

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M.T. 2005. Edisi Pertama. *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Boediono, B. 2003. *Pelayanan Prima*. Jakarta: Rineka Cipta
- Gerson, R, F. 2002. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PPM
- Lane Langord, 2004. *Customer Relation Management*. Bayu media publishing.
- Kotler, P. Edisi ke Tiga belas. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Tjiptono, 2011. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Supranto, J. Prof. M.A & Limakrisna, Dr. Ir.MM. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Lupiyoadi, R. 2001. Edisi Pertama. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Selnes, F. 1993. "An Examination of the effect Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty", *European Journal Of Marketing*, vol. 27, No 9
- Wood. I. 2009. Edisi Pertama. *Layanan pelanggan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Martin, W, B. Ph.D. 1993. *Quality Customer Service*. Crisp Publication
- Marpaung, 2011. *Study Identifikasi Faktor-faktor Kepuasan Pengguna Jasa Pelayanan Publik di Kantor Camat Porsea Kabupaten Tobasa*.

Skripsi (tidak diterbitkan) Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Adriana, 2010. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

Penelitian Skripsi, tesis disertai pengertian loyalitas, www.infoskripsi.Com
/Article /pengertian Loyalitas Pelanggan. Diakses 2 september, 2011.

LAMPIRAN

Penunjuk Pengisian

Bapak-bapak Ibu-ibu dan Saudara-saudara diminta untuk memberikan jawaban dengan cara menyilang (X) dikotak jawaban yang telah disediakan sesuai dengan kondisi Tempat ini. Untuk saya mohon kerja sama dari Bapak/Ibu dan Saudara. Dalam kuisioner ini anda akan diberikan pernyataan dengan pilihan jawaban: STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), S (Setuju), dan SS (Sangat Setuju).

Terima kasih atas kerja sama Bapak/Ibuk dan Saudara saya ucapkan terima kasih.

No.	Pernyataan	RESPON			
Kepuasan pelanggan					
	Harga produk makanan ditempat ini terjangkau dengan kemampuan saya	STS	TS	S	SS
	Harga relatif sesuai dengan kualitas produk makanan yang ditawarkan	STS	TS	S	SS
	Penampilan semua karyawan di rumah makan ini rapi, bersih dan indah	STS	TS	S	SS
	Setiap ruangan rumah makan terlihat rapi dan bersih dan menyenangkan	STS	TS	S	SS
	Rumah makan mampu untuk memberikan perhatian kepada para pelanggan secara personal	STS	TS	S	SS
	Rumah makan menyediakan lahan yang cukup untuk tempat parkir	STS	TS	S	SS
	Rumah makan ini memberikan perhatian secara individual kepada saya	STS	TS	S	SS
	Rumah makan ini mengutamakan kepentingan saya	STS	TS	S	SS
	Peralatan makan rumah makan ini, lengkap dan bersih	STS	TS	S	SS
	Tata letak meja dan kursi rumah makan ini tidak sempit	STS	TS	S	SS
	Rumah makan ini telah mendapatkan sertifikat halal	STS	TS	S	SS
	Karyawan memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan saya	STS	TS	S	SS
Layanan jasa Boga					
	Mengganti secepatnya perlengkapan makan yang jatuh.	STS	TS	S	SS
	Memberikan peralatan makanan tambahan apabila saya memerlukan.	STS	TS	S	SS
	Makanan di sini memenuhi kebutuhan saya akan kebersihan dan kesehatan	STS	TS	S	SS
	Saya mendapatkan pengalaman yang menyenangkan makan disini	STS	TS	S	SS
	Saya tidak menunggu terlalu lama untuk dilayani	STS	TS	S	SS

18	Jarak pemesanan dan datangnya makanan tidak membuat saya menunggu terlalu lama	STS	TS	S	SS
19	Pelayan rumah makan cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan	STS	TS	S	SS
20	Pelayan memberikan saran kepada saya utk memilih paket yang sesuai	STS	TS	S	SS
21	Ketepatan waktu penyajian yang dijanjikan	STS	TS	S	SS
Kepercayaan Pelanggan					
22	Saya percaya rumah makan ini memiliki sumber daya yang berkualitas dalam memberikan pelayanan	STS	TS	S	SS
23	Saya yakin rumah makan ini selalu memberikan yang terbaik buat pelanggannya	STS	TS	S	SS
24	Saya percaya aktifitas rumah makan ini dalam menghadirkan produknya dilakukan untuk mencapai keberhasilan dan mewujudkan janjinya	STS	TS	S	SS
25	Saya percaya bahwa rumah makan ini dapat terus bersaing dengan tempat lain	STS	TS	S	SS
26	Saya merasa nyaman dan aman untuk makan di rumah makan ini	STS	TS	S	SS
27	Saya pertimbangkan rumah makan ini menjadi pilihan pertama pada saat saya ingin makan	STS	TS	S	SS
Komitmen Pelanggan					
28	Hubungan saya dengan rumah makan ini merupakan hal yang penting bagi saya	STS	TS	S	SS
29	Jika rumah makan ini tidak beroperasi, merupakan hal yang mengecewakan bagi saya	STS	TS	S	SS
30	Saya merasa keberadaan saya di rumah makan ini, diterima dengan baik	STS	TS	S	SS
31	Saya merasa rumah makan ini merupakan tempat yang harus saya tuju pada saat saya ingin makan	STS	TS	S	SS
32	Bagi saya rumah makan ini merupakan tempat yang saya sukai	STS	TS	S	SS
33	Saya suka jika setiap saya ingin makan harus di rumah makan ini	STS	TS	S	SS

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

FAKTOR	DESKRIPSI FAKTOR	CHI-SQUARE	P	KETERANGAN
Faktor 1	Kepuasan Pelanggan	72.058 ^a	0,000	Signifikan(berkontribusi)
Faktor 2	Pelayanan jasa Boga	47.872 ^a	0,000	Signifikan(berkontribusi)
Faktor 3	Kepercayaan pelanggan	27.408 ^a	0,000	Signifikan(berkontribusi)
Faktor 4	Komitmen Pelanggan	55.290 ^a	0,000	Signifikan(berkontribusi)

Berdasarkan dari analisis di atas, dapat dikatakan masing-masing 4 faktor yang ada, yakni Kepuasan pelanggan, Pelayanan Jasa Boga, kepercayaan pelanggan dan Komitmen Pelanggan berkontribusi terhadap variabel Loyalitas Pelanggan, dengan masing-masing harga $p < 0.05$

HASIL ANALISIS TABULASI SILANG

Tabel Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan

KEPUASAN PELANGGAN		LOYALITAS PELANGGAN			TOTAL
		TIDAK LOYAL	LOYAL	SANGAT LOYAL	
TIDAK PUAS	FREKUENSI	12	3	0	15
	PERSENTASE	80%	20%	0%	15%
PUAS	FREKUENSI	5	57	4	66
	PERSENTASE	7.6%	86.4%	6.0%	66%
SANGAT PUAS	FREKUENSI	0	10	9	19
	PERSENTASE	0%	52.6%	47.4%	19%
TOTAL	FREKUENSI	17	70	13	100
	PERSENTASE	17%	70%	13%	100%

Tabel Pelayanan Jasa Boga dengan Loyalitas Pelanggan

PELAYANAN JASA BOGA		LOYALITAS PELANGGAN			TOTAL
		TIDAK LOYAL	LOYAL	SANGAT LOYAL	
BURUK	FREKUENSI	10	1	0	11
	PERSENTASE	90,9%	9,1%	0%	11%
BAIK	FREKUENSI	7	69	13	89
	PERSENTASE	7.6%	86.4%	6.0%	89%
SANGAT BAIK	FREKUENSI	0	0	0	0
	PERSENTASE	0%	0%	0,6%	0%
TOTAL	FREKUENSI	17	70	13	100
	PERSENTASE	17%	70%	13%	100%

Level Kepercayaan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan

Kepercayaan Pelanggan		LOYALITAS PELANGGAN			TOTAL
		TIDAK LOYAL	LOYAL	SANGAT LOYAL	
RENDAH	FREKUENSI	8	3	0	11
	PERSENTASE	72,2%	27,3%	0%	11%
SEDANG	FREKUENSI	9	67	13	89
	PERSENTASE	7.6%	86.4%	6.0%	89%
TINGGI	FREKUENSI	0	0	0	0
	PERSENTASE	0%	0%	0%	0%
TOTAL	FREKUENSI	15	58	4	100
	PERSENTASE	17%	70%	13%	100%

Level Komitmen Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan

Komitmen Pelanggan		LOYALITAS PELANGGAN			TOTAL
		TIDAK LOYAL	LOYAL	SANGAT LOYAL	
RENDAH	FREKUENSI	8	2	0	10
	PERSENTASE	80,0%	20,0%	0%	10%
SEDANG	FREKUENSI	7	60	4	89
	PERSENTASE	9.9%	84.5%	5.6%	89%
TINGGI	FREKUENSI	2	8	9	19
	PERSENTASE	11,8%	42,1%	47,4%	19%
TOTAL	FREKUENSI	17	70	13	100
	PERSENTASE	17%	70%	13%	100%

ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF

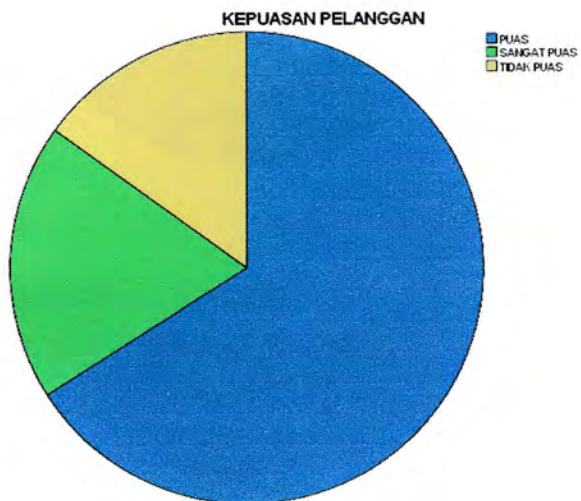
Tabel Statistik Deskriptif

FAKTOR	DESKRIPSI FAKTOR	MEAN	SD
Faktor 1	Kepuasan Pelanggan	41.200	5.738
Faktor 2	Pelayanan jasa Boga	24.540	3.468
Faktor 3	Kepercayaan pelanggan	20.690	3.293
Faktor 4	Komitmen Pelanggan	17.380	2.950

FAKTOR 1

Kepuasan Pelanggan

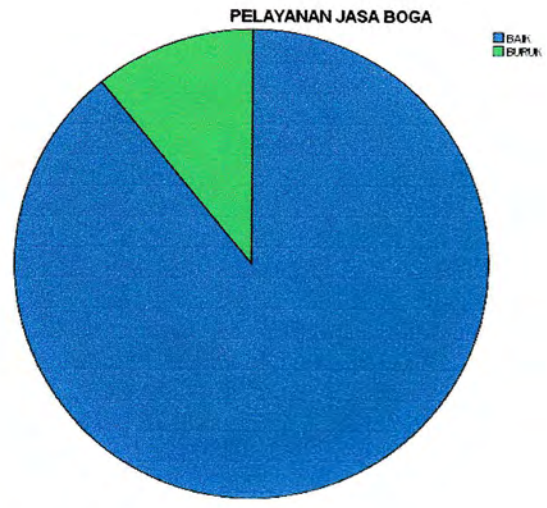
KATEGORI	JUMLAH	PERSENTASE
PUAS	66	66.0
SANGAT PUAS	19	19.0
TIDAK PUAS	15	15.0
Total	100	100.0



FAKTOR 2

Pelayanan jasa Boga

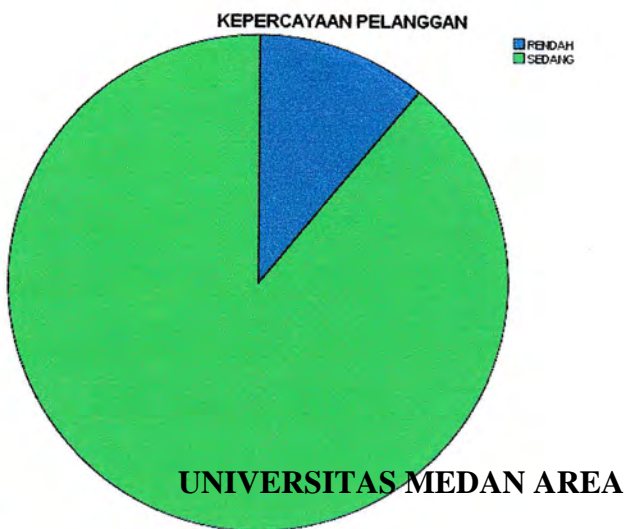
KATEGORI	JUMLAH	PERSENTASE
BAIK	89	89.0
BURUK	11	11.0
SANGAT BAIK	0	0 %
Total	100	100 %



FAKTOR 3

Kepercayaan Pelanggan

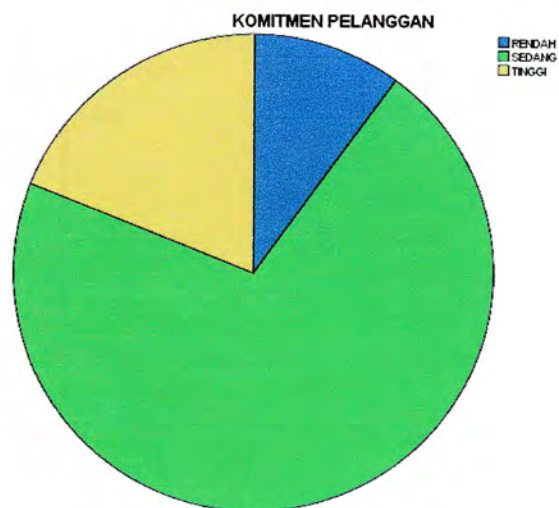
KATEGORI	JUMLAH	PERSENTASE
RENDAH	11	11.0
SEDANG	89	89.0
TINGGI	0	0 %
Total	100	100 %



FAKTOR 4

Komitmen Pelanggan

KATEGORI	JUMLAH	PERSENTASE
RENDAH	10	10.0
SEDANG	71	71.0
TINGGI	19	19.0
Total	100	100.0



VARIABEL

Loyalitas Pelanggan

KATEGORI	JUMLAH	PERSENTASE
LOYAL	70	70.0
SANGAT LOYAL	13	13.0
TIDAK LOYAL	17	17.0
Total	100	100 %

