitas Pelayanan					
	Bukti Fisik					
1.	Menurut saya , karyawan di Laundry Syariah selalu berpenampilan rapi.					
2.	Menurut saya, Laundry Syariah sudah menggunakan peralatan yang canggih dan memadai.					
	Empati					
3.	Menurut saya, Laundry Syariah selalu mendengar kritik dan saran dari pelanggan.					
4.	Menurut saya , Laundry Syariah peduli akan keinginan					

	konsumen.					
	Keandalan					
5.	Menurut saya , Karyawan Laundry Syariah memberikan pelayanan yang tepat.					
6.	Menurut saya, Laundry Syariah memberikan keakuratan perhitungan administrasi yang baik.					
	Daya Tanggap					
7.	Menurut saya, Laundry Syariah selalu sigap dalam melayani konsumen.					
8.	Menurut saya , Laundry Syariah mampu menangani keluhan konsumen dengan baik.					
	Jaminan					
9.	Menurut saya , Laundry Syariah					

	memberikan jaminan terhadap mutu cucian (Pakaian rapi, wangi dan bersih)					
10.	Menurut saya , saya merasa aman menggunakan jasa pencucian Laundry Syariah.					
2.	Nilai Konsumen					
	Nilai Emosional					
1	Saya merasa puas dengan hasil kinerja Laundry Syariah.					
2.	Saya percaya Laundry Syariah memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan konsumen,					
	Nilai sosial					
3.	Saya tertarik menggunakan Laundry Syariah karena memiliki citra baik.					
4.	Saya merasa lebih percaya diri jika menggunakan jasa					

	Laundry Syariah.					
	Nilai Kualitas					
5.	Menurut saya, Laundry Syariah memberikan kualitas yang baik sesuai dengan yang dijanjikan.					
6,	Menurut saya, Laundry Syariah memiliki kualitas yang baik.					
	Nilai Harga					
7.	Menurut saya, Laundry Syariah menawarkan harga jasa yang terjangkau					
8.	Menurut saya , Laundry Syariah memberikan harga sesuai dengan kualitas yang diberikan.					
3.	Loyalitas Pelanggan					
	Kesetiaan terhadap pembelian produk					
1.	Jika dikemudian hari saya akan					

	menggunakan jasa pencucian pakaian, besar kemungkinan anada akan menggunakan Laundry Syariah					
2.	Saya akan menempatkan Laundry Syariah sebagai pilihan utama.					
	Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan					
3.	Saya akan mengatakan Hal positif mengenai Laundry Syariah kepada orang lain.					
4.	Saya tetap menggunakan jasa Laundry Syariah karna kualitasnya yang baik.					
	Mereferensikan secara total esistensi					

	perusahaan					
5.	Saya merekomendasikan kepada orang lain tentang jasa Laundry Syariah					
6.	Saya selalu mendorong teman atau kerabat saya untuk selalu menggunakan Laundry Syariah					

Resp_16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_24	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	34
Resp_25	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36
Resp_26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_28	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36
Resp_29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_33	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	34

Resp_34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_36	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46
Resp_37	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
Resp_38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Resp_40	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	34
Resp_41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_42	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	37
Resp_43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Resp_45	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
Resp_46	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	34
Resp_47	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	32
Resp_48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Resp_49	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	33
Resp_50	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	34
Resp_51	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49

Resp_16	4	4	4	4	4	4	2	4	30
Resp_17	4	4	4	4	4	4	3	3	30
Resp_18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_19	5	5	4	5	4	4	5	4	36
Resp_20	5	5	4	5	4	4	5	5	37
Resp_21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_23	3	3	3	3	3	4	4	3	26
Resp_24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_25	4	3	4	3	4	4	4	4	30
Resp_26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_27	2	2	2	2	2	2	2	2	16
Resp_28	5	5	5	5	5	5	4	5	39
Resp_29	3	4	3	4	3	3	4	3	27
Resp_30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_32	3	4	4	4	4	3	4	3	29
Resp_33	3	4	4	4	4	3	3	3	28

Resp_34	5	5	5	5	5	5	4	5	39
Resp_35	5	5	5	5	5	5	4	5	39
Resp_36	5	5	5	5	5	5	4	5	39
Resp_37	5	5	5	5	5	5	4	5	39
Resp_38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_39	2	2	2	2	2	2	2	2	16
Resp_40	4	4	4	4	4	4	4	3	31
Resp_41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_42	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_43	4	4	4	4	4	4	3	4	31
Resp_44	5	5	5	5	5	4	3	4	36
Resp_45	3	3	3	3	3	4	4	3	26
Resp_46	4	4	4	4	4	4	3	4	31
Resp_47	4	3	4	3	4	4	3	4	29
Resp_48	4	4	4	4	4	4	4	3	31
Resp_49	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_50	3	4	4	4	4	4	3	4	30
Resp_51	4	3	3	3	3	2	4	4	26

Resp_70	4	3	4	3	4	4	3	4	29
Resp_71	4	4	4	4	4	4	4	3	31
Resp_72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_74	5	5	5	5	5	4	4	5	38
Resp_75	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Resp_76	5	5	5	5	5	4	4	5	38
Resp_77	4	4	4	4	4	5	4	4	33
Resp_78	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Resp_79	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Resp_80	4	4	4	4	4	3	4	3	30

RESPONDEN	Loyalitas Pelanggan						TOTAL
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
Resp_1	5	5	5	5	5	5	30
Resp_2	4	5	5	4	5	5	28
Resp_3	5	5	4	4	5	5	28
Resp_4	5	5	5	5	5	4	29
Resp_5	4	4	4	4	4	4	24
Resp_6	4	4	4	4	4	4	24
Resp_7	5	5	5	5	5	4	29
Resp_8	5	5	5	4	5	5	29
Resp_9	4	4	4	4	4	4	24
Resp_10	5	5	5	5	5	5	30
Resp_11	5	5	5	4	4	4	27
Resp_12	4	4	4	4	4	4	24
Resp_13	4	4	4	3	4	3	22
Resp_14	5	5	5	5	5	5	30
Resp_15	5	5	5	5	5	5	30
Resp_16	4	4	4	4	4	4	24

Resp_17	3	3	3	4	4	4	21
Resp_18	4	5	4	5	4	4	26
Resp_19	5	5	5	5	5	5	30
Resp_20	4	4	4	4	4	4	24
Resp_21	4	4	3	4	5	3	23
Resp_22	5	5	5	5	5	5	30
Resp_23	4	4	4	4	4	3	23
Resp_24	5	5	4	4	4	4	26
Resp_25	4	4	3	4	4	4	23
Resp_26	4	4	4	5	4	4	25
Resp_27	5	5	5	5	5	5	30
Resp_28	4	4	4	4	3	2	21
Resp_29	4	4	4	3	4	3	22
Resp_30	4	4	4	4	4	3	23
Resp_31	5	5	5	5	5	4	29
Resp_32	4	4	3	4	5	3	23
Resp_33	4	4	4	4	4	4	24
Resp_34	4	3	4	4	3	3	21

Resp_35	5	5	4	4	4	5	27
Resp_36	5	4	4	4	3	3	23
Resp_37	5	5	4	4	4	4	26
Resp_38	4	4	4	4	3	4	23
Resp_39	5	5	5	5	5	5	30
Resp_40	4	4	4	4	4	3	23
Resp_41	5	4	4	4	4	3	24
Resp_42	5	5	5	4	4	4	27
Resp_43	5	4	4	4	4	3	24
Resp_44	4	4	4	4	3	4	23
Resp_45	5	5	5	4	4	4	27
Resp_46	4	4	4	3	5	4	24
Resp_47	5	4	5	4	4	3	25
Resp_48	5	5	5	5	5	4	29
Resp_49	4	4	4	4	4	4	24
Resp_50	4	4	4	4	4	4	24
Resp_51	5	5	5	5	5	5	30
Resp_52	4	4	4	4	4	4	24

Resp_53	3	3	3	3	3	3	18
Resp_54	4	4	4	4	4	4	24
Resp_55	4	4	4	4	4	3	23
Resp_56	4	4	4	4	4	4	24
Resp_57	4	3	3	3	3	3	19
Resp_58	4	3	4	4	4	3	22
Resp_59	4	4	4	4	4	4	24
Resp_60	5	5	4	5	4	4	27
Resp_61	5	4	4	4	4	4	25
Resp_62	5	5	5	5	5	5	30
Resp_63	5	5	4	5	4	4	27
Resp_64	4	4	4	4	4	5	25
Resp_65	5	5	5	5	5	5	30
Resp_66	5	5	5	5	5	5	30
Resp_67	4	5	5	5	5	5	29
Resp_68	5	5	5	5	5	5	30
Resp_69	5	4	4	4	4	4	25
Resp_70	4	4	4	4	4	4	24

Resp_71	5	5	5	5	5	5	30
Resp_72	4	4	4	4	4	4	24
Resp_73	4	4	4	4	4	4	24
Resp_74	5	5	5	5	5	5	30
Resp_75	4	4	4	4	4	4	24
Resp_76	4	3	4	4	4	4	23
Resp_77	3	3	3	3	3	3	18
Resp_78	4	4	4	4	4	3	23
Resp_79	4	4	4	4	4	4	24
Resp_80	5	5	5	4	5	4	28



Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Fakultas Ekonomi
Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp-Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website: <http://www.fe.unipasby.ac.id>

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai
Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan
Pada Laundry Syariah
Nama Pembicara : Azizah Noor Iman
NIM : 151500164
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen
Angkatan : 2015
Hari / Tanggal : Selasa, 29 Januari 2019
Dosen Pembimbing : Dra. Siti Istikhoroh, M.Si

No	NAMA	NIM	PRODI	TANDA TANGAN
1.	Asi Prastiwi	151500181	Manajemen	1.
2.	Nabila Amalia	151500072	Manajemen	2.
3.	Lailatul .U.	151500191	Manajemen	3.
4.	ANANG MARUF	151500181	Manajemen	4.
5.	RIRIN Pu .S.	151500207	Manajemen	5.
6.	Dan wahyu I	15150020	Manajemen	6.
7.	Tita Rizky-A	151500074	Manajemen	7.
8.	Ils Jannah A	151600039	Akuntansi	8.
9.	TKA Nur J.	151600261	Akuntansi	9.
10.	Lina Ekawati	151600061	Akuntansi	10.
11.	M. Mukhtar R	151500225	Manajemen	11.
12.	A. Fauzi Huseini	15-150-0205	Manajemen	12.
13.	ANANG MARUF	15-150-0180	Manajemen	13.
14.	Theopilus Arelis I	15-150-0181	Manajemen	14.
15.	Muhtafahatul .I.	15-150-0183	Manajemen	15.
16.	Muhti Kusuma	151500073	Manajemen	16.

17.	M. Solihin	151500034	MANAJEMEN	17.	<i>[Signature]</i>
18.	Siti Asmaul K.	151500145	Manajemen	18.	<i>[Signature]</i>
19.	MEGAWATI E.DP.	161500058	Manajemen	19.	<i>[Signature]</i>
20.	M. Alfan B.M	151500129	Manajemen	20.	<i>[Signature]</i>
21.	Fungki A.	151500026	MANAJEMEN	21.	<i>[Signature]</i>
22.	Sela Meriya	15-150-008	Manajemen	22.	<i>[Signature]</i>
23.	Atika Kahma	15-150-017	Manajemen	23.	<i>[Signature]</i>
24.	Laura Ardya M	151600218	Akuntansi	24.	<i>[Signature]</i>
25.	Ikke Wiliansah	151600120	Akuntansi	25.	<i>[Signature]</i>
26.	Puput Yulianr	151600196	Akuntansi	26.	<i>[Signature]</i>
27.	Medriana S.	151600237	Akuntansi	27.	<i>[Signature]</i>
28.	Annisa Salsabih	151600226	Akuntansi	28.	<i>[Signature]</i>
29.	Netty Irma	151600188	Akuntansi	29.	<i>[Signature]</i>
30.	Siti Kusniyah	151600077	Akuntansi	30.	<i>[Signature]</i>

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

[Signature]

Dra. Siti Istikhoroh, M.Si
NIP.19671019.199203.2001



LAUNDRY SYARIAH

Jalan Raya Kedamean No. 34 Kedamean, Gresik 61175.

Telp. (085) 607226265

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No. 08/BCK/VI/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Isfaizah
Jabatan : Pemilik Laundry Syariah
Alamat : Jl. Raya Kedamean No.34 Kedamean - Gresik.

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Azizah Noor Iman
NIM: : 15-150-0164
Fak/Prodi : Ekonomi/Manajemen
Universitas : Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Telah selesai melakukan penelitian untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA LAUNDRY SYARIAH”**, pada bulan April s/d Juni 2019.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya, Terima kasih.

Gresik, 15 Juni 2019

Isfaizah
Pemilik

	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.3_2	Pearson Correlation	.827**	.761**	.834**	.810**	.857**	1	.699**	.889**	.700**	.926**	.926**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.4_1	Pearson Correlation	.615**	.843**	.707**	.702**	.661**	.699**	1	.827**	.761**	.834**	.897**
	Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	.661**	80	80	80	80	80	80
X1.4_2	Pearson Correlation	.1000**	.749**	.906**	.862**	.889**	.889**	.827**	1	.880**	1	.838**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.941**	.885**	.947**	.931**	.897**	.838**	.841**	.885**	.897**	.941**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

Uji Validitas (X2)

Correlations

	X2.1_1	X2.1_2	X2.2_1	X2.2_2	X2.3_1	X2.3_2	X2.4_1	X.2.4_2	TOTAL	
X2.1_1	Pearson Correlation	1	.862**	.952**	.891**	.928**	.693**	.615**	.834**	.952**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.1_2	Pearson Correlation	.862**	1	.873**	.895**	.846**	.721**	.613**	.703**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.2_1	Pearson Correlation	.952**	.873**	1	.904**	.976**	.716**	.562**	.811**	.955**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.2_2	Pearson Correlation	.891**	.895**	.904**	1	.928**	.679**	.644**	.824**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.3_1	Pearson Correlation	.928**	.846**	.976**	.904**	1	.746**	.566**	.828**	.958**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.3_2	Pearson Correlation	.693**	.721**	.716**	.679**	.746**	1	.575**	.667**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.4_1	Pearson Correlation	.615**	.613**	.562**	.644**	.566**	.575**	1	.613**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.4_2	Pearson Correlation	.834**	.703**	.811**	.824**	.545**	.828**	.667**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.952**	.913**	.955**	.607**	.958**	.807**	.721**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

Uji Validitas (Y)

Correlations

		Y.1_1	Y.1_2	Y.2_1	Y.2_2	Y.3_1	Y.3_2	TOTAL
Y.1_1	Pearson Correlation	1	.787**	.728**	.607**	.545**	.472**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.1_2	Pearson Correlation	.787**	1	.777**	.704**	.704**	.670**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.2_1	Pearson Correlation	.728**	.777**	1	.674**	.647**	.616**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.2_2	Pearson Correlation	.607**	.704**	.674**	1	.630**	.622**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.3_1	Pearson Correlation	.545**	.704**	.647**	.630**	1	.656**	.828**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X1.3_2	Pearson Correlation	.472**	.670**	.616**	.622**	.656**	1	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.805**	.914**	.873**	.831**	.828**	.814**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

Uji Reliabilitas (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	11

Uji Reliabilitas (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	9

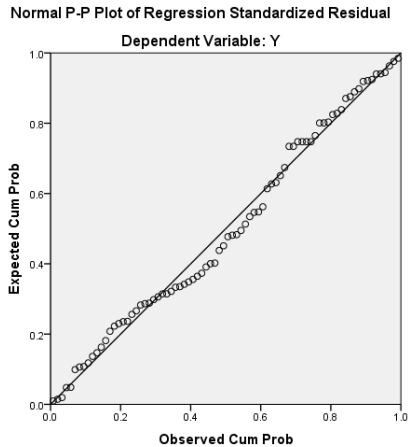
Uji Reliabilitas (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	7

Lampiran Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



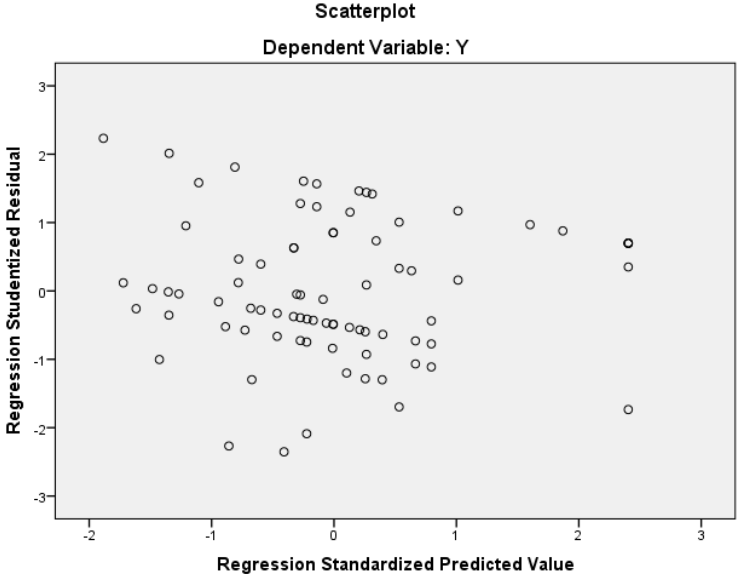
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.97329610
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.062
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.921	1.085
X2	.921	1.085

Uji Heteroskedastisitas



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	27.406	3.010		9.105	.000
	Kualitas	.057	.048	.131	1.173	.245
	Pelayanan					
	Nilai Konsumen	-.141	.058	-.272	-2.432	.017

a. Dependent Variable: minat beli

Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.800

Uji Hipotesis
Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.406	3.010		9.105	.000
	X1	.057	.048	.131	1.173	.245
	X2	-.141	.058	-.272	-2.432	.017

a. Dependent Variable: Y

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	87.489	2	43.744	4.823	.011 ^b
	Residual	698.399	77	9.070		

Total	785.888	79			
-------	---------	----	--	--	--

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Analisis Regresi Linier Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.334 ^a	.111	.088	3.01166

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	27.406	3.010		9.105	.000
	X1	.057	.048	.131	1.173	.245
	X2	-.141	.058	-.272	-2.432	.017

a. Dependent Variable: Y