

ABSTRAK

Kereta Api Argo Gede merupakan salah satu kereta api penumpang andalan PT. Kereta Api Indonesia yang beroperasi di wilayah operasi I dan II (Bandung dan Jakarta). Dalam perkembangannya Kereta Api Argo Gede tak luput dari keterpurukan dan kemunduran yang dialami PT. Kereta Api Indonesia. Maka, PT. Kereta Api Indonesia perlu untuk memikirkan dan menentukan langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen bagi kemajuan perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan, kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas jasa yang telah ditetapkan, kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa yang telah ditetapkan dengan penyampaian jasa yang telah dilakukan, kesenjangan antara penyampaian jasa yang telah dilakukan dengan komunikasi eksternal, tingkat loyalitas konsumen, kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan mengusulkan upaya yang perlu dilakukan untuk peningkatan kepuasan konsumen dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen Kereta Api Argo Gede.

Lima dimensi pokok, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Alat ukur yang digunakan dalam melakukan pengukuran adalah dengan metode SERVQUAL dan pengujian hipotesis untuk mengetahui layanan yang diberikan saat ini secara signifikan sudah memuaskan atau belum dibandingkan dengan harapan konsumen. Sedangkan analisis jalur dan pengujian hipotesis untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Teknik sampling yang digunakan pada pembagian kuesioner kepada 382 konsumen Kereta Api Argo Gede Bandung-Jakarta dan Jakarta-Bandung adalah *simple random sampling*.

Dari pengolahan dan analisis data diperoleh nilai rata-rata *Total Servqual Quality* ($\overline{TSQ_i}$) adalah 0.0006. Hal ini menunjukkan secara keseluruhan kualitas pelayanan Kereta Api Argo Gede telah memuaskan konsumennya. Dari analisis Gap 5 diperoleh 8 item kualitas pelayanan yang belum memuaskan konsumennya, analisis Gap 1 diperoleh 1 item kualitas pelayanan yang memiliki kesenjangan dengan 1 penyebab Gap, analisis Gap 2 diperoleh 3 item kualitas pelayanan yang memiliki kesenjangan dengan 2 penyebab Gap, analisis Gap 3 diperoleh 4 item kualitas pelayanan yang memiliki kesenjangan dengan 1 penyebab Gap dan analisis Gap 4 diperoleh 1 penyebab Gap. Mayoritas persepsi konsumen mengenai tingkat loyalitas konsumen masuk dalam kategori tinggi (88.48%). Dimensi *tangibles*, *reliability*, *assurance* dan *empathy* mempunyai pengaruh signifikan secara langsung dan tidak langsung terhadap loyalitas konsumen sebesar 60.53% , sehingga pengaruh variabel lain sebesar 39.47%.

Upaya-upaya yang dapat dilakukan Kereta Api Argo Gede untuk perbaikan, diantaranya adalah melakukan pengontrolan rangkaian kereta api dengan teliti sebelum keberangkatan dan meningkatkan pelatihan khusus kepada pegawai Kereta Api Argo Gede.

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1-3
1.3.1 Pembatasan Masalah	1-3
1.3.2 Asumsi.....	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	1-4
1.5.1 Tujuan Penelitian	1-4
1.5.2 Manfaat Penelitian	1-5
1.6 Sistematika Penulisan	1-6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	2-1
2.1 Kualitas Jasa	2-1
2.1.1 Pengertian Dan Perspektif Terhadap Kualitas	2-1
2.1.2 Definisi Kualitas Jasa	2-2
2.1.3 Dimensi Kualitas Jasa	2-6
2.1.4 Model Kualitas Jasa	2-8
2.1.5 Pengukuran Kualitas Jasa	2-13

2.2	Kepuasan Pelanggan	2-16
2.3	Loyalitas Konsumen	2-17
2.4	Teknik Dan Metode Pengumpulan Data	2-23
2.5	Penarikan Sampel	2-25
2.5.1	Populasi dan Sampel	2-25
2.5.2	Metoda Pengambilan Sampel	2-25
2.5.2.1	<i>Probability Sampling</i>	2-26
2.5.2.2	<i>Nonprobability Sampling</i>	2-27
2.6	Skala Pengukuran	2-28
2.7	Tipe Skala Pengukuran	2-30
2.8	Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner	2-32
2.8.1	Pengujian Validitas Kuesioner	2-33
2.8.1.1	Pengujian Validitas Konstruksi	2-33
2.8.1.2	Pengujian Validitas Isi	2-34
2.8.1.3	Pengujian Validitas Eksternal	2-34
2.8.2	Pengujian Reliabilitas Kuesioner	2-35
2.9	Uji Hipotesis Menyangkut Dua Rataan	2-36
2.10	Pengukuran Tingkat Variabel	2-36
2.11	Metoda <i>Successive Interval</i>	2-37
2.12	Analisis Jalur	2-37

BAB 3	METODOLOGI PENELITIAN	3-1
3.1	Penelitian Awal	3-1
3.2	Pengidentifikasian Masalah	3-1
3.3	Perumusan Masalah	3-2
3.4	Tujuan Penelitian	3-6
3.5	Studi Literatur	3-6
3.6	Pengumpulan Data Pendahuluan	3-7
3.7	Pengidentifikasian Karakteristik Responden	3-7
3.8	Pengidentifikasian Variabel Penelitian	3-7
3.8.1	Identifikasi Variabel Kualitas Pelayanan	3-8

3.8.2 Identifikasi Variabel Penyebab Gap 1.....	3-9
3.8.3 Identifikasi Variabel Penyebab Gap 2.....	3-10
3.8.4 Identifikasi Variabel Penyebab Gap 3.....	3-12
3.8.5 Identifikasi Variabel Penyebab Gap 4.....	3-14
3.8.6 Identifikasi Variabel Loyalitas Konsumen.....	3-15
3.9 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-15
3.9.1 Penyusunan Kuesioner Konsumen.....	3-16
3.9.2 Penyusunan Kuesioner Manajemen	3-19
3.9.3 Penyusunan Kuesioner Karyawan	3-21
3.9.4 Penyusunan Kuesioner Loyalitas Konsumen	3-23
3.10 Validitas Konstruksi	3-24
3.11 Penentuan Ukuran Sampel Konsumen Awal	3-24
3.12 Penentuan Teknik Sampling Konsumen Awal.....	3-24
3.13 Penyebaran Kuesioner Konsumen Awal.....	3-25
3.14 Pemeriksaan Kuesioner Konsumen Awal.....	3-25
3.15 Pengujian Validitas Konsumen Awal.....	3-25
3.16 Pengujian Reliabilitas Konsumen Awal	3-26
3.17 Penentuan Ukuran Sampel Konsumen Lanjutan.....	3-26
3.18 Penentuan Teknik Sampling Konsumen Lanjutan	3-27
3.19 Pengumpulan Data Lanjutan	3-28
3.20 Pemeriksaan Kuesioner Konsumen Lanjutan, Kuesioner Manajemen Dan Karyawan.....	3-28
3.21 Pengolahan Data	3-28
3.21.1 Metode <i>Servqual</i>	3-28
3.21.2 Pengukuran Tingkat Variabel Loyalitas Konsumen	3-31
3.21.3 Metoda <i>Successive Interval</i>	3-31
3.21.4 Analisis Jalur.....	3-32
3.21.4 Pengujian Hipotesis.....	3-34
3.21.4.1 Pengujian Hipotesis Untuk Analisis Gap 5 dan Gap 1	3-34

3.21.4.2 Pengujian Hipotesis Untuk Analisis Jalur.....	3-35
3.22 Analisis Hasil Pengolahan Data	3-36
3.23 Usulan Perbaikan	3-37
3.24 Kesimpulan dan Saran	3-37
BAB 4 PENGUMPULAN DATA.....	4-1
4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Sumber Daya Manusia	4-5
4.2 Pengumpulan Data Pendahuluan.....	4-5
4.3 Penyusunan Kuesioner.....	4-8
4.4 Pengumpulan Data Penelitian	4-15
4.4.1 Kuesioner Konsumen Awal.....	4-16
4.4.1.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel Awal	4-16
4.4.1.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Awal.....	4-16
4.4.2 Pengumpulan Data Lanjutan.....	4-17
4.4.2.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel Lanjutan.....	4-17
4.4.2.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Lanjutan	4-18
4.4.3 Kuesioner Manajemen.....	4-18
4.4.3.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel (Manajemen).....	4-19
4.4.3.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner (Manajemen)	4-19
4.4.4 Kuesioner Karyawan.....	4-19
4.4.4.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel (Karyawan)	4-20

4.4.4.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner (Karyawan).....	4-20
BAB 5	PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	5-1
5.1	Pengolahan Data Awal.....	5-1
5.1.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	5-1
5.1.1.1	Pengujian Validitas Internal	5-1
5.1.1.2	Pengujian Validitas Eksternal	5-2
5.1.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	5-5
5.2	Pengukuran Kesenjangan Pelayanan dan Analisis Data.....	5-6
5.2.1	Pengolahan Data dan Analisis Gap 5	5-7
5.2.1.1	Pengolahan Data Gap 5 Dengan Metode Servqual	5-7
5.2.1.2	Pengolahan Data Gap 5 Dengan Metode Pengujian Hipotesis	5-9
5.2.1.2.1	Uji Kesamaan Rata-Rata Tiap Dimensi Gap 5	5-9
5.2.1.2.2	Uji Kesamaan Rata-Rata Tiap Item Gap 5	5-11
5.2.1.3	Analisis Gap 5	5-15
5.2.2	Pengolahan Data dan Analisis Gap 1	5-21
5.2.2.1	Pengolahan Data Gap 1 dengan Metode Servqual	5-21
5.2.2.2	Pengolahan Data Gap 1 dengan Metode Pengujian Hipotesis	5-23
5.2.2.2.1	Uji Kesamaan Rata-Rata Tiap Dimensi Gap 1	5-23
5.2.2.2.2	Uji Kesamaan Rata-Rata Tiap Item Gap 1	5-26
5.2.2.3	Pengolahan Variabel Penyebab Gap 1	5-29
5.2.2.4	Analisis Gap 1	5-33

5.2.3	Pengolahan Data dan Analisis Gap 2	5-37
5.2.3.1	Pengolahan Data Gap 2 Tiap Dimensi.....	5-39
5.2.3.2	Pengolahan Data Gap 2 Tiap Item.....	5-41
5.2.3.3	Pengolahan Variabel Penyebab Gap 2.....	5-46
5.2.4	Pengolahan Data Gap 3	5-51
5.2.4.1	Pengolahan Data Gap 3 Tiap Dimensi.....	5-52
5.2.4.2	Pengolahan Data Gap 3 Tiap Item.....	5-54
5.2.4.3	Pengolahan Variabel Penyebab Gap 3.....	5-59
5.2.5	Pengolahan Data Gap 4	5-68
5.2.5.1	Pengolahan Gap 4.....	5-68
5.2.5.2	Pengolahan Variabel Penyebab Gap 4.....	5-70
5.3	Analisis Keterkaitan Antara Kelima Gap (Gap 1, Gap 2, Gap 3, Gap 4 dan Gap 5).....	5-74
5.4	Tingkat Loyalitas Konsumen	5-91
5.5	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	5-92
5.5.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi-Dimensinya Terhadap Loyalitas Konsumen.....	5-92
5.5.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Berdasarkan Item- itemnya Terhadap Loyalitas Konsumen.....	5-100
5.6	Pemberian Usulan.....	5-128
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN	6-1
6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran	6-9
6.2.1	Saran Bagi Manajemen Kereta Api Argo Gede.....	6-9
6.2.2	Saran Bagi Penelitian Lebih Lanjut	6-10
DAFTAR PUSTAKA.....		DP-1
LAMPIRAN.....		L-1

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1	Perkembangan Penumpang Kereta Api Argo Gede Periode Bulan Januari, Februari dan Maret Tahun 2008.....	1-1
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	3-9
Tabel 3.2	Variabel Penyebab Gap 1 Untuk Manajemen.....	3-10
Tabel 3.3	Variabel Penyebab Gap 2 untuk Manajemen.....	3-11
Tabel 3.4	Variabel Penyebab Gap 3 Untuk Karyawan	3-12
Tabel 3.5	Variabel Penyebab Gap 4 Untuk Karyawan	3-14
Tabel 3.6	Operasionalisasi Variabel Penelitian Loyalitas Konsumen	3-15
Tabel 3.7	Penilaian Jawaban Kenyataan dalam Kualitas Pelayanan	3-16
Tabel 3.8	Penilaian Jawaban Harapan Respondan dalam Kualitas Pelayanan	3-17
Tabel 3.9	Bobot kelima dimensi Servqual	3-18
Tabel 3.10	Skala Kuesioner Tentang Jasa Yang Diharapkan	3-18
Tabel 3.11	Penilaian Jawaban Kenyataan dalam Kualitas Pelayanan	3-19
Tabel 3.12	Skala Likert untuk Persepsi Manajemen terhadap Harapan Konsumen	3-19
Tabel 3.13	Bobot kelima dimensi Servqual	3-20
Tabel 3.14	Skala Performansi Standar Pelayanan di Kereta Api Argo Gede.....	3-20
Tabel 3.15	Skala untuk Penilaian Manajemen terhadap Hasil Kerja Karyawan	3-21
Tabel 3.16	Skala untuk Persepsi Manajemen terhadap Kereta Api Argo Gede dan Operasinya	3-21
Tabel 3.17	Skala Penilaian Kejelasan Standar Bagi Karyawan	3-22
Tabel 3.18	Skala Penilaian Kereta Api Argo Gede dan Karyawan dalam Memenuhi Janji	3-22
Tabel 3.19	Penilaian Jawaban Loyalitas Konsumen.....	3-23

Tabel 3.20	Penentuan Jumlah Sampel Berdasarkan Keberangkatan Kereta Api Argo Gede	3-27
Tabel 4.1	Hal-hal Yang Dianggap Penting Oleh Konsumen Kereta Api Argo Gede Dalam Memilih Kereta Api.....	4-6
Tabel 4.2	Kuesioner Sebelum Konstruksi	4-8
Tabel 4.3	Perbaikan Kuesioner.....	4-10
Tabel 4.4	Kuesioner Setelah Konstruksi.....	4-14
Tabel 4.5	Jumlah Kuesioner Awal yang Dibutuhkan	4-20
Tabel 5.1	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Awal Persepsi Konsumen	5-2
Tabel 5.2	Hasil Pengujian Validitas Eksternal Kuesioner Awal Harapan Konsumen	5-4
Tabel 5.3	Hasil Pengujian Reliabilitas Internal Kuesioner Awal Persepsi Konsumen	5-6
Tabel 5.4	Hasil Pengujian Reliabilitas Internal Kuesioner Awal Harapan Konsumen	5-6
Tabel 5.5	Rangkuman Nilai Rata-rata Servqual Gap 5.....	5-8
Tabel 5.6	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 5 Tiap Dimensi.....	5-11
Tabel 5.7	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 5 Tiap Item.....	5-13
Tabel 5.8	Rangkuman Nilai Rata-rata Servqual Gap 1.....	5-22
Tabel 5.9	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 1 Tiap Dimensi.....	5-25
Tabel 5.10	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 1 Tiap Item.....	5-28
Tabel 5.11	Hasil Nilai Penyebab Gap 1	5-29
Tabel 5.12	Pengolahan Data Gap 2 Untuk Tiap Dimensi.....	5-40
Tabel 5.13	Pengolahan Data Gap 2 Untuk Tiap Item.....	5-42
Tabel 5.14	Variabel Penyebab Gap 2 untuk Manajemen.....	5-46
Tabel 5.15	Perbandingan Persepsi Manajemen dan Karyawan mengenai Penyampaian Jasa Tiap Dimensi.....	5-53
Tabel 5.16	Perbandingan Persepsi Manajemen dan Karyawan mengenai Penyampaian Jasa Tiap Item.....	5-55
Tabel 5.17	Hasil Penyebab Gap 3.....	5-59

Tabel 5.18	Hasil Pengujian Hipotesis Gap 4.....	5-70
Tabel 5.19	Hasil Nilai Penyebab Gap 4.....	5-71
Tabel 5.20	Kesimpulan Pengolahan Data dari Kelima Gap.....	5-74
Tabel 5.21	Tingkat Loyalitas Konsumen	5-92
Tabel 5.22	Hasil Pengolahan Data Analisis Jalur Variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5 Terhadap Variabel Y	5-93
Tabel 5.23	Hasil Korelasi Antara Variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5	5-93
Tabel 5.24	Hasil Pengolahan Data Analisis Jalur Variabel X_1 , X_2 , X_4 dan X_5 Terhadap Variabel Y	5-96
Tabel 5.25	Hasil Perhitungan Pengaruh Langsung dan Tak Langsung Variabel X_1 , X_2 , X_4 dan X_5 Terhadap Variabel Y	5-97
Tabel 5.26	Hasil Pengolahan Data Analisis Jalur Item Variabel <i>Tangibles</i> Terhadap Variabel Y	5-101
Tabel 5.27	Hasil Korelasi Antara Variabel dan Y	5-102
Tabel 5.28	Hasil Pengolahan Data Analisis Jalur Item Variabel <i>Reliability</i> Terhadap Variabel Y	5-103
Tabel 5.29	Hasil Korelasi Antara Variabel dan Y	5-104
Tabel 5.30	Hasil Pengolahan Data Analisis Jalur Item Variabel <i>Responsiveness</i> Terhadap Variabel Y	5-105
Tabel 5.31	Hasil Korelasi Antara Variabel dan Y	5-106
Tabel 5.32	Hasil Pengolahan Data Analisis Jalur Item Variabel <i>Assurance</i> Terhadap Variabel Y	5-107
Tabel 5.33	Hasil Korelasi Antara Variabel dan Y	5-108
Tabel 5.34	Hasil Pengolahan Data Analisis Jalur Item Variabel <i>Empathy</i> Terhadap Variabel Y	5-109
Tabel 5.35	Hasil Korelasi Antara Variabel dan Y	5-110
Tabel 5.36	Hasil Perhitungan Pengaruh Langsung dan Tak Langsung Variabel Terhadap Variabel Y	5-110
Tabel 5.37	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Kereta Api Argo Gede	5-126

Tabel 5.38	Kualitas Pelayanan yang Menjadi Prioritas Utama Perbaikan Untuk Ditingkatkan Bagi Pihak Manajemen Kereta Api Argo Gede.....	5-129
------------	---	-------

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Penilaian Pelanggan atas Kualitas Jasa..... 2-6
Gambar 2.2	Model Kualitas Jasa 2-11
Gambar 2.3	Model Kualitas Jasa Yang Diperluas..... 2-12
Gambar 2.4	Konsep Kepuasan Pelanggan 2-17
Gambar 2.5	Teknik Sampling 2-26
Gambar 3.1	Bagan Alir Penelitian..... 3-3
Gambar 3.2	Model Analisis Jalur Pengaruh Kualitas Pelayanan yang Dirasakan terhadap Loyalitas Konsumen 3-33
Gambar 5.1	Diagram Batang Nilai Rata-rata Servqual Gap 5 5-8
Gambar 5.2	Wilayah Kritis Tabel Z 5-10
Gambar 5.3	Contoh Desain Pakaian Kerja dengan Nuansa Warna yang Berbeda-beda..... 5-21
Gambar 5.4	Diagram Batang Nilai Rata-rata Servqual Gap 1 5-22
Gambar 5.5	Diagram Batang Persepsi Manajemen terhadap Harapan Konsumen 5-23
Gambar 5.6	Diagram Batang Perbandingan Gap 2 Tiap Dimensi 5-41
Gambar 5.7	Diagram Batang Perbandingan Persepsi Manajemen dan Karyawan mengenai Penyampaian Jasa Tiap Dimensi 5-54
Gambar 5.8	Penyebab Gap 1, Gap 2, Gap 3 dan Gap 4 Serta Ketidakpuasan Terhadap Dimensi Kualitas Gap 5..... 5-77
Gambar 5.9	Nilai Koefisien Jalur Hubungan Struktural..... 5-94
Gambar 5.10	Nilai Koefisien Jalur Hubungan Struktural Baru 5-97
Gambar 5.11	Nilai Koefisien Jalur Hubungan Struktural Item-item Dimensi <i>Tangible</i> 5-102
Gambar 5.12	Nilai Koefisien Jalur Hubungan Struktural Item-item Dimensi <i>Reliability</i> 5-104
Gambar 5.13	Nilai Koefisien Jalur Hubungan Struktural Item-item Dimensi <i>Responsiveness</i> 5-106

Gambar 5.14	Nilai Koefisien Jalur Hubungan Struktural Item-item Dimensi <i>Assurance</i>	5-108
Gambar 5.15	Nilai Koefisien Jalur Hubungan Struktural Item-item Dimensi <i>Empathy</i>	5-110
Gambar 5.16	Display Petunjuk Jalur dan Jenis Kereta Api serta Asal dan Waktu Keberangkatan dan Kedatangan	5-133

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner konsumen.....	L1-1
Lampiran 2 Kuesioner manajemen.....	L2-1
Lampiran 3 Kuesioner karyawan.....	L3-1
Lampiran 4 Data Hasil Kuesioner Konsumen.....	L4-1
Lampiran 5 Data Hasil Kuesioner Manajemen	L5-1
Lampiran 6 Data Hasil Kuesioner Karyawan	L6-1
Lampiran 7 Analisis Gap 5.....	L7-1
Lampiran 8 Analisis Gap 1 dan Penyebab Gap 1	L8-1
Lampiran 9 Analisis Gap 2 dan Penyebab Gap 2.....	L9-1
Lampiran 10 Analisis Gap 3 dan Penyebab Gap 3	L10-1
Lampiran 11 Analisis Gap 4 dan Penyebab Gap 4.....	L11-1
Lampiran 12 Analisis Tingkat Loyalitas Konsumen	L12-1
Lampiran 13 Analisis Jalur Berdasarkan Dimensi	L13-1
Lampiran 14 Analisis Jalur Berdasarkan Setiap Item.....	L14-1
Lampiran 15 Tabel Nilai R <i>Product Moment Pearson</i>	L15-1
Lampiran 16 Tabel Nilai Z.....	L16-1
Lampiran 17 Tabel Bilangan Random.....	L17-1
Lampiran 18 Tabel Krejcie dan Morgan.....	L18-1
Lampiran 19 Data Awal Hasil Kuesioner Konsumen	L19-1
Lampiran 20 Konstruk I dan II.....	L20-1
Lampiran 21 SK Tugas Akhir	L21-1
Lampiran 22 MSI.....	L22-1
Lampiran 23 Catatan Bimbingan Tugas Akhir	L23-1
Lampiran 24 Form Komentar Seminar Proposal.....	L24-1
Lampiran 25 Form Komentar Seminar Isi	L25-1
Lampiran 26 Form Komentar Sidang Tugas Akhir.....	L26-1