

## DAFTAR PUSTAKA

- A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (2018). Servqual: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. *Journal of Retailing*, vol. 64 No, 1, pp. 12.
- Abdullah, Thamrin. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Adi, Saputro. (2016). *Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Studi PT. Nusantara Sakti Demak)*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Adi, Saputro. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Adrian, Payne. (2020). *Pemasaran Jasa, The Essence of Service Maerketing*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Amalia, Dewi. (2018). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure di Bursa Efek Indonesia. *Media Riset Akuntansi*, Vol. 3 No. 1 Februari 2018.
- Andreassen, Wallin, & Lindestad. (2018). The Effect Of Corporate Image In The Formation Of Customer Loyalty. *Journal Of Service Service Research*.
- Arikunto, Suharsimi. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2017). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aydin, S., & Ozer, G. (2020). The Analysis of Antecedents of Customer Loyalty in the Turkish Mobile Telecommunication Market. *European Journal of Marketing Vol 39*.

- Azwar. (2017). *Metode Penelitian Jilid I*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar. (2018). *Validitas dan Reliabilitas*. Yogyakarta: Pustaka Setia.
- Dharmmesta, B.S. (2020). Kontribusi Involvement dan Thrust in Brand dalam Membangun Loyalitas Pelanggan, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, vol 20, no 3.
- Diputra, Yudha Bagja. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Arwana di Jakarta. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Unnes.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2020). *Customer Loyalty*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gronhaug, et al. (2019). Action Research and Knowledge Creation: Merits and Challenges. *Qualitative Marketing Research*, Vol 2 (1)
- Hadiyati, Ernani. (2018). Analisis Kualitas Layanan dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Skripsi*. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Jambi. ISSN: 2085-0972
- Hardiwan, Febra, Imam Mahdi. (2020). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol.3 No.1 hal 11-20. FE UNS. Surakarta.
- Hunsaker, Cook. (2016). *Management and Organizational*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Ismarrahmini, U dan Brotoharsojo, H. (2020). *Pengaruh Kepribadian dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek, Psikologi Ekonomi dan Konsumen*. Jakarta: PIO.
- Kartajaya, Hermawan. (2016). *Marketing plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

- Koontz, Harold, Cyril O'Donnell dan Heinz Wehrich. (2016). *Manajemen*; Jilid 1 Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua belas. Jilid 1*. Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong (2017). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2016). *Manajemen Pemasaran 2, Edisi Millenium*. Jakarta: PT. Prenhalindo.
- Kuntari, L. (2018). *Trust and Mistrust*. England: John Willey and Sonds Ltd.
- Lau, G. dan Lee, S. (2019). Consumer's trust in a brand and lin to brand loyalty. *Journal of Market Focused Management*.
- Lovelock, Christopher, dan Lauren K Wright. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa, Indonesia*: PT. Indeks.
- Mabruroh. (2018). Membangun Kepuasan Konsumen dan akses loyalitas. *Benefit* Vol. 7 No.2, Desember 2016, 167-175.
- Moorman, C., Zaltman,G. and Deshpande, R. (2017). Relationships Between Providers and Users of Market Research: The Dynamics of Trust Within and Between Organizations. *Journal of Marketing Research*. 29, 314-28.
- Morgan, R.M. dan S.D. Hunt. (2019). The Commitment Kepercayaan Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*. 58 (3): 20 - 23.
- Mowen, John dan Michael Minor. (2017). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Musanto, T. (2019), Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. 6, NO.2, September 2019: 123 - 136.
- Nasution, M. N. (2020). *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Nooteboom, B and Frederique. (2018). *The Trust Process in Organizations: Empirical Studies of The Determinants and The Process of Trust Development*. England: Edward Elgar Publishing Inc, Northampton.
- Palilati, Alida. (2017). *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan*. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Haluoleo Kendari, Sulawesi Selatan
- Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL. (2017). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 49 (3): 41-50.
- Robbins, Stephen P. (2016). *Perilaku Organisasi*. Edisi kesepuluh. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Rusandi, Edi. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Anggota Koperasi Karyawan Omedata (K2O) Di PT. Omedata Electronic Bandung*. Tesis. Magister Manajemen, Universitas Widyatama Bandung.
- Sabit. Wawancara. 27 Maret 2021, 13.00 WIB.
- Siswoyo, Erik. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelanggan, Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Jateng Pemuda Semarang*.
- Sugiartho. (2018). *Teknik Sampling*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Tatik. (2017). *Perilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha. Ilmu.
- Suryanto, L., Sugiyanto, F.X., dan Sugiyarti. (2017). *Analisis Faktor-faktor Pembentuk Persepsi Kualitas Layanan untuk*

- Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Empiris pada Kantor Cabang BRI Semarang Pattimura). *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 9, Tahun VII, Juli, h.33-46.
- Tjiptono, F. (2017). *Manajemen Kualitas Jasa: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibowo. (2017). *Manajemen Kinerja*. Edisi ketiga. Jakarta: PT.Raja Grafindo Prasada.
- Wijayanti, Ari. (2018). Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Produk Kartu Seluler Pra Bayar Mentari Indosat Wilayah Semarang). *Thesis*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- [www.beta.tirto.id](http://www.beta.tirto.id)
- [www.bisniskurir.com](http://www.bisniskurir.com)
- Zeithaml, Valerie A, Bitner, Mary Jo. (2016). *Service Marketing*. Mc. Graw Hill.

## Lampiran 1 BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
 Website : <http://www.unpsby.ac.id>

**BERITA ACARA**  
**BIMBINGAN REVISI SKRIPSI**

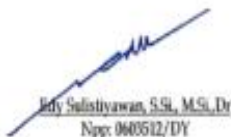
Nama : IKHWAN KUSDIANTO  
 Nim Program Studi : 1715000124/ Manajemen  
 Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JASA UD. RAJAWALI TRANSPORTASI DI GRESIK  
 Tanggal Ujian Skripsi : 4 Juli 2021  
 Penguji : 1. Edy Sulistiyawan, S.Si., Dr  
 2. Siti Samsiyah, S.E., M.M

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1.	04 Juli 2021	Memperbaiki font dan urak font	
2.		Memperbaiki tabel kerangka konseptual	
3.		Menambah reponden	

Surabaya, 4 Juli 2021

Penguji I

Penguji II

  
Edy Sulistiyawan, S.Si., M.Si., Dr  
 Npp: 060512/DY

  
Siti Samsiyah, S.E., MM  
 NPP: 1809867/DY

### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

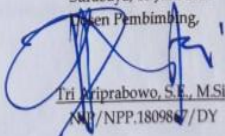
1. Nama Mahasiswa : Ikhwan Kusdianto
2. NIM : 171500024
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 04 november 2020
5. Judul Skripsi : Pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan jasa UD. Rajawali Transportasi di gresik
6. Dosen Pembimbing : Tri Aripabowo, S.E., M.Si
7. Konsultasi :

No.	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/ Kegiatan
1	04-11-2020		Pengajuan Judul
2	10-11-2020		ACC judul skripsi
3	17-11-2020		Revisi bab 1 latar belakang
4	21-11-2020		Revisi bab 1 rumusan masalah
5	28-11-2020		ACC bab I, bab II revisi penelitian terdahulu
6	10-12-2020		Revisi bab II kerangka konseptual
7	20-12-2020		Revisi bab II landasan teori
8	25-12-2020		ACC bab II
9	03-01-2021		Revisi bab III populasi dan sampel
10	10-01-2021		Revisi bab III indikator dan definisi operasional variabel
11	15-01-2021		Revisi tabel rancangan penelitian
12	20-01-2021		ACC bab III dan persiapan seminar proposal
13	25-02-2021		Mengajukan quisioner
14	07-03-2021		ACC quisioner
15	15-04-2021		Revisi bab IV tabel-tabel
16	25-04-2021		Revisi bab IV karakteristik responden
17	28-05-2021		ACC bab IV
18	16-06-2021		Revisi bab V kesimpulan dan saran
19	20-06-2021		ACC bab V dan revisi artikel
20	22-06-2021		ACC artikel

8. Tanggal selesai menulis skripsi
9. Telah diuji dengan nilai :

Surabaya, 18 Juni 2021

Dosen Pembimbing,

  
Tri Aripabowo, S.E., M.Si

NIP./NPP.1809847/DY



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

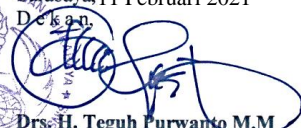
Nomor : 200653 /01/FEB/XI/2021  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:  
Bapak/Ibu Pimpinan  
UD. Rajawali Transportasi  
Di Gresik

Sesuai Kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Ikhwan Kusdianto  
NIM : 171500024  
Prodi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa UD. Rajawali Transportasi DI Gresik

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 11 Februari 2021  
Dekan  
  
Drs. H. Teguh Purwanto M.M.  
NIP. 19601222.199003.1001



## Lampiran 3 CATATAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI


**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

Kampus : Jl. Dalem Merunggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.fk.unigra.ac.id>


---

**CATATAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI**

1.	Nama	: Ikhwani Kusdianto
2.	Nim	: 171500024
3.	Program Studi	: Manajemen
4.	Judul Proposal	: Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa UD.Rajawali Transportasi Di Gresik

Bab/ Halaman	Perbaikan Koreksi
Cover	Tahunnya diganti ke 2021
Bab I	Teori lama diganti tahun yang baru maksimal mulai tahun 2012 ke atas
Bab II	Merubah jumlah sampel dan memperbaiki kerangka konseptual
Bab III	Revisi indikator
Bab 1,2,3	Memperbaiki font, size dan after spasi nol

Surabaya, 29 Januari 2021

Penguji,

Widhayani Puri Setiawati, S.Sos.,S.E.,M.Si

## Lampiran 4 BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI


**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

 Kampus : Jl. Dalah Merunggul XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
 Website : <http://www.f.ugribu.ac.id>
**BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI**

Pada hari ini **Senin** tanggal **01** bulan **Februari** tahun **2021** bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2020 / 2021

Nama Mahasiswa	: Ikhwani Kusdianto
Nim	: 171500024
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa UD.Rajawali Transportasi Di Gresik.

Dihadiri oleh :

No	Nim	Nama Mahasiswa	Email
1	171500005	Akhdad yoga pratama	Tamaco129@gmail.com
2	171500024	Raki Kurniawan	Rakyl689@gmail.com
3	171500137	Ludiantoro	Ludiantoro.2020@gmail.com
4	171500097	Suci ira rahmatwati	irahmatwati123@gmail.com
5	171500131	Ayu Fitriani	Ayufitri68@gmail.com
6	171500120	Arum anindya rachman	Arumamindya@gmail.com
7	171500067	Candy ruzca	Cindyrucsa@gmail.com
8	171500087	Ifri nura'rahmah	Ifri.nur@gmail.com
9	171500142	Mega dewi oen liana s.	Megadewi2828@gmail.com
10	171500083	Khalimatuz sadiyah r.h	skhalimatuz27@gmail.com
11	171500018	Akhdad muhammad al-anabari	Akhdadmuhammad22@gmail.com
12	171500126	Singgih angga ardiansyah	Singgihardiansyah0412@gmail.com
13	171500123	Mandiyanto	Andyantomandy64797@gmail.com
14	171500179	Rico setiawan	Ricosetiawan1998@gmail.com
15	171500243	Yohan rama hulisclan	Yohanramah@gmail.com

Surabaya, 01 Februari 2021

Pengetik : Widhayani Puri Setioningtyas, S.Sos.,S.E.,MSM

Pembimbing : Tri Aripurbowo, S.E.,M.Si

Lampiran 5 JAWABAN RESPONDEN DAN DISTRIBUSI FREKUENSI

**A. Variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ )**

Resp.	Kualitas Layanan ( $X_1$ )											
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	Tot
Resp 1	5	5	5	5	4	5	3	3	2	3	4	44
Resp 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
Resp 3	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	47
Resp 4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	4	3	45
Resp 5	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	44
Resp 6	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	47
Resp 7	4	5	5	5	5	4	2	3	3	3	3	42
Resp 8	5	5	5	5	1	5	1	5	1	5	5	43
Resp 9	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	49
Resp 10	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	48
Resp 11	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	42
Resp 12	4	4	4	4	3	4	1	4	3	3	3	37
Resp 13	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	46
Resp 14	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	51
Resp 15	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	49
Resp 16	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	51
Resp 17	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	50
Resp 18	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	51
Resp 19	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	53
Resp 20	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	49

Resp 21	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	51
Resp 22	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	52
Resp 23	5	5	4	4	5	5	2	4	2	4	4	44
Resp 24	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	44
Resp 25	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	51
Resp 26	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	38
Resp 27	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	50
Resp 28	5	5	5	5	2	4	2	5	2	4	4	43
Resp 29	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	52
Resp 30	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	40
Resp 31	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	51
Resp 32	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	51
Resp 33	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	46
Resp 34	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
Resp 35	5	5	5	5	4	5	3	4	3	4	4	47
Resp 36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
Resp 37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
Resp 38	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	51
Resp 39	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	52
Resp 40	4	4	4	5	4	4	3	4	3	5	5	45

Sumber: Kuesioner

### Distribusi Frekuensi Kualitas Layanan ( $X_1$ )

No.	Uraian	Frekuensi					Presentase				
		SS	S	N	TS	STS	SS	S	N	TS	STS
1.	X1.1	24	16	0	0	0	60%	40%	0%	0%	0%
2	X1.2	33	7	0	0	0	83%	18%	0%	0%	0%
3	X1.3	29	11	0	0	0	28%	73%	0%	0%	0%
4	X1.4	33	7	0	0	0	83%	18%	0%	0%	0%
5	X1.5	26	11	1	1	1	65%	28%	3%	3%	3%
6	X1.6	25	13	2	0	0	63%	33%	5%	0%	0%
7	X1.7	5	9	19	5	2	13%	23%	48%	13%	5%
8	X1.8	17	15	8	0	0	43%	38%	20%	0%	0%
9	X1.9	6	7	22	4	1	15%	18%	55%	10%	3%
10	X1.10	18	13	9	0	0	45%	33%	23%	0%	0%
11	X1.11	18	16	6	0	0	45%	40%	15%	0%	0%
Mean							49%	33%	15%	2%	1%

Sumber: Hasil Data Kuesioner (*Output SPSS Ver. 22.0*)

### B. Variabel Kepercayaan ( $X_2$ )

Resp.	Kepercayaan ( $X_2$ )					Tot
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
Resp 1	5	3	5	5	3	21
Resp 2	4	3	3	3	3	16
Resp 3	5	5	5	5	5	25
Resp 4	5	5	5	5	5	25
Resp 5	5	5	5	5	4	24
Resp 6	5	5	5	5	5	25
Resp 7	5	3	3	3	3	17
Resp 8	5	5	5	5	5	25

Resp 9	5	5	5	5	5	25
Resp 10	5	5	5	5	5	25
Resp 11	4	4	5	5	4	22
Resp 12	4	3	3	3	3	16
Resp 13	4	3	4	4	3	18
Resp 14	5	5	3	5	5	23
Resp 15	4	4	4	4	4	20
Resp 16	5	5	5	5	5	25
Resp 17	5	5	4	4	3	21
Resp 18	5	5	5	5	5	25
Resp 19	5	5	5	5	5	25
Resp 20	5	5	5	5	5	25
Resp 21	5	5	5	5	5	25
Resp 22	5	5	5	5	5	25
Resp 23	5	5	5	3	5	23
Resp 24	4	4	4	4	4	20
Resp 25	5	5	5	5	5	25
Resp 26	4	4	4	4	4	20
Resp 27	5	5	5	5	5	25
Resp 28	4	2	4	4	2	16
Resp 29	5	4	4	4	4	21
Resp 30	4	2	4	4	2	16
Resp 31	5	4	5	5	4	23
Resp 32	5	5	5	5	5	25
Resp 33	4	4	5	5	5	23
Resp 34	4	3	4	4	3	18
Resp 35	4	4	4	4	4	20
Resp 36	5	5	5	5	5	25
Resp 37	5	5	5	5	5	25

Resp 38	5	5	5	5	5	25
Resp 39	5	3	4	4	3	19
Resp 40	4	4	4	4	4	20

Sumber: Kuesioner

### Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan ( $X_2$ )

No.	Uraian	Frekuensi					Presentase				
		SS	S	N	TS	STS	SS	S	N	TS	STS
1.	X2.1	27	13	0	0	0	68%	33%	0%	0%	0%
2	X2.2	22	9	7	2	0	55%	23%	18%	5%	0%
3	X2.3	24	12	4	0	0	60%	30%	10%	0%	0%
4	X2.4	24	12	4	0	0	60%	30%	10%	0%	0%
5	X2.5	21	9	8	2	0	53%	23%	20%	5%	0%
Mean							59%	28%	12%	2%	0%

Sumber: Hasil Data Kuesioner (Output SPSS Ver. 22.0)

### C. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Resp.	Loyalitas Pelanggan (Y)						
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Tot
Resp 1	5	5	5	5	5	5	30
Resp 2	3	3	3	4	3	3	19
Resp 3	5	5	5	5	5	5	30
Resp 4	5	5	4	5	4	5	28
Resp 5	3	4	4	4	4	4	23
Resp 6	5	5	5	5	5	5	30
Resp 7	3	4	5	5	4	3	24
Resp 8	1	5	5	5	3	5	24
Resp 9	5	5	5	5	5	5	30

Resp 10	5	5	5	5	5	5	30
Resp 11	5	4	4	4	4	5	26
Resp 12	4	4	2	4	2	3	19
Resp 13	3	4	5	5	5	4	26
Resp 14	4	5	4	5	4	5	27
Resp 15	5	5	5	5	5	4	29
Resp 16	5	5	4	5	4	5	28
Resp 17	3	4	5	5	4	5	26
Resp 18	3	5	5	5	5	5	28
Resp 19	3	5	5	5	5	5	28
Resp 20	5	5	5	5	5	5	30
Resp 21	5	5	4	5	4	5	28
Resp 22	5	5	4	5	5	5	29
Resp 23	4	4	4	5	4	5	26
Resp 24	2	4	4	4	4	4	22
Resp 25	5	5	3	5	5	5	28
Resp 26	2	4	3	4	4	4	21
Resp 27	5	5	4	5	5	5	29
Resp 28	5	5	2	5	5	5	27
Resp 29	1	4	4	4	4	4	21
Resp 30	2	4	4	4	2	4	20
Resp 31	4	5	4	4	4	4	25
Resp 32	3	5	5	5	5	5	28
Resp 33	5	5	5	5	5	5	30
Resp 34	4	4	4	4	4	4	24
Resp 35	3	4	5	5	4	4	25
Resp 36	5	5	5	5	5	5	30
Resp 37	5	5	5	5	5	5	30
Resp 38	5	5	5	5	5	5	30



Resp 39	5	5	5	5	5	5	30
Resp 40	4	4	4	4	4	4	24

Sumber: Kuesioner

### Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

No.	Uraian	Frekuensi					Presentase				
		SS	S	N	TS	STS	SS	S	N	TS	STS
1	Y.1	20	6	9	3	2	50%	15%	23%	8%	5%
2	Y.2	25	14	1	0	0	63%	35%	3%	0%	0%
3	Y.3	20	15	3	2	0	50%	38%	8%	5%	0%
4	Y.4	29	11	0	0	0	73%	28%	0%	0%	0%
5	Y.5	20	16	2	2	0	50%	40%	5%	5%	0%
6	Y.6	26	11	3	0	0	65%	28%	8%	0%	0%
Mean							59%	31%	8%	3%	1%

Sumber: Hasil Data Kuesioner (Output SPSS Ver. 22.0)

Lampiran 6 OUTPUT SPSS

Hasil Uji Validitas

A. Variabel Kualitas Layanan (X<sub>1</sub>)

Correlations

		X1. 1	X1 .2	X1. 3	X1 .4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10	X1. 11	Tot _X1
X 1. 1	Pears on Correl ation	1	.56 4**	.411 **	.43 0**	0,1 77	.80 0**	0,15 4	0,31 0	- 0,15 3	.426 **	.486 **	.59 6**
	Sig. (2- tailed)		0,0 00	0,00 8	0,0 06	0,2 75	0,0 00	0,34 3	0,05 2	0,34 5	0,00 6	0,00 1	0,0 00
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X 1. 2	Pears on Correl ation	.564 **	1	.600 **	.65 4**	.34 2*	.45 1**	0,18 2	0,13 7	0,01 9	0,21 4	0,28 6	.55 2**
	Sig. (2- tailed)	0,00 0		0,00 0	0,0 00	0,0 31	0,0 03	0,26 1	0,40 0	0,90 5	0,18 4	0,07 4	0,0 00
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X 1. 3	Pears on Correl ation	.411 **	.60 0**	1	.74 8**	0,2 26	.41 3**	0,09 9	0,10 9	- 0,02 6	0,17 5	.337 *	.48 9**
	Sig. (2- tailed)	0,00 8	0,0 00		0,0 00	0,1 60	0,0 08	0,54 5	0,50 3	0,87 6	0,27 9	0,03 3	0,0 01
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X 1. 4	Pears on Correl ation	.430 **	.65 4**	.748 **	1	0,2 66	.45 1**	0,24 8	0,22 4	0,16 1	0,29 8	.378 *	.62 7**



X 1. 9	Pears on Correl ation	- 0,15 3	0,0 19	- 0,02 6	0,1 61	.44 9**	0,1 15	.668 **	.321 *	1	0,10 4	0,07 9	.55 3**
	Sig. (2- tailed)	0,34 5	0,9 05	0,87 6	0,3 22	0,0 04	0,4 78	0,00 0	0,04 3		0,52 2	0,62 9	0,0 00
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X 1. 10	Pears on Correl ation	.426 **	0,2 14	0,17 5	0,2 98	0,1 64	.47 6**	0,05 6	.416 **	0,10 4	1	.811 **	.62 7**
	Sig. (2- tailed)	0,00 6	0,1 84	0,27 9	0,0 62	0,3 11	0,0 02	0,73 3	0,00 8	0,52 2		0,00 0	0,0 00
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X 1. 11	Pears on Correl ation	.486 **	0,2 86	.337 *	.37 8*	0,1 62	.60 3**	0,14 1	.383 *	0,07 9	.811 **	1	.68 5**
	Sig. (2- tailed)	0,00 1	0,0 74	0,03 3	0,0 16	0,3 19	0,0 00	0,38 6	0,01 5	0,62 9	0,00 0		0,0 00
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
T ot al - X 1	Pears on Correl ation	.596 **	.55 2**	.489 **	.62 7**	.58 5**	.70 6**	.600 **	.518 **	.553 **	.627 **	.685 **	1
	Sig. (2- tailed)	0,00 0	0,0 00	0,00 1	0,0 00	0,0 00	0,0 00	0,00 0	0,00 1	0,00 0	0,00 0	0,00 0	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

## B. Variabel Kepercayaan (X<sub>2</sub>)

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.670**	.517**	.517**	.567**	.729**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,001	0,001	0,000	0,000
	N	40	40	40	40	40	40
X2.2	Pearson Correlation	.670**	1	.627**	.627**	.915**	.925**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	40	40	40	40	40	40
X2.3	Pearson Correlation	.517**	.627**	1	.778**	.658**	.829**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	40	40	40	40	40	40
X2.4	Pearson Correlation	.517**	.627**	.778**	1	.658**	.829**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	40	40	40	40	40	40
X2.5	Pearson Correlation	.567**	.915**	.658**	.658**	1	.923**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	40	40	40	40	40	40

Total _X2	Pearson Correlation	.729**	.925**	.829**	.829**	.923**	1
	Sig. (2- tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

### C. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

#### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.558**	0,059	.448**	.529**	.478**	.761**
	Sig. (2- tailed)		0,000	0,720	0,004	0,000	0,002	0,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y2	Pearson Correlation	.558**	1	.352*	.686**	.621**	.754**	.803**
	Sig. (2- tailed)	0,000		0,026	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y3	Pearson Correlation	0,059	.352*	1	.518**	.480**	.366*	.589**
	Sig. (2- tailed)	0,720	0,026		0,001	0,002	0,020	0,000
	N	40	40	40	40	40	40	40

Y4	Pearson Correlation	.448**	.686**	.518**	1	.626**	.653**	.795**
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,000	0,001		0,000	0,000	0,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y5	Pearson Correlation	.529**	.621**	.480**	.626**	1	.601**	.851**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,002	0,000		0,000	0,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Y6	Pearson Correlation	.478**	.754**	.366*	.653**	.601**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,000	0,020	0,000	0,000		0,000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Total_Y	Pearson Correlation	.761**	.803**	.589**	.795**	.851**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

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

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

## Hasil Uji Reliabilitas

### A. Variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ )

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,789	11

### B. Variabel Kepercayaan ( $X_2$ )

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,896	5

### C. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,808	6



## Hasil Uji Asumsi Klasik

### A. Uji Normalitas

#### 1. Variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ )

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,27566529
Most Extreme Differences	Absolute	0,079
	Positive	0,079
	Negative	-0,072
Test Statistic		0,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

## 2. Variabel Kepercayaan ( $X_2$ )

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,28649306
	Most Extreme Differences	
	Absolute	0,112
	Positive	0,088
	Negative	-0,112
Test Statistic		0,112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

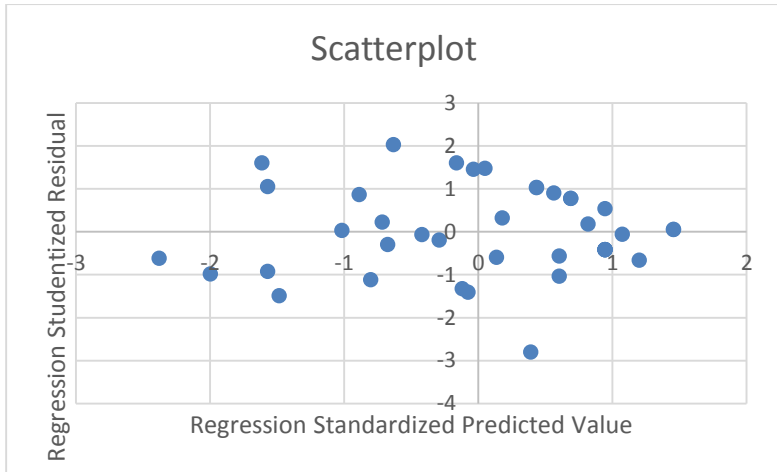
## B. Uji Multikolinearitas

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,271	3,723		0,610	0,546		
X1	0,256	0,099	0,390	2,587	0,014	0,624	1,601
X2	0,342	0,136	0,378	2,506	0,017	0,624	1,601

a. Dependent Variable: Y

### C. Uji Heteroskedastisitas



### D. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.689 <sup>a</sup>	0,475	0,447	2,160	2,315

## Hasil Uji Regresi Linier Berganda

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,271	3,723		0,610	0,546
Kualitas Layanan	0,256	0,099	0,390	2,587	0,014
Kepercayaan	0,342	0,136	0,378	2,506	0,017

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 <sup>a</sup>	0,475	0,447	2,160

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Layanan

## Hasil Pengujian Hipotesis

### A. Hipotesis Parsial (Uji-t)

#### 1. Variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ )

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,651	3,970		0,668	0,508
Total_X1	0,408	0,083	0,621	4,888	0,000

a. Dependent Variable: Total\_Y

#### 2. Variabel Kepercayaan ( $X_2$ )

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,602	2,589		3,709	0,001
Total_X2	0,558	0,116	0,617	4,828	0,000

a. Dependent Variable: Total\_Y

## B. Hipotesis Simultan (Uji-F)

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	156,312	2	78,156	16,748	.000 <sup>b</sup>
	Residual	172,663	37	4,667		
	Total	328,975	39			

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Total\_X2, Total\_X1

## Lampiran 7 KUISIONER PENELITIAN

### Kuesioner

#### A. Kualitas Layanan

No.	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan UD. Rajawali Transportasi berpenampilan rapi dan sopan					
2	UD. Rajawali Transportasi memiliki website untuk mempermudah konsumen mengakses informasi tentang pengiriman					
3	Pengiriman barang yang dilakukan oleh UD. Rajawali transportasi cepat dan tepat waktu sesuai estimasi pengiriman					
4	Jangkauan pengiriman UD. Rajawali Transportasi luas					
5	UD. Rajawali Transportasi mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi konsumen					
6	UD. Rajawali Transportasi mampu menjaga keamanan barang yang dikirim					
7	UD. Rajawali Transportasi dapat menanggapi keluhan konsumen dengan cepat					
8	UD. Rajawali Transportasi mampu melayani konsumen dengan cepat					
9	UD. Rajawali Transportasi memberikan jaminan atas kehilangan dan kerusakan barang yang dikirimkan					

10	Karyawan UD. Rajawali Transportasi memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami selama bertransaksi					
11	UD. Rajawali Transportasi merespon dengan baik apa yang menjadi permintaan ataupun keluhan konsumen					

## B. Kepercayaan

No.	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1	Jasa pengiriman barang UD. Rajawali Transportasi dapat dipercaya					
2	Saya percaya UD. Rajawali Transportasi akan selalu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya					
3	Saya percaya UD. Rajawali Transportasi mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi konsumen					
4	Saya percaya pengiriman barang yang dilakukan oleh UD. Rajawali Transportasi cepat dan tepat waktu sesuai estimasi pengiriman					
5	Saya percaya UD. Rajawali Transportasi mampu menjaga keamanan barang yang dikirim					



### C. Loyalitas Pelanggan

No.	Keterangan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya akan menggunakan jasa pengiriman barang UD. Rajawali Transportasi lagi di masa yang akan datang					
2	Saya merekomendasikan jasa pengiriman barang UD. Rajawali Transportasi kepada orang lain					
3	Saya akan mengatakan hal positif tentang pelayanan jasa pengiriman UD. Rajawali Transportasi kepada orang lain					
4	Saya akan menjadi pelanggan setia pengguna jasa pengiriman UD. Rajawali Transportasi					
5	Saya menganggap UD. Rajawali Transportasi adalah pilihan utama untuk jasa pengiriman barang					
6	Saya akan tetap menggunakan jasa pengiriman UD. Rajawali Transportasi dan tidak akan beralih menggunakan jasa pengiriman lainnya					