



### Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi

Semester GENAP Tahun Akademik 2016/2017

Nomor : 0908/BAAK/X/2016

Setelah memperhatikan Surat Ketua Program Studi tentang usulan dosen pembimbing skripsi dengan ini Ketua STIE Malangkeçwara Malang menetapkan :

Nama : - DIDIK PRIYO SUGIHARTO, SE, MM  
Sebagai : Dosen Pembimbing 1  
Nama : --  
Sebagai : Dosen Pembimbing 2

Untuk mahasiswa berikut

Nama : RIOKO DEWANTORO CAHYONO  
Nomor Pokok : K.2013.1.32171  
Skripsi yang diajukan  
Bidang Kajian : MANAJEMEN PEMASARAN  
Pokok Bahasan : PERILAKU KONSUMEN  
Tempat/Obyek : -  
Judul Skripsi : -

Demikian surat penetapan ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan sebaiknya.  
Penetapan ini berlaku sejak dikeluarkan.

Dikeluarkan di : Malang  
Pada Tanggal : 22/03/2017  
Ketua Program Studi Manajemen,



Dra. LINDANANTY, MM.  
NIK-P.3M : 202.710.194



# STIE Malangkuççwara

(Accounting Business Management)

Jl. Terusan Candi Kalasan - Malang Telp. 0341-491813

## KARTU BIMBINGAN SKRIPSI BAB I s.d. BAB III

BLN/TGL	BAB	PERMASALAHAN	PARAF
Bulan : <i>Maret - April</i>			
<i>27/3/17</i>	-	<i>Rencana jurnal</i>	<i>[Signature]</i>
<i>30/3/17</i>	-	<i>Kejelasan bab I</i>	
<i>6/4/17</i>	-	<i>Bab II perbaiki</i>	
Bulan : <i>April - Mei</i>			
<i>13/4/17</i>	<i>II</i>	<i>acc - Lempt bab II</i>	<i>[Signature]</i>
<i>2/5/17</i>		<i>Menerangkan Bab II</i>	
<i>5/5/17</i>	<i>II</i>	<i>Rum.</i>	
<i>10/5/17</i>	<i>II</i>	<i>acc</i>	
Bulan : <i>Juni - Juli</i>			
<i>15/6/17</i>	<i>III</i>	<i>menjelaskan</i>	<i>[Signature]</i>
<i>19/6/17</i>	<i>III</i>	<i>kemb.</i>	
<i>17/7/17</i>	<i>I, II, III</i>	<i>acc</i>	
Bulan :			
Bulan :			

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

*[Signature]*

\_\_\_\_\_

**Catatan:**

Bobot Penilaian skripsi oleh pembimbing sebesar 50% dengan kriteria penilaian:

1. Ide/inovasi penelitian
2. Pemahaman konsep/teori
3. Pemahaman Metodologi
4. Kemampuan Analisis

MICE

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS HUBUNGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan PT JAYA ABADI Tuban)

Author: RIOKO DEWANTORO CAHYONO PUTRA NPK: K.2013.1.32171



### Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi

Semester GENAP Tahun Akademik 2016/2017

Nomor : 0908/BAAK/XI/2016

Setelah memperhatikan Surat Ketua Program Studi tentang usulan dosen pembimbing skripsi dengan ini Ketua STIE Malangkuçewara Malang menetapkan :

Nama : - DIDIK PRIYO SUGIHARTO, SE, MM  
Sebagai : Dosen Pembimbing 1  
Nama : --  
Sebagai : Dosen Pembimbing 2

Untuk mahasiswa berikut

Nama : RIOKO DEWANTORO CAHYONO  
Nomor Pokok : K.2013.1.32171  
Skripsi yang diajukan  
Bidang Kajian : MANAJEMEN PEMASARAN  
Pokok Bahasan : PERILAKU KONSUMEN  
Tempat/Obyek : PT.JAYA ABADI TUBAN JAWA TIMUR

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK;KUALITAS LAYANAN,  
DAN KUALITAS HUBUNGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN.

Demikian surat penetapan ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan sebaiknya.  
Penetapan ini berlaku sejak dikeluarkan.

Dikeluarkan di : Malang

Pada Tanggal : 03/08/2017

Pada Tanggal : 03/08/2017  
Ketua Program Studi Manajemen,



Dra. LINDANANTY, MM.  
NIK-P.3M : 202.710.194



# STIE Malangkuçęwara

(Accounting Business Management)

Jl. Terusan Candi Kalasan - Malang Telp. 0341-491813

## KARTU BIMBINGAN SKRIPSI BAB IV s.d. BAB V

BLN/TGL	BAB	PERMASALAHAN	PARAF
Bulan: Juli			
14/7	IV	revisi	/
15/7	IV	Revisi	
20/7	IV	revisi	
26/7	V	revisi Bab IV	
Bulan: Agustus			
3/8	-	Simbol & bilangan bab IV & V	/
5/8	-	revisi bab IV & V	
7/8	IV-V	revisi...	
Bulan: Agustus			
8/8	IV	revisi Bab IV & V	/
Bulan:			
Bulan:			

Dosen Pembimbing 1

*[Signature]*  
A. S. S. K. R.

Dosen Pembimbing 2

**Catatan:**

Bobot Penilaian skripsi oleh pembimbing sebesar 50% dengan kriteria penilaian:

6. Ide/inovasi penelitian
7. Pemahaman konsep/teori
8. Pemahaman Metodologi

MCE

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS HUBUNGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan PT JAYA ABADI Tuban)

Author: RIOKO DEWANTORO CAHYONO PUTRA NPK: K.2013.1.32171

## Lampiran 1. KUISIONER

Kepada Yth.

Pelanggan PT. Jaya Abadi Tuban, untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, saya mohon kesediaannya untuk memberikan tanggapan pada semua pernyataan (terlampir) terkait dengan penyusunan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan dan Kualitas Hubungan Terhadap Loyalitas Pelanggan Industri Olahan PT. Jaya Abadi Tuban”.

Atas bantuannya saya ucapkan banyak terimakasih.

Malang, Juni 2017

peneliti

---

---

### Karakteristik Responden:

1. Jenis kelamin : a. Laki-Laki b. Perempuan
2. Usia : ..... tahun
3. Jabatan : .....(sebutkan)
4. Sudah berapa lama menjadi pelanggan PT. Jaya Abadi Tuban: ..... Tahun

### Petunjuk Pengisiannya :

Anda dimohon memberikan tanda V (cek) pada kolom pilihan pendapat yang telah disediakan, yaitu:

- SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
CS : Cukup Setuju  
KS : Kurang Setuju  
SKS : Sangat Kurang Setuju

No.	Uraian Pernyataan	Pendapat Responden				
		SS	S	CS	KS	TS
<b>Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)</b>						
1	Hasil olahan ikan PT. Jaya Abadi Tuban menjadi salah satu produk produk andalan bagi pelanggan					
2	Hasil olahan ikan PT. Jaya Abadi Tuban memiliki aroma yang tajam (terasa sekali ikannya)					
3	Hasil olahan ikan PT. Jaya Abadi Tuban tidak mudah rusak (berubah warna dan bentuk, busuk)					
4	Hasil olahan ikan PT. Jaya Abadi Tuban dipercaya oleh pelanggan (dari Pabrik, toko (supplier) dan perorangan (tengkulak) hampir di Indonesia.					
5	Hasil olahan ikan PT. Jaya Abadi Tuban terbuat dari bahan baku pilihan yang berkualitas					
6	Hasil olahan ikan PT. Jaya Abadi Tuban sesuai dengan spesifikasi ( <i>conformance to specification</i> ) yaitu mudah disatukan (mix) dengan bahan lain dalam pembuatan olahan ikan yang lainnya.					
<b>Kualitas Layanan (X<sub>2</sub>)</b>						
1	PT. Jaya Abadi Tuban dapat memenuhi permintaan pelanggan kapanpun dalam jumlah berapapun.					
2	PT. Jaya Abadi Tuban mampu memberikan layanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya.					
3	PT. Jaya Abadi Tuban memberikan layanan yang cepat dan tepat pada pelanggan					
4	Karyawan PT. Jaya Abadi Tuban mampu menumbuhkan rasa percaya para pelanggan tentang kredibilitas perusahaan.					
5	Karyawan PT. Jaya Abadi Tuban memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan					
<b>Kualitas Hubungan (X<sub>3</sub>)</b>						

1	Anda memiliki hubungan yang harmonis dengan PT. Jaya Abadi Tuban.					
2	Pelanggan dapat menerima dengan baik kesepakatan yang diambil bersama PT. Jaya Abadi Tuban terkait dengan transaksi.					
3	Dengan membeli produk olahan ikan di PT. Jaya Abadi Tuban, pelanggan merasa dapat terpenuhi harapannya.					
4	Selama ini, pelanggan merasa rugi jika tidak membeli produk olahan ikan di PT. Jaya Abadi Tuban					
5	Adanya kemudahan untuk dapat saling berhubungan dengan meniadakan batasan-batasan yang bersifat birokratis maupun administrative dengan PT. Jaya Abadi Tuban					
6	Adanya keterikatan pelanggan dengan PT. Jaya Abadi Tuban terutama dalam mengatasi setiap masalah yang dihadapi (tentang produk olahan ikan)					
<b>Loyalitas Pelanggan (Y)</b>						
1	Pelanggan tertarik pada produk olahan ikan yang diproduksi PT. Jaya Abadi Tuban					
2	Pelanggan senang pada produk olahan ikan yang diproduksi PT. Jaya Abadi Tuban					
3	Pelanggan merasa puas dilayanani dengan baik oleh karyawan PT. Jaya Abadi Tuban					
4	Pelanggan ingin meningkatkan jumlah pembelian produk olahan ikan yang diproduksi PT. Jaya Abadi Tuban					
5	Pelanggan ingin mengulang pembelian produk olahan ikan yang diproduksi PT. Jaya Abadi Tuban					
6	Pelanggan merekomendasikan kepada perusahaan lain yang sejenis untuk membeli produk olahan ikan yang diproduksi PT. Jaya Abadi Tuban					

REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	5	3	4	5	4	4	4	5	3	2	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4
4	5	3	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5
4	5	4	4	5	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	5	2
4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	5	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4	2	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	1	3	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3
5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	1	1	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
2	4	4	4	4	5	4	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3
4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1
4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	2	2	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS HUBUNGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pada Pelanggan PT JAYA ABADI Tuban)  
 Author: **RIKO DEWANTORO CAHYONO PUTRA** NPK: K.2013.1.32171



## Lampiran 2. Hasil Uji validitas dan Reliabilitas

		Correlations						
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	k.produk.x1
x1.1	Pearson Correlation	1	.446**	.453**	.382*	.519**	.458**	.736**
	Sig. (2-tailed)		.004	.003	.015	.001	.003	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x1.2	Pearson Correlation	.446**	1	.251	.289	.515**	.379*	.488**
	Sig. (2-tailed)	.004		.118	.071	.001	.016	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40
x1.3	Pearson Correlation	.453**	.251	1	.461**	.238	.447**	.522**
	Sig. (2-tailed)	.003	.118		.003	.140	.004	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40
x1.4	Pearson Correlation	.382*	.289	.461**	1	.473**	.462**	.537**
	Sig. (2-tailed)	.015	.071	.003		.002	.003	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x1.5	Pearson Correlation	.519**	.515**	.238	.473**	1	.459**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.140	.002		.003	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x1.6	Pearson Correlation	.458**	.379*	.447**	.462**	.459**	1	.602**
	Sig. (2-tailed)	.003	.016	.004	.003	.003		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
k.produk.k.x1	Pearson Correlation	.736**	.488**	.522**	.537**	.632**	.602**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.000	.000	.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).

## Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	6

MCE

### Correlations

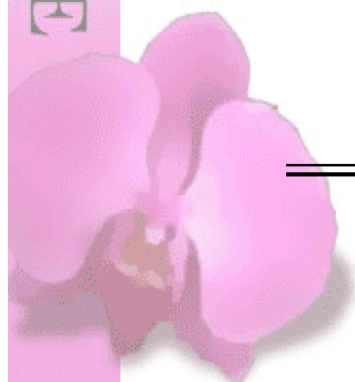
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	k.layanan.x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.342*	.280	.242	.166	.522**
	Sig. (2-tailed)		.031	.080	.132	.307	.001
	N	40	40	40	40	40	40
x2.2	Pearson Correlation	.342*	1	.442**	.502**	.407**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.031		.004	.001	.009	.000
	N	40	40	40	40	40	40
x2.3	Pearson Correlation	.280	.442**	1	.452**	.429**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.080	.004		.003	.006	.000
	N	40	40	40	40	40	40
x2.4	Pearson Correlation	.242	.502**	.452**	1	.596**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.132	.001	.003		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
x2.5	Pearson Correlation	.166	.407**	.429**	.596**	1	.747**
	Sig. (2-tailed)	.307	.009	.006	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40
k.layanan.x2	Pearson Correlation	.522**	.730**	.750**	.808**	.747**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	5



**Correlations**

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	k.hubungan. x3
x3.1	Pearson Correlation	1	.776**	.510**	.227	.499**	.318*	.790**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.159	.001	.046	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x3.2	Pearson Correlation	.776**	1	.441**	.263	.296	.286	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.101	.064	.073	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x3.3	Pearson Correlation	.510**	.441**	1	.399*	.394*	.370*	.764**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004		.011	.012	.019	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x3.4	Pearson Correlation	.227	.263	.399*	1	.138	.236	.546**
	Sig. (2-tailed)	.159	.101	.011		.397	.143	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x3.5	Pearson Correlation	.499**	.296	.394*	.138	1	.341*	.682**
	Sig. (2-tailed)	.001	.064	.012	.397		.031	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x3.6	Pearson Correlation	.318*	.286	.370*	.236	.341*	1	.512**
	Sig. (2-tailed)	.046	.073	.019	.143	.031		.001
	N	40	40	40	40	40	40	40
k.hubungan.x 3	Pearson Correlation	.790**	.743**	.764**	.546**	.682**	.512**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	40	40	40	40	40	40	40

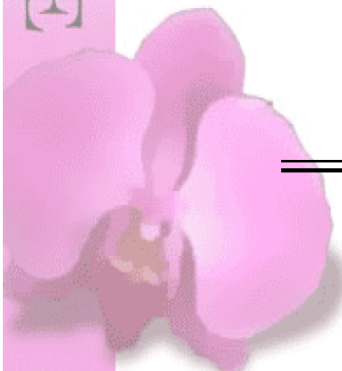
\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

**.Scale: ALL VARIABLES**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	6



### Correlations

		y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	Loyal.Y
y.1	Pearson Correlation	1	.594**	.548**	.572**	.417**	.252	.626**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.007	.116	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
y.2	Pearson Correlation	.594**	1	.548**	.572**	.472**	.364*	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.002	.021	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
y.3	Pearson Correlation	.548**	.548**	1	.601**	.497**	.308	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.054	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
y.4	Pearson Correlation	.572**	.572**	.601**	1	.549**	.278	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.082	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
y.5	Pearson Correlation	.417**	.472**	.497**	.549**	1	.332*	.688**
	Sig. (2-tailed)	.007	.002	.001	.000		.036	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
y.6	Pearson Correlation	.252	.364*	.308	.278	.332*	1	.702**
	Sig. (2-tailed)	.116	.021	.054	.082	.036		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
Loyal.Y	Pearson Correlation	.626**	.739**	.722**	.718**	.688**	.702**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

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

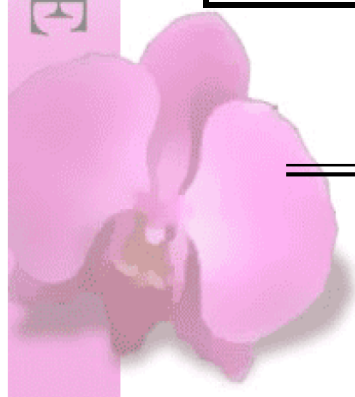
\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Scale: ALL VARIABLES

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	6

MCE



Lampiran 3. Deskripsi Variabel

**x1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	7.5	7.5	7.5
	3	7	17.5	17.5	25.0
	4	18	45.0	45.0	70.0
	5	12	30.0	30.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**x1.2**

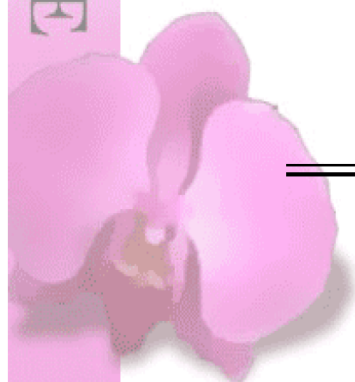
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	7.5	7.5	7.5
	4	23	57.5	57.5	65.0
	5	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**x1.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	12.5	12.5	12.5
	4	22	55.0	55.0	67.5
	5	13	32.5	32.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**x1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2.5	2.5	2.5
	3	4	10.0	10.0	12.5
	4	24	60.0	60.0	72.5
	5	11	27.5	27.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	



**x1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	7.5	7.5	7.5
	4	18	45.0	45.0	52.5
	5	19	47.5	47.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**x1.6**

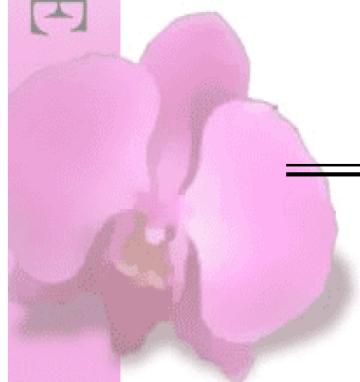
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2.5	2.5	2.5
	3	3	7.5	7.5	10.0
	4	21	52.5	52.5	62.5
	5	15	37.5	37.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**x2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2.5	2.5	2.5
	3	8	20.0	20.0	22.5
	4	27	67.5	67.5	90.0
	5	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**x2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2.5	2.5	2.5
	3	4	10.0	10.0	12.5
	4	27	67.5	67.5	80.0
	5	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	



**x2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.5	2.5	2.5
	3	13	32.5	32.5	35.0
	4	18	45.0	45.0	80.0
	5	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**x2.4**

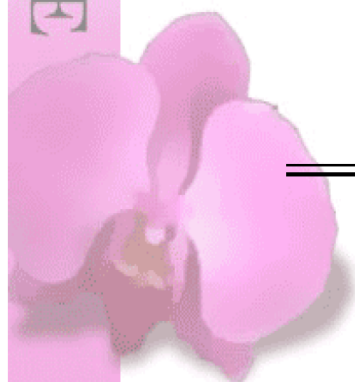
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.5	2.5	2.5
	2	1	2.5	2.5	5.0
	3	20	50.0	50.0	55.0
	4	12	30.0	30.0	85.0
	5	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**x2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.5	2.5	2.5
	3	20	50.0	50.0	52.5
	4	15	37.5	37.5	90.0
	5	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**x3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.5	2.5	2.5
	2	1	2.5	2.5	5.0
	3	13	32.5	32.5	37.5
	4	23	57.5	57.5	95.0
	5	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	



**x3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.5	2.5	2.5
	2	1	2.5	2.5	5.0
	3	4	10.0	10.0	15.0
	4	32	80.0	80.0	95.0
	5	2	5.0	5.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**x3.3**

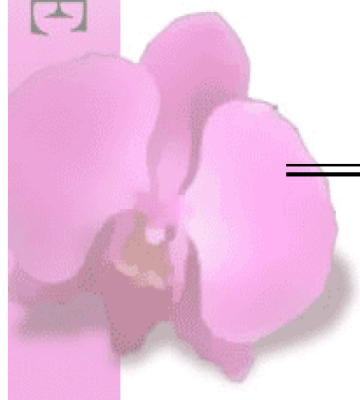
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.5	2.5	2.5
	2	1	2.5	2.5	5.0
	3	3	7.5	7.5	12.5
	4	30	75.0	75.0	87.5
	5	5	12.5	12.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**x3.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.5	2.5	2.5
	3	4	10.0	10.0	12.5
	4	29	72.5	72.5	85.0
	5	6	15.0	15.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**x3.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.5	2.5	2.5
	3	6	15.0	15.0	17.5
	4	22	55.0	55.0	72.5
	5	11	27.5	27.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	





**x3.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.5	2.5	2.5
	3	4	10.0	10.0	12.5
	4	22	55.0	55.0	67.5
	5	13	32.5	32.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**y.1**

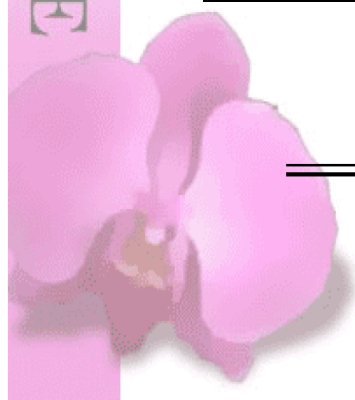
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2.5	2.5	2.5
	3	3	7.5	7.5	10.0
	4	28	70.0	70.0	80.0
	5	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**y.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2.5	2.5	2.5
	3	3	7.5	7.5	10.0
	4	28	70.0	70.0	80.0
	5	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

**y.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2.5	2.5	2.5
	3	3	7.5	7.5	10.0
	4	29	72.5	72.5	82.5
	5	7	17.5	17.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	



y.4

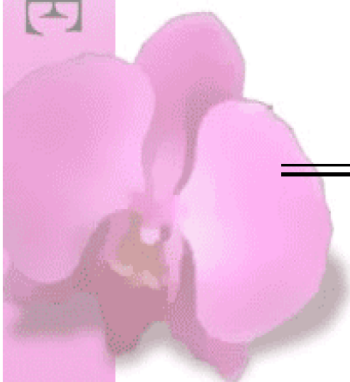
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	2.5	2.5	2.5
	3	2	5.0	5.0	7.5
	4	27	67.5	67.5	75.0
	5	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.5	2.5	2.5
	3	2	5.0	5.0	7.5
	4	25	62.5	62.5	70.0
	5	12	30.0	30.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	2.5	2.5	2.5
	2	1	2.5	2.5	5.0
	3	6	15.0	15.0	20.0
	4	28	70.0	70.0	90.0
	5	4	10.0	10.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	



Lampiran 4. Hasil Analisis Regresi Berganda

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.826 <sup>a</sup>	.683	.656	1.722

a. Predictors: (Constant), k.hubungan.x3, k.layanan.x2, k.produk.x1

b. Dependent Variable: Loyal.Y

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	229.698	3	76.566	25.832	.000 <sup>a</sup>
	Residual	106.702	36	2.964		
	Total	336.400	39			

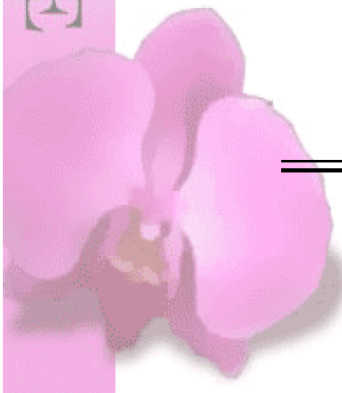
a. Predictors: (Constant), k.hubungan.x3, k.layanan.x2, k.produk.x1

b. Dependent Variable: Loyal.Y

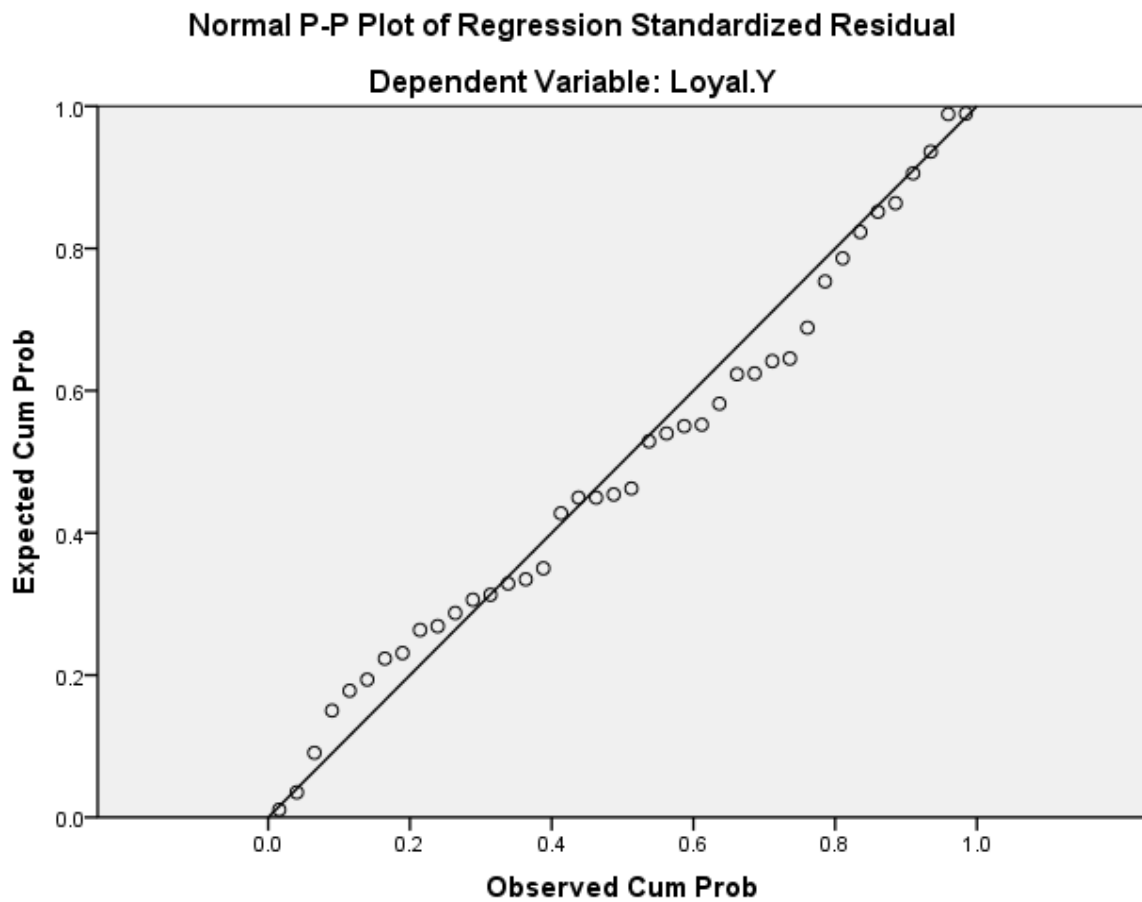
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.864	2.565		.727	.472		
	k.produk.x1	.379	.117	.393	3.240	.003	.599	1.669
	k.layanan.x2	.286	.125	.266	2.283	.028	.650	1.538
	k.hubungan.x3	.323	.131	.323	2.466	.019	.512	1.952

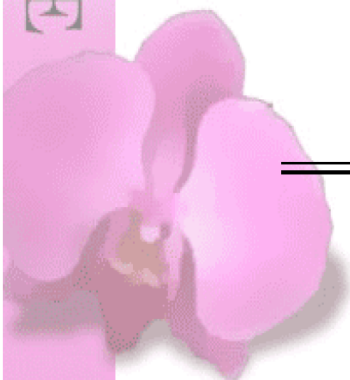
a. Dependent Variable: Loyal.Y



## Charts



MCE



---

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS HUBUNGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
( Studi Kasus Pada Pelanggan PT JAYA ABADI Tuban)

Author: RIOKO DEWANTORO CAHYONO PUTRA NPK: K.2013.1.32171

