

**PENGARUH *TANGIBLES* DAN *RELIABILITY* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN
BABI PANGGANG KARO (BPK) BARUS JAHE DI
KECAMATAN MEDAN SELAYANG**

SKRIPSI

OLEH:

**OLGA ANDRESTA PINEM
18.832.0288**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 24/11/23

Access From (repository.uma.ac.id)24/11/23

**PENGARUH *TANGIBLES* DAN *RELIABILITY* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN
BABI PANGGANG KARO (BPK) BARUS JAHE DI
KECAMATAN MEDAN SELAYANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

OLEH:

OLGA ANDRESTA PINEM

18.832.0288



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

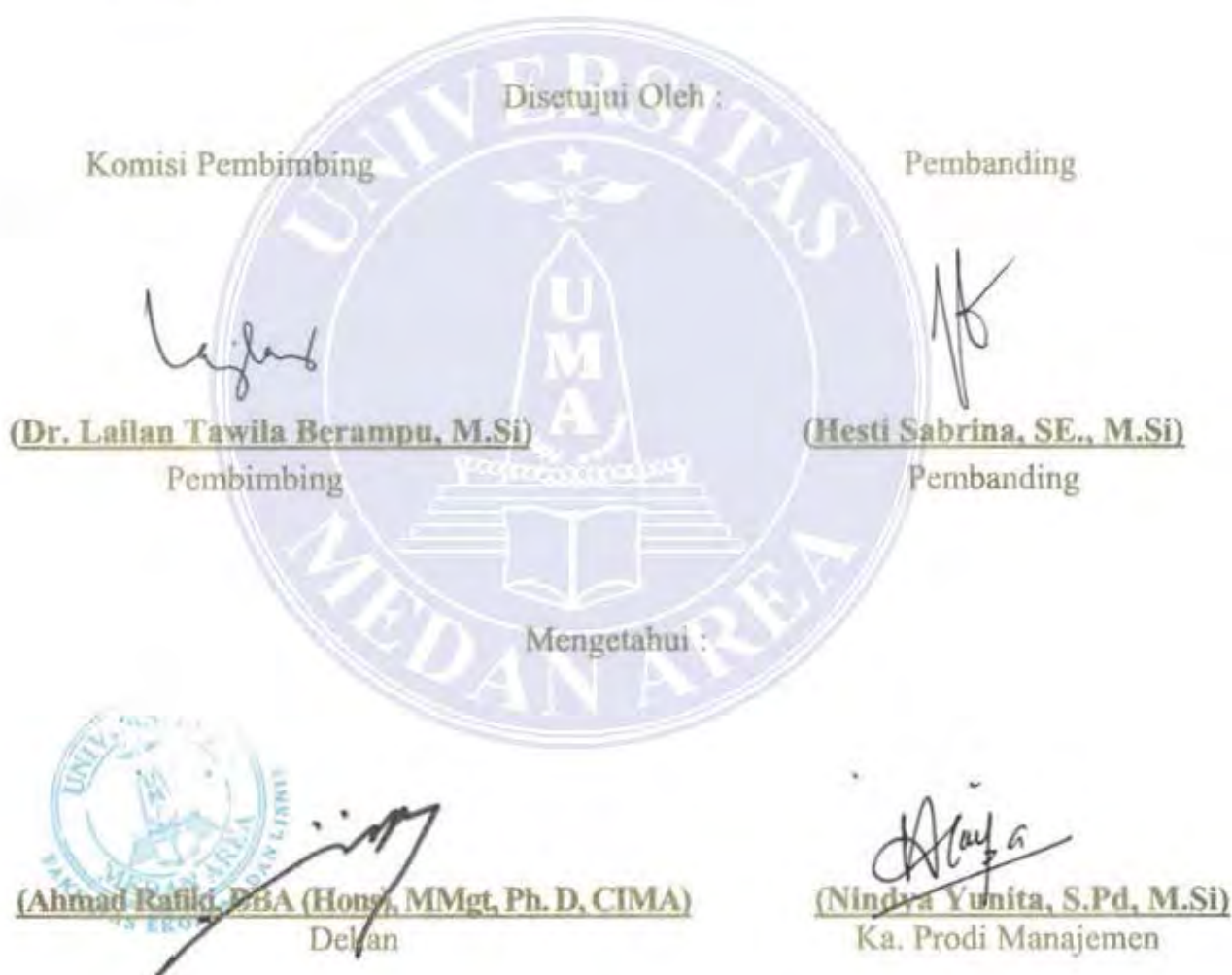
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 24/11/23

Access From (repository.uma.ac.id)24/11/23

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Tangibles* dan *Reliability* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Babi Panggang Karo (BPK) Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang
Nama : **OLGA ANDRESTA PINEM**
NPM : 18.832.0288
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



Tanggal/Bulan/Tahun Lulus: 13 Oktober 2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul “Pengaruh *Tangibles* dan *Reliability* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Babi Panggang Karo (BPK) Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang” sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 25 Agustus 2023



Olga Andresta Pinem
18.832.0288

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Sivitas Akademik Univeristas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Olga Andresta Pinem
NPM : 18.832.0288
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Pengaruh *Tangibles* dan *Reliability* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Babi Panggang Karo (BPK) Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang”, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 25 Agustus 2023
Yang menyatakan



OLGA ANDRESTA PINEM
18.832.0288

RIWAYAT HIDUP

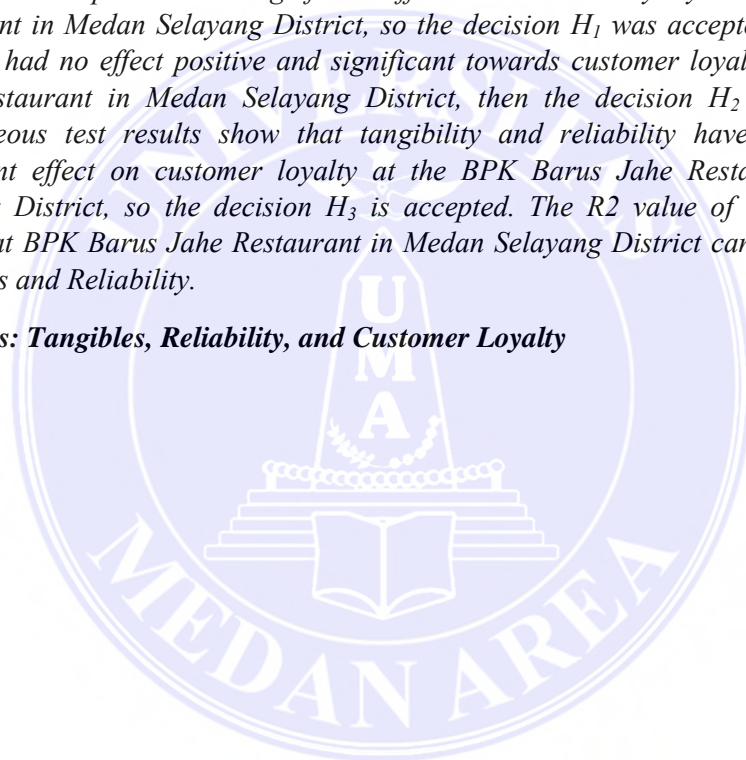


Nama	Olga Andresta Pinem
Npm	188320288
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 1 Juli 1999
Nama Orang Tua :	
Ayah	Purnama Pinem
Ibu	Rustina Barus
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Swasta Budi Murni 2
SMA	SMK Negeri 10 Medan
Riwayat Studi di UMA	-
Pengalaman Pekerjaan	-
No. HP/WA	0858-3025-4861
Email	andrestaolga@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine The Effect of Tangibles and Reliability on Consumer Loyalty at the Karo Barus Jahe Roasted Pig Restaurant in Medan Selayang District. The population in this study are consumers who have repurchased at the BPK Barus Jahe Restaurant in Medan Selayang District from April 2022 to November 2022. The sampling technique used was a purposive sampling technique. Based on the criteria obtained as many as 80 (eighty) samples. The type of data used in this study is associative data with primary data sources, and techniques for collecting interview data and distributing questionnaires. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis with the help of SPSS Version 25. The results showed that partially tangibles had a positive and significant effect on customer loyalty at BPK Barus Jahe Restaurant in Medan Selayang District, so the decision H_1 was accepted and reliability partially had no effect positive and significant towards customer loyalty at BPK Barus Jahe Restaurant in Medan Selayang District, then the decision H_2 is rejected. The simultaneous test results show that tangibility and reliability have a positive and significant effect on customer loyalty at the BPK Barus Jahe Restaurant in Medan Selayang District, so the decision H_3 is accepted. The R^2 value of 11.7% Customer Loyalty at BPK Barus Jahe Restaurant in Medan Selayang District can be explained by Tangibles and Reliability.

Keywords: *Tangibles, Reliability, and Customer Loyalty*



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh *Tangibles* dan *Reliability* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Babi Panggang Karo Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian ulang pada Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang sejak bulan April 2022 sampai November 2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria diperoleh sebanyak 80 (delapan puluh) sampel. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data asosiatif dengan sumber data primer, dan teknik pengambilan data wawancara serta penyebaran kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan *SPSS Versi 25*. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial *tangibels* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang, maka keputusannya H_1 diterima dan *reliability* secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang, maka keputusannya H_2 ditolak. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa *tangibels* dan *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang, maka keputusannya H_3 diterima. Nilai R^2 sebesar adalah 11,7% Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang dapat dijelaskan oleh *Tangibels* dan *Reliability*.

Kata Kunci: *Tangibels*, *Reliability*, dan Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi saya kemudahan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh *Tangibles* dan *Reliability* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Babi Panggang Karo (BPK) Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang”**. Tanpa pertolongan-Nya tentu saya tidak akan sanggup menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Selanjutnya penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar – besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Nindya Yunitia, S.Pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Dr. Lailan Tawila SE, M. Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulisan serta memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Hesti Sabrina SE, M. Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Yang penulis hormati dan sayangi orang tua, Ibunda Rustina yang telah memberikan doa dan dukungan moral serta material kepada saya.

Bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis pun mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sebagai masukan untuk kedepannya. Akhir kata penulis mengucapkan Terima Kasih.

Medan, 25 Agustus 2023



Olga Andresta Pinem
18.832.0288

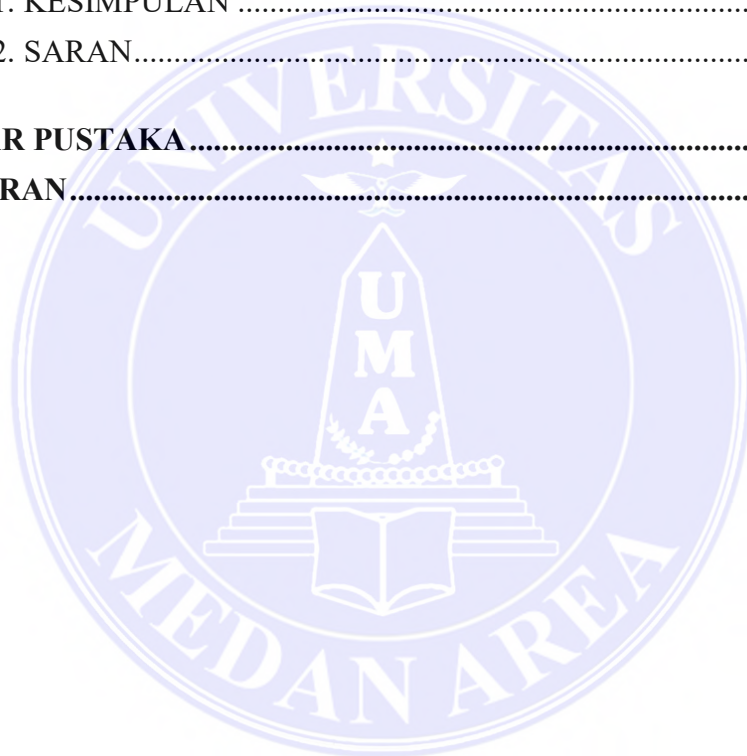


DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Kualitas Pelayanan	7
2.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	7
2.1.2. Indikator Kualitas Pelayanan	7
2.2. <i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)	9
2.2.1. Pengertian <i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)	9
2.2.2. Indikator <i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)	9
2.3. <i>Reliability</i> (Keandalan)	10
2.3.1. Pengertian <i>Reliability</i> (Keandalan)	10
2.3.2. Indikator <i>Reliability</i> (Kehandalan)	10
2.4. Loyalitas Pelanggan	11
2.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	11
2.4.2. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	12
2.4.3. Indikator Loyalitas Pelanggan	13
2.5. Penelitian Terdahulu	14
2.6. Kerangka Konseptual	17
2.6.1. Pengaruh <i>Tangibles</i> (Bukti Langsung) terhadap Loyalitas Pelanggan	17
2.6.2. Pengaruh <i>Reliability</i> (Keandalan) terhadap Loyalitas Pelanggan.	17
2.7. Hipotesis	18

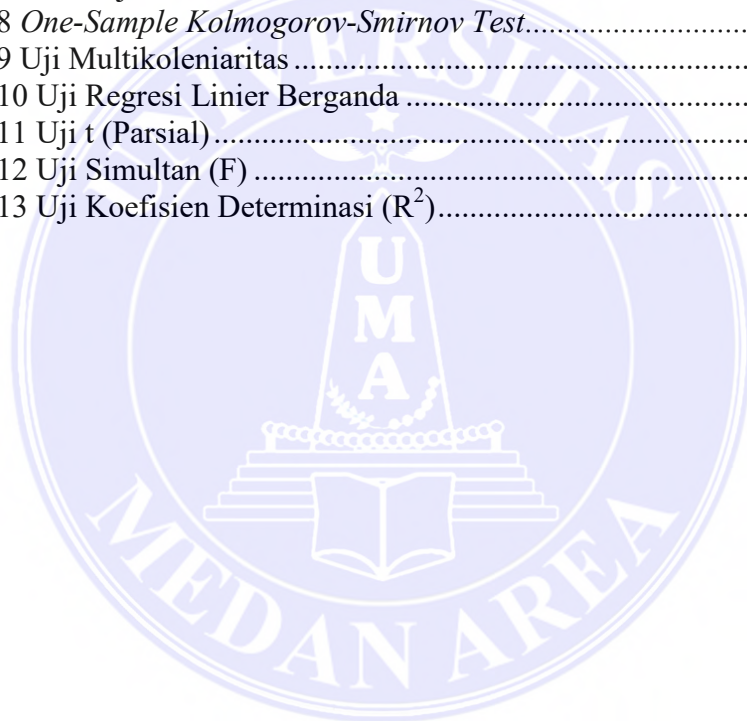
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.1.1. Jenis Penelitian	19
3.1.2. Lokasi Penelitian	19
3.1.3. Waktu Penelitian.....	19
3.2. Populasi dan Sampel.....	20
3.2.1. Populasi.....	20
3.2.2. Sampel	20
3.3. Definisi Operasional	21
3.4. Jenis dan Sumber Data	22
3.4.1. Jenis Data.....	22
3.4.2. Sumber Data	22
3.5. Teknik Pengumpulan Data	22
3.6. Teknik Analisis Data	23
3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	23
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	24
3.6.3. Uji Statistik	26
3.6.4. Koefisien Determinasi (R^2).....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1. Hasil Penelitian.....	28
4.1.1. Gambaran Umum Rumah Makan BPK Barus Jahe.....	28
4.1.2. Visi dan Misi Rumah Makan BPK Barus Jahe.....	28
4.1.3. Struktur Organisasi	29
4.2. Penyajian Data Responden	29
4.3. Penyajian Data Angket Responden	30
4.3.1. Variabel <i>Tangibles</i> (X1)	30
4.3.2. Variabel <i>Reliability</i> (X2)	32
4.3.3. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	34
4.4. Teknik Analisis Data	37
4.4.1. Uji Validitas.....	37
4.4.2. Uji Reliabilitas	38
4.5. Uji Asumsi Klasik	39
4.5.1. Uji Normalitas.....	39
4.5.2. Uji Heterokedastisitas	41
4.5.3. Uji Multikoleniaritas.....	42

4.6. Uji Statistik	43
4.6.1. Analisis Regresi Linier Berganda	43
4.6.2. Uji Hipotesis	44
4.6.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	46
4.7. Pembahasan	47
4.7.1. Pengaruh <i>Tangibles</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	47
4.7.2. Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	48
4.7.3. Pengaruh <i>Tangibles</i> dan <i>Reliability</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1. KESIMPULAN	50
5.2. SARAN.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	55



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omset Rumah Makan BPK Barus Jahe Selama 3 Bulan Terakhir (Maret, April, Mei) 2022.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	19
Tabel 3.2 Definisi Operasional	21
Tabel 3.3 Bobot Angket	23
Tabel 4.1 Usia Responden.....	29
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.3 Tabel Tabulasi Data Responden Variabel <i>Tangibels</i> (X1)	30
Tabel 4.4 Tabulasi Data Responden Variabel <i>Reliabilty</i> (X2).....	32
Tabel 4.5 Tabulasi Data Responden Loyalitas Pelanggan (Y).....	34
Tabel 4.6 Estimasi Uji Validitas	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, dan Y.....	38
Tabel 4.8 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	39
Tabel 4.9 Uji Multikoleniaritas	42
Tabel 4.10 Uji Regresi Linier Berganda	43
Tabel 4.11 Uji t (Parsial)	45
Tabel 4.12 Uji Simultan (F)	46
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Omset Rumah Makan BPK Barus Jahe Selama 3 Bulan Terakhir (Maret, April, Mei) 2022.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	18
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Rumah Makan BPK Baarus Jahe	29
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	40
Gambar 4.3 Grafik Normal Probablility	40
Gambar 4.4 Grafik <i>Scatterplot</i>	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian	55
Lampiran 2. Distribusi Jawaban Responden	58
Lampiran 3. Uji Validitas	65
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	68
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik	70
Lampiran 6. Uji Hipotesis	72
Lampiran 7. Uji Koefisien Determinasi R ²	73
Lampiran 8. Tabel r	74
Lampiran 9. Tabel Distribusi t	75
Lampiran 10. Tabel Distribusi F	76
Lampiran 11. Surat Izin Penelitian	77
Lampiran 12. Surat Telah Selesai Melakukan Penelitian	78



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis makanan di Indonesia pada saat ini dapat dikatakan cukup baik, dimana sekarang bisnis makanan menjadi salah satu bisnis yang paling digemari oleh pembisnis terutama bisnis pemula. Menjalankan bisnis makanan tidak harus memiliki tempat atau kedai, karena pada saat ini banyak sekali orang – orang lebih suka mempromosikan atau berjualan menggunakan media sosial dan untuk pengantarannya menggunakan aplikasi ojek online, sehingga tidak adanya interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli dan hal ini mempermudah mereka yang ingin membeli makanan tanpa harus keluar rumah. Usaha kuliner yang sudah banyak terdapat di Indonesia adalah rumah makan (Darmawan, 2021). Rumah makan menjadi salah satu usaha dibidang makanan yang banyak di gemari masyarakat, karena biasanya rumah makan memiliki nilai lebih karena harga nya yang terjangkau dan mudah ditemukan dimana pun.

Loyalitas pelanggan adalah keadaan yang menunjukkan loyalnya seseorang pelanggan pada suatu objek tertentu (Rizkillah, Suryani, & Rahmawati, 2020). Loyalitas pelanggan dapat dikatakan sebagai faktor utama yang dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis dan juga menjadi tujuan strategis yang penting dari bisnis yang dijalankan. Loyalitas pelanggan sebagai pola pikir para konsumen untuk datang kembali dan membeli produk secara terus menerus dan berulang kali pada tempat yang sama agar keinginannya terpuaskan.

Babi Panggang Karo menjadi salah satu makanan yang populer atau digemari di sekitar kecamatan Medan Selayang, terutama bagi pengemudi yang

lalu lalang melintasi wilayah Barus Jahe. Rumah Makan Babi Panggang Karo Barus Jahe merupakan tempat makan dengan hidangan Babi Panggang, yang sudah berjalan selama 19 tahun berlokasi di jalan Ngumban Surbakti No.11 Sempakata, Medan Selayang. Rumah makan ini sudah dikenal oleh khalayak ramai karena memiliki cita rasa yang tidak berubah dari tahun ke tahun, memiliki citra positif dimata pelanggan, dan dapat dikategorikan sebagai rumah makan yang cukup berkembang dengan baik dengan setiap harinya lebih dari 100 pelanggan yang datang.

Tabel 1.1
Omset Rumah Makan BPK Barus Jahe selama 3 bulan terakhir (Maret, April, Mei)

Tanggal	Produk Yang Terjual (Porsi)	Pendapatan (Porsi x @ 20.000 x 7 hari)
07/03/2022	120	16.800.000
14/03/2022	118	16.520.000
21/03/2022	110	15.400.000
28/03/2022	110	15.400.000
04/04/2022	113	15.820.000
11/04/2022	110	15.400.000
18/04/2022	108	15.120.000
25/04/2022	105	14.700.000
02/05/2022	105	14.700.000
09/05/2022	101	14.140.000
16/05/2022	97	13.580.000
23/05/2022	95	13.300.000
30/05/2022	95	13.300.000

Sumber: BPK Barus Jahe, 2022



Gambar 1.1 Omset Rumah Makan BPK Barus Jahe Selama 3 Bulan Terakhir (Maret, April, Mei) 2022

Fenomena yang dapat dilihat pada gambar 1.1 selama 3 bulan terakhir pendapatan rumah makan BPK Barus Jahe mengalami penurunan yang cukup signifikan, meskipun pada bulan Maret minggu ke 3 dan ke empat pendapatan cukup stabil, lalu turun kembali, di bulan April minggu terakhir dan di bulan Mei minggu pertama tetap stabil, dan pada bulan Mei di minggu ke 4 dan ke 5 cukup stabil.

Penurunan pendapatan BPK Barus Jahe selama 3 bulan terakhir disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan BPK Barus Jahe kepada pelanggan, kurangnya karyawan juga menjadi salah satu faktor menurunnya pendapatan. Dimana pengunjung merasa tidak dilayani dengan maksimal, seperti ketika pelanggan ingin menambah pesanan kurangnya karyawan membuat pelanggan kesulitan untuk meminta bantuan. Jika dilihat dari tempat atau bangunan dari Rumah Makan BPK Barus Jahe ini seperti bangunan yang sudah

lama karena sudah berdiri selama 19 tahun, sedangkan banyak rumah makan yang ada di sekitar memiliki bangunan yang jauh lebih menarik, dan ini juga menjadi acuan para pelanggan untuk pindah atau memilih makan di rumah makan lainnya.

Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan secara maksimal agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan, salah satunya yaitu *tangibles* (bukti fisik). *Tangibles* adalah bukti fisik dari sebuah perusahaan yang dinilai menjadi ukuran untuk memenuhi kepuasan pelanggan (Martha & Jordan, 2022). *Reliability* (Kehandalan) adalah kehandalan sebuah perusahaan dalam menyampaikan kualitas pelayanan secara nyata dan terpercaya sesuai dengan yang diinginkan dan yang telah dijanjikan kepada konsumen. Bukti fisik dan kepercayaan dapat dilihat dari segi bangunan, maupun kerapian dan kecepatan dari karyawan merupakan salah satu kualitas pelayanan yang bisa didapatkan oleh pelanggan.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh (Rizkillah, Suryani, & Rahmawati, 2020) menghasilkan bahwa *tangibles* (bukti langsung), dan *reliability* (kehandalan) memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan, penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dilakukan oleh (Sucihati, Usman, & Yunita, 2022) menyatakan bahwa *tangibles* (bukti langsung) dan *reliability* (kehandalan) tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk menulis skripsi dengan judul **“Pengaruh Tangibles Dan Reliability Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Babi Panggang Karo Barus Jahe Di Kecamatan Medan Selayang”**

1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini jika dilihat dari latar belakang masalah terdapat kesenjangan gap yaitu *research gap*. Adanya perbedaan hasil penelitian – penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, dimana ada yang menyatakan bahwa *Tangibles* dan *Reability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dan ada juga yang menyatakan bahwa *Tangibles* dan *Reliability* tidak berpengaruh secara signifikan. Adapun fenomena pada latar belakang yaitu adanya penurunan pendapatan dari BPK Barus Jahe selama 3 bulan dimulai dari Maret sampai Mei 2022.

Dari rumusan masalah yang telah dijabarkan maka, pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang?
2. Apakah *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang?
3. Apakah *Tangibles* dan *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah *Tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang.
2. Untuk mengetahui apakah *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang.
3. Untuk mengetahui apakah *Tangibles* dan *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai penilaian bagi Rumah Makan tersebut agar menjaga kualitas pelayanan dan komitmen dalam hal menjaga kualitas makanan.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi sumber pemahaman, wawasan dan menambah daftar referensi di FEB Universitas Medan Area.
3. Penelitian diharapkan untuk menjadi referensi pada penelitian selanjutnya dengan variabel yang sama maupun variabel yang berbeda.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kualitas Pelayanan

2.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaiann konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan.

Menurut Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumennya.

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang mendukung tercapainya *customer loyalty* karena dengan adanya layanan yang baik akan membuat para pelanggan merasa nyaman dan dihargai (Prihandoyo, 2017). Kualitas Pelayanan dianggap baik jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, sementara jika melebihi apa yang diharapkan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan merupakan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapatkan nilai yang lebih baik.

2.1.2. Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan dikembangkan suatu alat ukur kualitas layanan yang di sebut SERQUAL (*serve*

quality). SERQUAL ini merupakan skala multi item yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi (Puji, 2018) yaitu:

1. *Tangibles* (bukti langsung), yaitu besarnya kemampuan satu pihak dalam memberikan *service* kepada pihak eksternal. *Performance* dan daya kekuatan dalam memberikan berbagai fasilitas dan bentuk nyata dari perusahaan serta kehidupan disekitarnya adalah bukti nyata dari *service* yang diberikan.
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memenuhi kebutuhan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* (jaminan), adalah pengetahuan yang harus dimiliki pegawai untuk menumbuhkan ketergantungan para pelanggan kepada pelayanan perusahaan yang memiliki beberapa komponen antara lain:
 - a. *Communication* (komunikasi), yaitu selalu memberikan informasi secara terus menerus dengan kata kata yang sopan dan tata bahasa yang dapat dimengerti oleh konsumen.
 - b. *Credibility* (kredibilitas), adanya jaminan atas kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, sifat kejujuran.
 - c. *Security* (keamanan), adanya keyakinan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan.
 - d. *Competence* (kompetensi) yaitu adanya kemampuan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan.

e. *Courtesy* (sopan santun) dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Adanya jaminan akan keramahtamahan yang ditawarkan.

5. *Empathy* (empati), yaitu dapat memahami keinginan dari pelanggan.

2.2. Tangibles (Bukti Langsung)

2.2.1. Pengertian *Tangibles* (Bukti Langsung)

Menurut Tjiptono (2019) *Tangibles* merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi *Tangibles* ini akan menimbulkan *image* penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas pelayanan.

Dimensi *tangible* merupakan aspek kualitas pelayanan yang dinikmati, dirasakan dan dinilai oleh pelanggan dengan menggunakan indra manusia. Kemegahan gedung, kebersihan kantor, kerapihan kantor dan karyawan, kenyamanan kantor, kecanggihan peralatan, merupakan contoh-contoh dimensi *tangible* dalam kualitas pelayanan.

Kemampuan dari perusahaan dalam menampilkan sarana prasarana fisik dan kondisi lingkungan kepada pihak eksternal, dimana bukti fisik yang dimaksud meliputi fasilitas fisik, peralatan, perlengkapan serta penampilan dari pegawainya itu sendiri. Pentingnya dimensi *Tangibles* ini akan menimbulkan *image* penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas pelayanan.

2.2.2. Indikator *Tangibles* (Bukti Langsung)

Adapun beberapa indikator dari *tangibles* atau bukti fisik menurut Tjiptono dan Chandra (2020) adalah sebagai berikut:

1. Peralatan modern.

2. Fasilitas yang berdaya tarik visual.
3. Karyawan yang berpenampilan rapi dan professional.
4. Materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual.

2.3. Reliability (Keandalan)

2.3.1. Pengertian Reliability (Keandalan)

Menurut Tjiptono (2019) *reliability* (kehandalan) merupakan daya pemberian jasa untuk memberikan layanan yang susah dijanjikan dengan segera, akurat, dan dapat memuaskan.

Reliability (Keandalan) bagaimana perusahaan dapat memberikan pelayanan seperti yang telah dijanjikan secara relevan dan terpercaya yang digambarkan dari ketepatan waktu, pelayanan yang setara untuk semua konsumen tanpa kesalahan (Rosalia dan Purnawati, 2018).

Pentingnya dimensi ini adalah karena loyalitas pelanggan akan menurun jika jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen yang sesuai dengan apa yang dijanjikan dan selalu berupaya memberikan pelayanan yang nyata, dapat dipercaya, memuaskan serta berupaya menghindari kesalahan.

2.3.2. Indikator Reliability (Kehandalan)

Adapun Indikator dari *Reliability* atau keandalan menurut Tjiptono dan Chandra (2020) adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan.
2. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelayanan.
3. Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali.
4. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

5. Menyimpan catatan / dokumen tanpa kesalahan.

2.4. Loyalitas Pelanggan

2.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Menurut Tjiptono (2019) merupakan perilaku pembelian ulang semata mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali. Loyalitas adalah suatu pengukuran tentang bagaimana kemungkinan besar pelanggan akan kembali untuk membangun hubungan dengan organisasi tersebut. Konsumen yang memiliki keloyalitan secara tidak langsung akan melakukan pembelian secara terus menerus dan berulang kali pada tempat yang sama agar keinginannya terpuaskan.

Menurut Jeremia dan Djurwati (2019), loyalitas pelanggan adalah hasil dari kepuasan pelanggan mengenai produk baik barang maupun jasa, yang memberikan dampak positif bagi perusahaan dengan pelanggan yang terus menerus melakukan pembelian.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang produk baik barang atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang meskipun pengaruh situasi usaha pemasaran berpotensi merubah. Loyalitas konsumen dapat dikatakan sebagai faktor utama yang dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis dan juga menjadi tujuan strategis yang penting dari bisnis yang dijalankan.

Kualitas pelayanan perusahaan perlu meningkatkan kualitas jasa untuk mengembangkan loyalitas pelanggannya, karena produk atau jasa yang berkualitas rendah akan menanggung risiko pelanggan tidak setia. Jika kualitas diperhatikan, maka loyalitas pelanggan akan lebih mudah diperoleh. Terciptanya

kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat yang cukup besar, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Menjaga loyalitas konsumen merupakan hal yang cukup sulit dan memberikan tanggungjawab yang besar, perusahaan harus secara konsisten meningkatkan kualitas bisnisnya agar pelanggan tetap loyal. Pelanggan merupakan asset dan ujung tombak dalam dunia bisnis, maka sangat penting membuat konsumen atau pelanggan itu menjadi loyal melalui kepuasan yang didapat oleh konsumen. Perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan konsumen (Bali, 2022).

2.4.2. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Menurut Vanessa (2017) loyalitas konsumen dipengaruhi oleh lima faktor yaitu:

1. *Satisfaction* (Kepuasan)

Kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang dirasakan.

2. *Emotional Bonding* (Ikatan Emosi)

Dimana konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut. Ikatan yang tercipta dari sebuah merek ialah ketika konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan konsumen lain.

3. *Trust* (Kepercayaan)

Kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.

4. *Choice Reduction and Habit* (Kemudahan)

Jika konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat.

5. *History With Company/Product* (Pengalaman dengan Perusahaan/Produk)

Sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan atau produk yang digunakan dapat membentuk perilaku. Ketika konsumen mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka konsumen akan mengulangi perilaku mereka pada perusahaan tersebut. Hal tersebut juga terjadi ketika konsumen mendapatkan apa yang diharapkan dari produk yang digunakan dalam artian produk tersebut memberikan manfaat dan memiliki kinerja seperti apa yang konsumen inginkan, maka konsumen berkeinginan untuk mengulangi perilaku mereka terhadap produk.

2.4.3. Indikator Loyalitas Pelanggan

Adapun Indikator dari loyalitas pelanggan menurut Buchari (2018) mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas, yaitu:

1. Pembelian ulang.

Tanda pertama dari *customer loyalty* adalah konsumen bersedia melakukan pembelian berulang atau dikenal dengan istilah repeat order. Dari sisi pemilik

bisnis, relasi dengan konsumen yang melakukan repeat order perlu dijaga dengan sangat baik.

2. Kebiasaan mengonsumsi merek.

Suatu hal yang sering dilakukan dapat berujung menjadi sebuah kebiasaan.

3. Selalu menyukai merek tersebut

Setelah merasakan kualitas atau manfaat produk, kadang konsumen tergerak mencari tahu lebih lanjut tentang merek pilihannya. Apabila konsumen menemukan nilai yang selaras dengan dirinya dalam citra brand, tidak menutup kemungkinan konsumen akan menyukai brand tersebut.

4. Tetap memilih merek tersebut

Konsumen tidak akan beralih ke merek lain, meskipun tersedia banyak pilihan.

5. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik

Konsumen yang setia terhadap sebuah merek, tidak jarang ia beranggapan bahwa merek tersebut ialah yang terbaik. Jadi, apa pun opsi yang tersedia di pasar, bagi konsumen tersebut tak ada yang bisa menyaingi merek pilihannya.

6. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain

Konsumen merekomendasikan produk atau brand yang digunakannya kepada orang lain, dapat menjadi sarana kampanye pemasaran gratis, dampak dari referral pun umumnya sangat signifikan terhadap penjualan.

2.5. Penelitian Terdahulu

Peneliti terdahulu digunakan sebagai dasar penyusunan penelitian, tujuannya adalah untuk mengetahui hasil yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dan sebagai pembandingan atau gambaran yang mendukung penelitian sejenis berikutnya.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul Penelitian	Alat Uji	Hasil Penelitian
1.	C. Prihandoyo (2017).	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Prasmanan Balikpapan.	1. Kualitas Pelayanan 2. Loyalitas Pelanggan	Kualitas pelayanan (<i>tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy</i>) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Rumah Makan Prasmanan Balikpapan.
2.	Laili Ika Nafisatin, M. Naely Azhad, Wahyu Eko Setianingsih (2018).	Pengaruh kualitas layanan, komitmen pelanggan dan Kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.	1. Kualitas Pelayanan 2. Komitmen Pelanggan 3. Loyalitas Pelanggan	Kualitas layanan, komitmen, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3.	Maulina Agustina dan Mudji Rachmat Ramelan (2019).	Pengaruh Dimensi <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Consumer Loyalty</i> Pada Rumah Makan Alas Cobek Bandar Lampung.	1. <i>Reliable</i> 2. <i>Responsiveness</i> 3. <i>Assurance</i> 4. <i>Emphaty</i> 5. <i>Tangible</i> 6. <i>Customer Loyalti</i>	Variabel tangibles berpengaruh positif terhadap <i>consumer loyalty</i> pada Rumah Makan Alas Cobek, variabel <i>reliability</i> berpengaruh positif terhadap <i>consumer loyalty</i> pada Rumah Makan Alas Cobek, <i>responsiveness</i> berpengaruh positif terhadap <i>consumer loyalty</i> pada Rumah Makan Alas Cobek, variabel <i>assurance</i> berpengaruh positif terhadap <i>consumer loyalty</i> pada Rumah Makan Alas Cobek dan Variabel <i>tangible</i> berpengaruh positif terhadap <i>consumer loyalty</i> pada Rumah Makan Alas Cobek .
4.	Amanda Rizkillah, Suryani, dan	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	1. <i>Reliable</i> 2. <i>Responsiveness</i> 3. <i>Assurance</i>	<i>Reliable</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap

No	Penelitian	Judul Penelitian	Alat Uji	Hasil Penelitian
	Rahmawati (2020).	Bamboo Coffee dan Resto di Lhokseumawe.	4. <i>Emphaty</i> 5. <i>Tangible</i> 6. Loyalitas Pelanggan	Loyalitas konsumen pada Bamboo Coffe dan Resto, <i>Responsiveness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen pada Bamboo Coffe dan Resto, <i>assurance</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen pada Bamboo Coffe dan Resto, <i>emphaty</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen pada Bamboo Coffe dan Resto, <i>tangible</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsu men pada Bamboo Coffe dan Resto, <i>reliable</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>assurance</i> , <i>emphaty</i> , dan <i>tangible</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas konsumen pada Bamboo Coffe dan Resto
5.	Yana Yulianto, Dheasey Amboningtyas, SE.MM, Adji Seputra, SE.MM (2021).	Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan (studi kasus pada rumah makan lombok idjo cabang gajah mada di kota Semarang).	1. Kualitas Pelayanan 2. Kepuasan Pelanggan 3. Loyalitas Pelanggan	Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan lombok idjo cabang gajah mada di kota Semarang.

2.6. Kerangka Konseptual

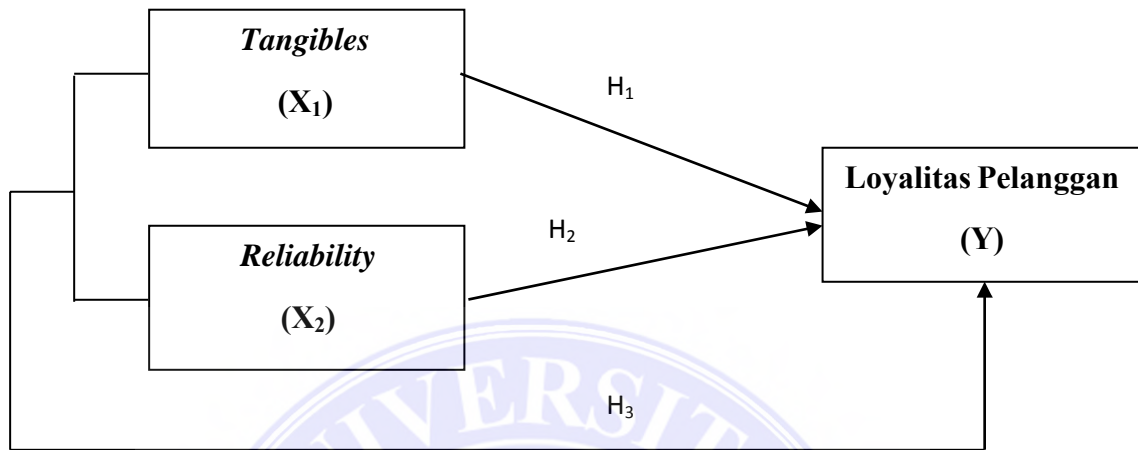
2.6.1. Pengaruh *Tangibles* (Bukti Langsung) terhadap Loyalitas Pelanggan

Tangible merupakan aspek kualitas pelayanan yang dinikmati, dirasakan dan dinilai oleh pelanggan dengan menggunakan indra manusia. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. *Tangibles* memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan karena menimbulkan *image* bagi penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas pelayanan.

2.6.2. Pengaruh *Reliability* (Keandalan) terhadap Loyalitas Pelanggan

Menurut Tjiptono (2019) *reliability* (kehandalan) merupakan daya pemberian jasa untuk memberikan layanan yang susah dijanjikan dengan segera, akurat, dan dapat memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. *Reliability* memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dilihat dari seberapa jarang melakukan kesalahan, dimana tindakan ini bisa berupa kemampuan karyawan dalam melakukan sesuatu sehingga membuat para pelanggan akan merasa yakin terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepadanya, dan pada akhirnya pelanggan merasa aman dan nyaman dalam melakukan pelayanan di perusahaan tersebut.

Berdasarkan pemikiran diatas maka dapat digambarkan sebuah kerangka konseptual seperti pada gambar:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.7. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pernyataan yang di kemukakan dalam rumusan masalah dan dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan merupakan kesimpulan yang akan diuji kebenarannya. Berikut hipotesis dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

H₁. *Tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe.

H₂. *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe.

H₃. *Tangibles* dan *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono (2019) pendekatan asosiatif merupakan pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variabel untuk mengetahui hubungan ataupun pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.

3.1.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Rumah Makan BPK Barus Jahe jalan Ngumban Surbakti No.11 Sempakata, Medan Selayang.

3.1.3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang direncanakan dan akan dilaksanakan dimulai dari September 2021 sampai Januari 2022:

**Tabel 3.1
Waktu Penelitian**

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2021 – 2023						
		Sept 2021	Oct 2022	Nov 2022	Des 2022	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023
1	Pengajuan Judul							
2	Penyusunan Proposal							
3	Seminar Proposal							
4	Pengumpulan Data							
5	Analisis Data							
6	Seminar Hasil							
7	Pengajuan Meja Hijau							
8	Meja Hijau							

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang meliputi objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu, ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian ulang pada Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang sejak bulan April 2022 sampai November 2022.

3.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apapun yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi dapat mewakili seluruh populasi yang ada.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* merupakan metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dimana anggota sampel akan dipilih sehingga sampel yang dibentuk akan mewakili kriteria dari populasi.

Kriteria yang harus dipenuhi dalam pemilihan sampel pada penelitian ini, yaitu:

1. Konsumen yang langsung datang ke Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang
2. Konsumen yang berusia diatas 17 tahun, karena sudah dianggap dapat mengambil keputusan

3. Konsumen yang datang ke Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang lebih dari 3 kali.

Berdasarkan kriteria diatas, maka jumlah sampel yang ditetapkan dan digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 80 orang pelanggan yang sudah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, dan pengambilan sampel dilakukan 8 hari dengan setiap harinya 10 konsumen dijadikan sampel dalam Kurun waktu 1 bulan (Senin – Minggu) dengan .

3.3. Definisi Operasional

Adapun definisi operasional yaitu bertujuan untuk mendeteksi atau mengetahui sejauh mana suatu variabel berpengaruh terhadap variabel lainnya. Berikut definisi operasional dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Variabel <i>Tangibles</i> (X1)	Sebuah pelayanan dan fasilitas yang disediakan oleh pemilik Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang.	1. Peralatan modern. 2. Fasilitas yang berdaya tarik visual. 3. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional. 4. Materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual.	<i>Likert</i>
Variabel <i>Reliability</i> (X2)	Pemenuhan pelayanan yang sesuai dengan keinginan konsumen Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang.	1. Menyediakan jasa sesuai yang di janjikan. 2. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelayanan. 3. Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali. 4. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang di janjikan. 5. Menyimpan catatan / dokumen tanpa kesalahan.	<i>Likert</i>
Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	Pembelian secara berulang yang dilakukan oleh konsumen Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang.	1. Pembelian ulang 2. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut 3. Selalu menyukai merek tersebut 4. Tetap memilih merek tersebut 5. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik 6. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain.	<i>Likert</i>

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) data kuantitatif merupakan data yang diperoleh dan dicatat untuk pertama kalinya dan merupakan data yang diperoleh dari lokasi penelitian, melalui pengamatan serta wawancara buku atau literature lainnya. Dalam penelitian ini data yang diperoleh adalah kuesioner kepada konsumen.

3.4.2. Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden yaitu para konsumen yang pernah membeli **di Rumah Makan BPK Barus Jahe Kecamatan Medan Selayang** dan diolah dalam bentuk data melalui alat statistik.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Jenis pengumpulan data yang digunakan adalah dengan skala likert, yaitu mengukur sikap, pendapatan, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa Teknik antara lain:

1. Pengamatan (*Observation*)

yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.

2. Daftar pertanyaan (*Questionnaire*)

yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan/angket yang sudah dipersiapkan sebelum dan diberikan kepada responden. Dimana

responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai angket yang ditentukan yaitu:

Tabel 3.3
Bobot Angket

PERTANYAAN	BOBOT
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2019) instrumen yang valid berarti alat ukur atau kuesioner yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

a. Uji Validitas

Untuk mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas merupakan suatu uji untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen yang akan digunakan (Mahira, Hadi, & Nastiti, 2021). Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics versi 20, dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu instrumen pengukuran yang terpercaya atau *reliable* dan menunjukkan hasil yang sama pada saat dilakukan pengukuran.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *Alpha Cronbach* 0,00 s.d 0.20, berarti sangat tidak *reliabel*.
2. Nilai *Alpha Cronbach* 0,21 s.d 0.40, berarti tidak *reliabel*.
3. Nilai *Alpha Cronbach* 0,41 s.d 0.60, berarti cukup *reliabel*.
4. Nilai *Alpha Cronbach* 0,61 s.d 0.80, berarti *reliabel*.
5. Nilai *Alpha Cronbach* 0,81 s.d 1.00, berarti sangat *reliable*.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak (Lapasiang, 2017).

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji *kolmogroff smirnov test*. Uji ini dilakukan untuk mengetahui distribusi normal atau tidak.

- a. Jika nilai *Asymp sig* > 0,05 Maka data berdistribusi normal
- b. Jika nilai *Asymp sig* < 0,05 Maka data tidak normal

Untuk pengujian normalitas data dalam penelitian ini dideteksi melalui analisa grafik dan statistik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS.

1. Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*Bell shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data menceng ke kanan atau menceng ke kiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.
2. Grafik *Normality Probability Plot*, ketentuan yang digunakan adalah:
 - a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 - b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya.

Dasar yang digunakan untuk menentukan heterokedastisitas antara lain:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikoleniaritas

Untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Karena model regresi yang baik seharusnya tidak

terjadi korelasi diantara variabel *independen*. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan ketentuan jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi dan begitupun sebaliknya.

3.6.3. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), maka dilakukan perhitungan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistics versi 25* yaitu dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y	= Loyalitas Pelanggan
α	= Konstanta persamaan regresi
$b_1, b_2,$	= Koefisien regresi
X_1	= <i>Tangibles</i>
X_2	= <i>Reliability</i>
e	= <i>Standart error</i>

b. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

Selanjutnya dilakukan uji signifikan dengan membandingkan tingkat signifikan (α) 5% dengan derajat kebebasan $df = (n-k)$ dari t_{hitung} yang diperoleh dengan kriteria sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 0,05$).

Dimana kriteria pengujiannya:

$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0$ Ditolak

$F_{hitung} \leq F_{tabel} = H_0$ Diterima

3.6.4. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu dan besarnya pengukuran dapat dilihat dari uji regresi yaitu nilai koefisien determinasi *multiple R Square*. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < adjusted R^2 < 1$), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan terhadap hipotesis dari variabel dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan mengenai jawaban atas permasalahan dari latar belakang masalah yaitu sebagai berikut:

1. Secara parsial, *tangibles* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang, maka keputusannya H_1 diterima.
2. Secara parsial, *reliability* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang, maka keputusannya H_2 ditolak.
3. Secara simultan, *tangibles* dan *reliability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Makan BPK Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang, maka keputusannya H_3 diterima.

5.2. SARAN

Berdasarkan hasil pengujian dan kesimpulan yang telah dibuat, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Rumah Makan BPK Barus Jahe disarankan agar tetap mempertakankan sarana prasarana fisik dan kondisi lingkungan untuk mendorong pelanggan dalam memberikan loyalitasnya kepada perusahaan.
2. Meskipun pada indikator *reliability* yaitu pelayanan yang diberikan Rumah Makan BPK Barus Jahe kepada pelanggan tidak berpengaruh pada loyalitas

pelanggan, Rumah Makan BPK Barus Jahe harus tetap melayani pelanggan dengan baik dan sesuai prosedur yang ada agar pelanggan tetap merasakan pelayanan dan cita rasa makanan yang di inginkan.

3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian sejenis dengan menggunakan variabel lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Maulina & R, Mudji, Rachmat. (2019). **Pengaruh Dimensi Service Quality Terhadap Consumer Loyalty Pada Rumah Makan Alas Cobek Bandar Lampung.** *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(2), ISSN : 1411 – 9366
- Bali, A.Y. (2022). **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.** *Jurnal Akuntansi Manajemen dan Ekonomi*, 1(1), 1-14, ISSN: 2829-8888.
- Darmawan, D. (2021). **Pencapaian Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Melalui Strategi Pemasaran Berdasarkan Pengalaman (Studi Kasus Pelanggan Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Di Mojokerto).** *Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Kewirausahaan 1 (1)*.
- Hasnih, Gunawan, Ika Nafisatin, L dkk. (2018). **Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.** *JSMBI*, 8(2), 180-195.
- Kolonio, Jeremia & Djurwati soepeno. (2019). **Pengaruh Service Quality, Trust dan Consumer Satisfaction terhadap Consumer Loyalty pada CV Sarana Marine Fiberglass.** *Jurnal EMBA*, 7(1)
- Lapasiang, Denis, Silcyljeova Moniharapon dan Sjendry Loindong. (2017). **Pengaruh Kepercayaan Dan Komitmen Terhadap Kepuasan Konsumen.** *Jurnal EMBA*, 5(3), 3068-3077.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). **Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome.** *Jurnal Korelasi (2)*.
- Martha, L., & Jordan, R. (2022). **Pengaruh Tangible, Emphaty, Responsiveness, Assurance, Dan Reliability Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Bunda Padang.** *Jurnal Ilmiah Multidisiplin 1 (6)*.
- Prihandoyo, C. (2017). **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Prasmanan Cocom Balikpapan.** *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNMUL. 1.* ISSN: 2579-8715
- Puji Lestari, F. A (2018). **Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.** *Jurnal lppmunindra*, 10(2), 179-187, ISSN: 2502-5449.

- Rosalia K.J & Purnawati N. (2018). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rsu Surya Husadha Di Denpasar.** *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(5), ISSN: 2302-8912.
- Rizkillah, A., Suryani, & Rahmawati. (2020). **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bamboo Coffee Dan Resto Di Lhokseumawe.** *MBIA 19 (1)*.
- Sucihati, R. N., Usman, & Yunita, F. A. (2022). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Ud. Nealma Food Sumbawa Besar).** *Jurnal Riset Dan Kajian Manajemen 2 (1)*.
- Yulianto, Y. (2021). **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Lombok Idjo Cabang Gajah Mada Di Kota Semarang).** *Journal of Management*, 7(1), ISSN: 2502-7689.
- Abdullah, T., & Tantri., F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management (16th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Tjiptono Fandy., & Gregorius Chandra. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: Andi offset
- Tjiptono, F., & Chandra ,G. (2020). *Service, Quality & satisfaction Edisi 5*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Vannesa, G. (2017). *Costumer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Alfabeta



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Pengaruh *Tangibles* Dan *Reliability* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Rumah Makan Babi Panggang Karo Barus Jahe Di Kecamatan Medan Selayang

Responden yang terhormat,

Saya mohon bantuan Anda untuk memberikan tanggapan dengan keadaan yang sebenarnya terhadap pernyataan-pernyataan yang tersusun dalam kuisisioner ini guna memperoleh data yang saya butuhkan untuk penyusunan skripsi dan akan saya jaga kerahasiaannya. Atas waktu dan kesediaan Anda dalam mengisi kuisisioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

I. IDENTITAS KONSUMEN

Data Responden	
Usia	
Jenis Kelamin	

II. PETUNJUK PENGISIAN

Pilih salah satu jawaban yang paling tepat dengan memberikan tanda checklist menurut pendapat anda pada kolom yang telah disajikan.

Alternative Jawaban:

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

III. DAFTAR PERTANYAAN

Tangibles (X_1)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Indikator Peralatan Modern						
1.	Alat makan yang digunakan di Rumah Makan BPK Barus Jahe sudah memenuhi standarrumah makan.					
Indikator Fasilitas yang Berdaya Tarik Visual						
2.	Kursi dan Meja yang ada di Rumah Makan					

	BPK Barus Jahe memiliki daya tarik visual.					
Indikator Karyawan yang Berpenampilan Rapi dan Professional						
3.	Karyawan di Rumah Makan BPK Barus Jahe berpenampilan rapih.					
Indikator Materi Berkaitan dengan Jasa yang Berdaya Tarik Visual						
4.	Desain kemasan di Rumah Makan BPK Barus Jahe memiliki daya tarik visual.					

Reliability (X₂)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Indikator Menyediakan Jasa Sesuai yang di Janjikan						
1.	Pelayanan di Rumah Makan BPK Barus Jahe sesuai dengan harapan konsumen.					
Indikator Dapat Diandalkan Dalam Menangani Masalah Jasa Pelayanan						
2.	Penanganan di Rumah Makan BPK Barus Jahe sangat baik ketika terjadi komplek dalam pelayanan.					
Indikator Menyampaikan Jasa Secara Benar Semenjak Pertama Kali						
3.	Memberikan sapaan kepada konsumen yang baru datang di Rumah Makan BPK BarusJahe.					
4.	Pemberian menu ketika konsumen datang ke Rumah Makan Barus Jahe membuat konsumen terkesan.					
Indikator Menyampaikan Jasa Sesuai dengan Waktu yang di Janjikan						
5.	Penyajian makanan di Rumah Makan BPK Barus Jahe hanya dalam waktu 10-15 menit.					
Indikator Menyimpan Catatan / Dokumen Tanpa Kesalahan						
6.	Pesanan konsumen dicatat dan akan diberikan ketika melakukan pembayaran di RumahMakan BPK Barus Jahe.					

Loyalitas Pelanggan (Y)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
Indikator Pembelian Ulang						
1.	Saya sudah membeli di Rumah Makan BPK Barus Jahe lebih dari 2 kali.					
Indikator Kebiasaan Mengonsumsi Merek						
2.	Saya ingin terus menjadi konsumen di Rumah Makan BPK Barus Jahe.					
Indikator Selalu Menyukai Merek Tersebut						
3.	Saya sangat menyukai rasa makanan di Rumah Makan BPK Barus Jahe.					
Indikator Tetap Memilih Merek Tersebut						
4.	Saya tidak akan membeli BPK di Rumah Makan lain.					
Indikator Yakin Bahwa Merek Tersebut yang Terbaik						
5.	Saya percaya bahwa Rumah Makan BPK					

	Barus Jahe merupakan Rumah Makan BPK terbaik yang pernah saya kunjungi.					
Indikator Merekomendasikan Merek Tersebut Pada Orang Lain						
6.	Saya akan merekomendasikan Rumah Makan BPK Barus Jahe kepada kerabat saya.					



Lampiran 2. Distribusi Jawaban Responden

DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL TANGIBELS(X1)					
ITEM					
Resp	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
1	4	5	5	4	18
2	3	4	4	4	15
3	3	4	5	4	16
4	3	4	5	3	15
5	4	4	5	3	16
6	4	3	5	3	15
7	4	3	5	3	15
8	4	3	4	4	15
9	4	3	5	3	15
10	4	5	5	4	18
11	4	3	5	4	16
12	4	3	4	4	15
13	4	4	4	4	16
14	4	4	5	4	17
15	3	2	5	3	13
16	3	4	4	3	14
17	4	4	5	4	17
18	4	4	4	4	16
19	4	3	4	4	15
20	5	4	5	4	18
21	4	3	4	4	15
22	3	5	3	3	14
23	4	4	4	3	15
24	3	5	5	3	16
25	3	5	4	3	15
26	5	4	5	4	18
27	5	4	5	4	18
28	5	5	4	3	17
29	5	3	5	4	17
30	5	3	5	5	18
31	4	4	5	4	17
32	4	4	5	4	17
33	4	4	5	4	17
34	4	3	5	4	16
35	5	5	5	3	18
36	5	5	5	3	18

37	3	5	5	3	16
38	3	4	5	4	16
39	5	4	3	4	16
40	5	4	4	4	17
41	4	4	4	5	17
42	4	5	4	4	17
43	4	5	4	3	16
44	4	5	4	4	17
45	5	3	3	3	14
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	5	4	4	17
49	4	4	4	3	15
50	4	5	4	3	16
51	4	5	5	3	17
52	4	5	4	3	16
53	3	3	5	4	15
54	3	3	5	2	13
55	4	3	5	5	17
56	4	4	5	5	18
57	4	5	5	4	18
58	4	5	4	4	17
59	4	4	5	5	18
60	4	5	5	3	17
61	4	5	5	4	18
62	5	5	4	4	18
63	5	4	4	4	17
64	4	4	5	4	17
65	4	5	5	3	17
66	4	5	4	4	17
67	4	5	5	5	19
68	4	4	4	4	16
69	4	4	5	4	17
70	3	5	5	5	18
71	3	4	4	4	15
72	4	4	4	5	17
73	4	4	4	4	16
74	4	4	4	4	16
75	4	3	4	3	14
76	5	3	4	3	15
77	4	5	4	3	16

78	4	4	4	4	16
79	4	5	5	4	18
80	4	4	3	4	15

DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL RELIABILITY (X2)							
ITEM							
RESP.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
1	5	4	4	3	4	4	24
2	5	5	4	4	4	5	27
3	5	5	4	4	4	4	26
4	4	4	3	3	4	4	22
5	5	5	4	4	5	5	28
6	5	4	3	5	5	5	27
7	5	5	4	4	5	5	28
8	4	4	4	3	4	4	23
9	5	5	4	4	5	5	28
10	5	5	4	4	5	4	27
11	5	5	4	4	5	4	27
12	5	4	4	4	3	4	24
13	4	4	5	5	5	5	28
14	5	5	4	4	4	5	27
15	4	5	4	4	4	4	25
16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	5	5	4	5	5	29
18	5	5	4	3	4	4	25
19	4	4	5	4	4	3	24
20	5	5	5	4	4	5	28
21	5	5	4	5	5	5	29
22	4	5	4	3	4	4	24
23	5	5	4	4	3	4	25
24	4	5	5	4	5	5	28
25	5	5	5	5	5	4	29
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	4	4	3	4	3	23
28	5	5	4	5	4	5	28
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	4	5	5	29
31	5	4	3	4	4	5	25
32	4	4	5	4	4	5	26
33	5	4	3	4	4	4	24

34	5	4	4	4	4	4	25
35	4	4	5	3	4	4	24
36	5	5	5	5	5	5	30
37	4	5	4	5	3	4	25
38	4	4	5	5	3	4	25
39	4	5	5	5	5	5	29
40	5	5	3	4	5	4	26
41	5	4	3	4	5	4	25
42	5	5	4	4	5	4	27
43	4	5	5	5	4	4	27
44	4	4	4	4	4	4	24
45	5	4	5	3	4	4	25
46	5	4	5	5	3	4	26
47	4	4	3	5	4	4	24
48	4	4	3	5	4	4	24
49	4	4	4	3	4	4	23
50	5	4	4	3	4	4	24
51	4	4	4	3	4	4	23
52	5	5	4	4	4	5	27
53	5	5	4	4	4	4	26
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	5	5	4	3	5	27
56	5	5	5	5	3	5	28
57	5	5	4	4	3	5	26
58	4	4	4	3	4	4	23
59	5	5	5	5	5	5	30
60	5	5	4	4	5	4	27
61	5	5	5	5	5	4	29
62	5	4	4	5	3	4	25
63	4	4	4	4	4	4	24
64	5	5	5	5	4	5	29
65	4	5	4	3	4	4	24
66	5	5	5	4	5	5	29
67	5	4	3	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	3	4	4	4	23
70	5	5	5	5	5	5	30
71	4	4	4	3	3	4	22
72	5	4	5	5	4	4	27
73	4	3	3	5	3	4	22
74	5	5	3	3	3	3	22

75	5	5	5	4	4	3	26
76	4	3	3	3	3	3	19
77	5	4	4	3	4	4	24
78	3	4	3	4	4	4	22
79	4	3	4	5	4	4	24
80	4	4	4	4	5	4	25

DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL LOYALITAS PRLANGGAN(Y)							
ITEM							
RESP	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
1	5	5	5	5	4	5	29
2	5	5	4	4	4	4	26
3	5	4	4	5	3	5	26
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	4	3	4	26
6	4	3	4	5	3	5	24
7	5	5	5	5	4	5	29
8	4	4	4	5	4	3	24
9	5	4	5	5	4	5	28
10	4	5	4	4	5	4	26
11	3	3	3	4	3	4	20
12	5	4	4	5	4	5	27
13	5	4	4	4	3	4	24
14	5	5	4	5	4	4	27
15	5	5	4	5	4	4	27
16	4	3	4	4	4	4	23
17	5	5	5	5	3	5	28
18	5	2	4	4	5	4	24
19	5	2	5	4	5	5	26
20	5	5	4	4	3	4	25
21	5	4	4	4	3	5	25
22	5	5	3	4	4	4	25
23	5	4	4	4	4	4	25
24	4	4	5	5	5	5	28
25	5	4	4	5	3	4	25
26	5	5	5	5	4	5	29
27	5	3	4	5	4	5	26
28	5	5	4	5	4	4	27
29	5	5	4	4	5	4	27

30	5	3	4	5	3	5	25
31	4	5	4	4	3	4	24
32	5	4	4	4	3	4	24
33	4	3	3	4	4	4	22
34	4	4	4	5	4	4	25
35	4	5	3	5	3	5	25
36	4	5	4	5	3	5	26
37	4	5	4	5	4	4	26
38	5	5	4	5	5	4	28
39	5	4	5	4	3	5	26
40	5	4	5	4	4	5	27
41	5	4	5	4	5	4	27
42	5	3	4	4	4	4	24
43	4	5	4	5	3	5	26
44	4	5	4	5	5	5	28
45	4	3	5	5	3	4	24
46	4	4	5	5	4	4	26
47	4	5	3	5	3	5	25
48	4	5	4	5	4	4	26
49	4	4	4	4	5	4	25
50	4	4	4	4	3	4	23
51	5	4	5	5	5	5	29
52	5	3	4	4	3	4	23
53	5	4	4	5	5	5	28
54	4	4	4	4	3	4	23
55	5	5	5	4	4	4	27
56	5	5	5	5	4	5	29
57	5	5	5	5	3	5	28
58	4	3	4	5	3	3	22
59	5	4	5	5	5	5	29
60	4	3	4	4	3	4	22
61	5	4	5	5	4	5	28
62	4	3	4	5	4	5	25
63	4	3	4	4	4	4	23
64	5	5	4	5	3	4	26
65	5	5	4	5	4	4	27
66	5	5	4	4	3	4	25
67	5	5	5	5	4	5	29
68	4	3	4	4	4	5	24
69	4	3	4	4	4	4	23
70	4	4	4	5	3	5	25

71	4	4	4	5	4	4	25
72	5	3	5	4	3	5	25
73	4	4	4	3	3	4	22
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	3	4	3	4	4	22
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	3	4	4	23
78	5	5	5	5	5	4	29
79	5	4	5	5	4	4	27
80	4	4	4	3	3	5	23



Lampiran 3. Uji Validitas

1. Uji Validitas Variabel *Tangibles* X1

		Correlations				
		T_1	T_2	T_3	T_4	T_TOTAL
T_1	Pearson Correlation	1	.154	.256	.236	.576**
	Sig. (2-tailed)		.416	.173	.209	.001
	N	30	30	30	30	30
T_2	Pearson Correlation	.154	1	.565**	.199	.660**
	Sig. (2-tailed)	.416		.001	.292	.000
	N	30	30	30	30	30
T_3	Pearson Correlation	.256	.565**	1	.544**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.173	.001		.002	.000
	N	30	30	30	30	30
T_4	Pearson Correlation	.236	.199	.544**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.209	.292	.002		.000
	N	30	30	30	30	30
T_TOTAL	Pearson Correlation	.576**	.660**	.839**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

2. Uji Validitas Variabel *Reliability* X2

		Correlations						
		R_1	R_2	R_3	R_4	R_5	R_6	R_TOTAL
R_1	Pearson Correlation	1	1.000**	.351	.390*	.425*	.319	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.058	.033	.019	.086	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_2	Pearson Correlation	1.000**	1	.351	.390*	.425*	.319	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000		.058	.033	.019	.086	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_3	Pearson Correlation	.351	.351	1	.156	.331	.399*	.644**
	Sig. (2-tailed)	.058	.058		.410	.074	.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_4	Pearson Correlation	.390*	.390*	.156	1	.162	.170	.574**
	Sig. (2-tailed)							
	N	30	30	30	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	.033	.033	.410		.391	.370	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_5	Pearson Correlation	.425*	.425*	.331	.162	1	.330	.639**
	Sig. (2-tailed)	.019	.019	.074	.391		.075	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_6	Pearson Correlation	.319	.319	.399*	.170	.330	1	.645**
	Sig. (2-tailed)	.086	.086	.029	.370	.075		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
R_TOTAL	Pearson Correlation	.807**	.807**	.644**	.574**	.639**	.645**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

3. Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan Y

		Correlations						
		LP_1	LP_2	LP_3	LP_4	LP_5	LP_6	LP_TOTAL
LP_1	Pearson Correlation	1	.650**	.523**	.328	.401*	.352	.693**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.077	.028	.056	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
LP_2	Pearson Correlation	.650**	1	.487**	.543**	.449*	.414*	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.002	.013	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
LP_3	Pearson Correlation	.523**	.487**	1	.340	.481**	.265	.681**
	Sig. (2-tailed)	.003	.006		.066	.007	.156	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
LP_4	Pearson Correlation	.328	.543**	.340	1	.590**	.582**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.077	.002	.066		.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
LP_5	Pearson Correlation	.401*	.449*	.481**	.590**	1	.773**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.028	.013	.007	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30

	N	30	30	30	30	30	30	30
LP_6	Pearson Correlation	.352	.414*	.265	.582**	.773**	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.056	.023	.156	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
LP_TOTAL	Pearson Correlation	.693**	.759**	.681**	.747**	.849**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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



Lampiran 4. Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel *Tangibles X1*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.658	.659	4

2. Uji Reliabilitas Variabel *Reliability X2*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.754	.777	6

3. Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.844	.846	6

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

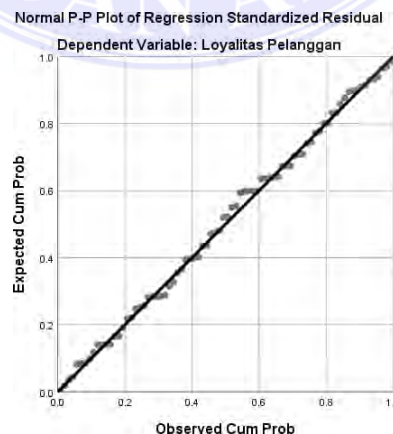
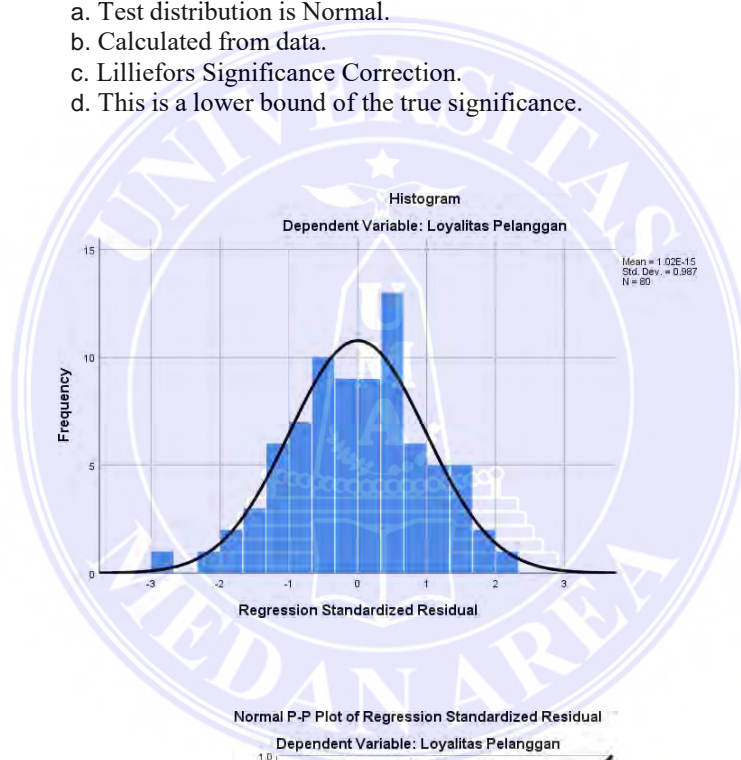
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94124042
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.040
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

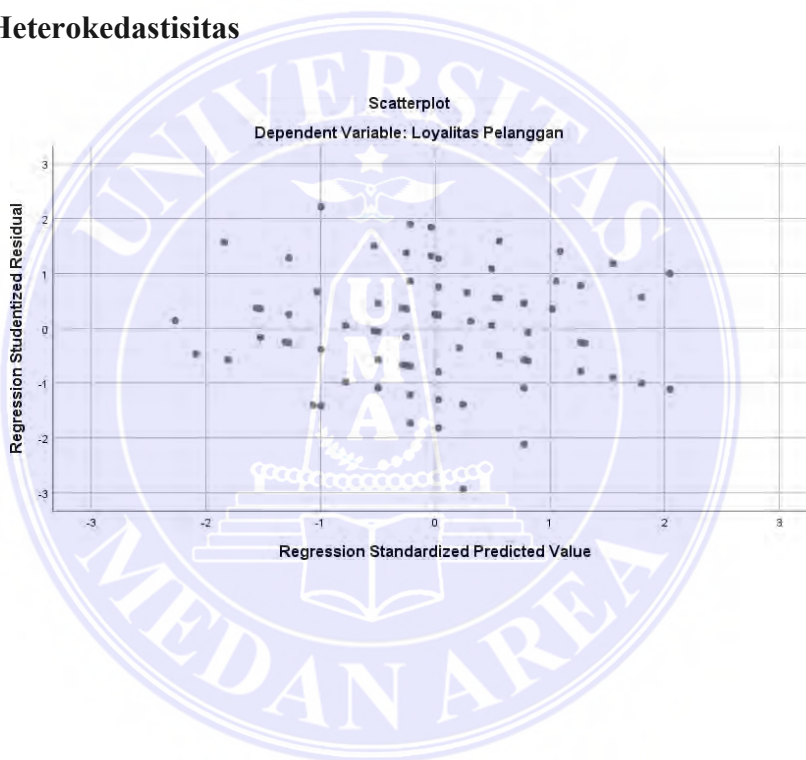


2. Uji Multikoleniaritas

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	13.848	3.308		4.186	.000		
	Tangibels	.414	.177	.257	2.342	.022	.929	1.076
	Reliability	.194	.100	.212	1.929	.057	.929	1.076

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

3. Uji Heterokedastisitas



Lampiran 6. Uji Hipotesis

Model		Coefficients ^a				Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Tolerance	VI F
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	13.848	3.308		4.186	.000		
	Tangibels	.414	.177	.257	2.342	.022	.929	1.076
	Reliability	.194	.100	.212	1.929	.057	.929	1.076

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48.283	2	24.141	6.244	.003 ^b
	Residual	297.705	77	3.866		
	Total	345.988	79			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Reliability, Tangibels

Lampiran 7. Uji Koefisien Determinasi R²

Model	R	R Square	Model Summary ^b		Durbin-Watson
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.374 ^a	.140	.117	1.96629	2.438

a. Predictors: (Constant), Reliability, Tangibles

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan



Lampiran 8. Tabel r

Tabel r Product Moment											
Pada Sig,0,05 (Two Tail)											
N	r	N	R	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

Lampiran 9. Tabel Distribusi t

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639

Lampiran 10. Tabel Distribusi F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90

Lampiran 11. Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 703 /FEB /01.1/ VIII / 2023
Lamp : -
Perihal : Izin Research / Survey

30 Agustus 2023

Kepada Yth,
Babi Panggang Karo (BPK) Barus Jahe Di Kecamatan Medan Selayang

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

Nama : OLGA ANDRESTA BR. PINEM
NPM : 188320288
Program Studi : Manajemen
Judul : **Pengaruh Tangibles Dan Reliability Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Babi Panggang Karo (BPK) Barus Jahe Di Kecamatan Medan Selayang**

Untuk diberi izin mengambil data pada perusahaan yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang,
Inovasi, Kemahasiswaan Dan Alumni

Rana Fathimah Ananda, SE, M. Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal

Lampiran 12. Surat Telah Selesai Melakukan Penelitian

SURAT KETERANGAN
Telah Melakukan Penelitian

Medan, 04 Januari 2023

Kepada Yth,
Wakil Dekan Bidang
Inovasi Kemahasiswaan dan Alumni
Di-
Medan

Yang bertanda tangan di bawah ini, pemilik usaha Rumah Makan BPK Barus Jahe dengan ini menerangkan dengan sebenar-benarnya bahwa mahasiswi di bawah ini:

Nama : Olga Andresta
NPM : 188320288
Institusi Pendidikan : Universitas Medan Area
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Telah melakukan penelitian dengan baik dan lancar dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul:

Pengaruh *Tangibles* dan *Reliability* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Babi Panggang Karo (BPK) Barus Jahe di Kecamatan Medan Selayang

Demikian disampaikan untuk dimaklumi atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Pemilik Rumah Makan BPK Barus Jahe

RM. BPK BARUS JAHE
NO. HP: 0813 7644 2228


Rustina