

LAMPIRAN

Lampiran 1

Gambaran Hotel 'X'

1. Definisi Hotel

Beberapa definisi hotel (**dalam Sulastiyono, 2004**), sebagai berikut:

a. Menurut Hotel Proprietors Act, 1956

Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan-minuman dan fasilitas kamar tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah sesuai pelayanan yang diterima tanpa ada perjanjian khusus.

b. Menurut Grolier Electronic Publishing Inc, 1995

Hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum.

c. Menurut Surat Keputusan Menparpostel No. KM 37/ PW.340/ MPPT-86, Bab I, Pasal 1, Ayat (b)

Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bagian bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan-minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial.

Hotel terbagi menjadi empat jenis oleh *United State Lodging Industry* (**dalam Sulasatiyono, 2004**), yaitu:

- a. *Transient Hotel* : hotel yang lokasinya di tengah kota dengan jenis tamu yang menginap sebagian besar untuk urusan bisnis dan turis.
- b. *Residential Hotel* : hotel yang berbentuk apartemen dengan kamarnya dan disewakan secara bulanan atau tahunan; dengan menyediakan pelayanan layaknya hotel seperti pelayanan kamar, restoran, dan pelayanan mengantar makanan ke kamar.
- c. *Resort Hotel* : hotel yang berlokasi di tempat-tempat wisata dan menyediakan tempat-tempat rekreasi, serta ruang atau fasilitas konferensi untuk tamu-tamunya.

2. Sejarah dan Organisasi Hotel 'X'

Hotel 'X' mulai beroperasi sejak tanggal 18 Agustus 1979, diberi nama Hotel 'X' untuk mengenang ibu dari pemilik Hotel 'X' ini. Dengan konsep awal *Guest House* dengan motto "Sejuk Penuh Kekeluargaan", dan memiliki tujuh unit kamar. Kemudian pada tahun 1984 dilakukan pengembangan pertama dengan menambah jumlah kamar menjadi sembilan unit. Setahun kemudian dilakukan pengembangan jumlah kamar lagi menjadi 14 unit dan berganti nama menjadi Wisma "X". Kemudian pada tahun 1988 dilakukan pengembangan ketiga dengan menambah kamar menjadi 16 unit. Pada tahun 1990, sesuai dengan ketentuan Pemerintah/Kanwil Deparpostel/Diparda Wisma "X" diklasifikasikan sebagai Hotel Melati 3. Renovasi total (fisik bangunan)

dilakukan pada tahun 1996, dengan pengembangan keempat penambahan jumlah kamar menjadi 25 unit, serta satu unit Ruang Pertemuan/*Meeting Room*.

Hotel ini merupakan hotel yang dikelola oleh keluarga sehingga tidak ada pemegang saham. Struktur kepemimpinan di Hotel 'X', sebagai berikut:

Pemilik hotel : Hj. S K S

General Manager : Dr. Ir. I S

Manager Operasional : Skd

Jumlah karyawan hotel ini adalah 24 orang, dengan masa kerja bervariasi antara 5-20 tahun. Mereka membidangi bagian-bagian tertentu, sebagai berikut:

1. *General Manager* (satu orang): sebagai *decision maker* atas segala kebijakan/*policy* perusahaan atas perkembangan secara umum. Melaksanakan fungsi-fungsi *management* yang telah ditentukan secara garis besar untuk pedoman pelaksanaan operasional.
2. *Manager Operational* (satu orang): sebagai *decision maker* dalam pelaksanaan operasional sesuai dengan *policy* yang telah ditentukan. Meliputi pemasaran, kepegawaian, kehumasan, pengawasan atas kelancaran operational secara menyeluruh.
3. *Assisten Manager Operational* (satu orang): bertugas membantu manager dalam menangani tugas dan tanggung jawab seperti tersebut di atas, membantu dalam pembinaan pegawai/kepegawaian,

pemasaran, kehumasan, pengarahan tugas para pegawai meliputi penjadwalan waktu dinas dan tugas-tugas pelaporan/*reporting* baik ke dalam maupun keluar.

4. Bidang Keuangan (1 orang): bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan perusahaan meliputi penyusunan anggaran, penggajian, perpajakan, perbankan, asuransi, dan pengawasan.
5. *Receptionist/FO* (empat orang): melaksanakan tugas administrasi dengan sebaik-baiknya, dalam menerima tamu, memberikan informasi, menerima pemesanan kamar, kasir, membantu tugas pemasaran/*sales*, memberikan pelayanan langsung kepada para tamu hotel, sesuai wewenangnya.
6. *Kitchen/Food and Beverages* (tiga orang): bertugas menyiapkan pelayanan makan-minum untuk tamu dan karyawan. Mengatur persediaan/stok bahan-bahan; pemeliharaan alat makan/minum, fasilitas-fasilitas dapur, restaurant; pelayanan langsung kepada tamu.
7. *Roomboys* dan *Laundry* (10 orang): membersihkan kamar-kamar tamu, menyiapkan fasilitas-fasilitas kerja, memberikan pelayanan langsung kepada tamu untuk berbagai kebutuhan selama menginap. Memelihara, menjaga kebersihan linnen (sprei, handuk, dsb). Mengurus stok/persediaan alat-alat dan obat pembersih.
8. *Houseman* (dua orang): membersihkan area hotel, diluar kamar-kamar tamu meliputi tempat-tempat umum seperti *lobby*, koridor,

ruang-ruang *restaurant*, pertamanan, teras, halaman. Membantu tugas-tugas *roomboy* bilamana dalam keadaan sibuk.

9. Satpam (dua orang): bertanggung jawab atas keamanan di lingkungan hotel. Meliputi keamanan tamu-tamu, karyawan, beserta semua miliknya (barang-barang) yang dibawa ke hotel. Menjaga ketenangan, ketentraman, mencegah tindakan-tindakan yang mengarah kepada kriminal, pelaporan, menjalin kerja sama dengan kepolisian sesuai dengan tugas dan wewenang.

Sementara *owner/pemilik* hotel menyerahkan semua tugas dan tanggung jawab serta wewenang pengelolaan perusahaan kepada direktur dan keseluruhan yang terlibat dalam kegiatan usahanya.

3. Fasilitas dan Pelayanan Hotel 'X'

Fasilitas Hotel 'X' setara dengan fasilitas Hotel bintang dua, walaupun masih diklasifikasikan sebagai Hotel Melati 3. Fasilitas yang tersedia antara lain: 23 unit kamar *standard double*, dua unit kamar *single*, satu unit ruang pertemuan dengan kapasitas maksimum 30 kursi.

Setiap kamarnya dilengkapi dengan *Air Condition*, kamar mandi dengan *shower* air panas dan dingin, telepon/*airphone*, *sound system* radio musik, televisi, *laundry*, *roomservice*, *coffe shop*, areal parkir yang cukup memadai, dan keamanan. *Coffe shop* buka dari pukul 06.00-22.00 WIB. Menyediakan masakan Eropa, China, dan Indonesia.

Tarif kamar hotel per malam untuk hari biasa (*weekday*) tergantung kelas/jenis kamar. Untuk *Standard* Rp. 340.000,- ; *Single* Rp. 250.000,-;

extra bed Rp. 85.000,- dan *extra matras* Rp. 75.000. Tarif tersebut sudah termasuk PPN sebesar 21% tapi belum termasuk sarapan pagi. Sedangkan untuk malam libur nasional dan akhir pekan (*weekend*), tarif mengalami kenaikan. Untuk *Standard I* menjadi Rp. 400.000,-; *Single* Rp. 310.000,-; *extra bed* dan *extra matras* tidak mengalami kenaikan. Tarif ini sudah termasuk PPN 21% dan sarapan pagi.

Waktu *chek out* dibatasi sampai pukul 13.00 WIB. Apabila lewat dari waktu tersebut maka akan dikenakan biaya *charge* 50% dari tarif, sedangkan apabila *chek out* sesudah pukul 18.00 WIB akan dikenakan tarif penuh.

Pemesanan kamar dapat dilakukan dengan datang langsung ke Hotel 'X' atau dapat juga melalui telepon. Sampai saat ini Hotel 'X' belum memasang iklan di media cetak atau internet, jadi nomor teleponnya dapat diketahui melalui pusat informasi, dari teman atau keluarga, dan dari peta wisata.

Lampiran 2

Alat Ukur

KATA PENGANTAR

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (Skripsi), saya mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Kristen Maranatha bermaksud melakukan penelitian pada konsumen Hotel ‘X’. Penelitian ini berkaitan dengan kualitas pelayanan di hotel ini.

Pada halaman berikut terdapat tiga bagian kuesioner dengan petunjuk pengisian yang berbeda-beda. Silahkan Bapak/Ibu/Saudara(i) cermati setiap petunjuk pengisian pada masing-masing bagian kuesioner dan isilah sesua dengan apa yang saudara rasakan tentang Hotel ‘X’ ini.

Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan akan sangat bermanfaat bagi penelitian ini. Atas segala kesediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan banyak terimakasih.

Peneliti

Lampiran 2.1 Identitas Subjek dan Data Penunjang

IDENTITAS SUBJEK

Tanggal Menginap : _____

Usia : _____

Jenis Kelamin : _____

Kota Tempat Tinggal : _____

Pekerjaan : _____

Sudah menginap berapa kali di Hotel ‘X’ selama jangka waktun:

KUISIONER

- I. Berikut ini ada beberapa pernyataan yang berkaitan dengan Hotel ‘X’.
Saudara diminta untuk memilih pilihan jawaban yang paling sesuai menurut Saudara dan mohon jangan sampai ada yang terlewat.

1. Ketika akan menginap di suatu hotel, hal pertama yang akan saudara pertimbangkan....
 - a. Tarif kamar
 - b. Fasilitas dan pelayanan
 - c. Lokasi hotel
2. Saudara tahu adanya Hotel ‘X’ dari....
 - a. Brosur
 - b. Kebetulan lewat di depan hotel
 - c. Orang lain (teman atau keluarga)
3. Saudara yakin bahwa Hotel ‘X’ mampu memenuhi kebutuhan saudara akan pelayanan dan tempat menginap?
 - a. Sangat yakin
 - b. Yakin
 - c. Tidak yakin
 - d. Sangat tidak yakin

4. Saudara yakin bahwa Hotel ‘X’ mampu memberi pelayanan yang sama/lebih baik dari sebelumnya ketika menginap di hotel ini?
 - a. Sangat yakin
 - b. Yakin
 - c. Tidak yakin
 - d. Sangat tidak yakin
5. Bagi saudara, Hotel ‘X’ memiliki pelayanan jasa yang berbeda dengan hotel lainnya.
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju
6. Hotel ‘X’ berbeda dengan hotel lain yang sejenis karena sistem promosinya dari mulut ke mulut.
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju
7. Lokasi Hotel ‘X’ yang strategis didukung oleh kemudahan untuk memperoleh sarana transportasi.
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju
8. Saudara menginap lagi di Hotel ‘X’ karena.....
 - a. Fasilitas memuaskan
 - b. Lokasi hotel
 - c. Pelayanan memuaskan
 - d. Tarif

Lampiran 2.2 Kuesioner Kepuasan Konsumen

II. Pada bagian ini Bapak/Ibu/Saudara(i) akan menjumpai pernyataan-pernyataan yang berhubungan dengan persepsi saudara tentang kualitas pelayanan yang saudara rasakan selama menginap dan yang saudara harapkan terhadap pelayanan Hotel ‘X’. Pernyataan-pernyataan tersebut berada pada kolom bagian tengah, sedangkan kolom sebelah kiri dan kanan merupakan pilihan jawaban.

Pilihan jawaban untuk kualitas pelayanan yang saudara rasakan ada di sebelah kiri kolom pernyataan, sedangkan pilihan jawaban untuk harapan saudara terhadap pelayanan Hotel ‘X’ ada di sebelah kanan kolom pernyataan. Saudara diminta memberi tanda (✓) pada salah satu kolom : SS = sangat setuju

S = setuju

TS = tidak setuju

STS = sangat tidak setuju

Contoh:

Rasakan				Pernyataan	Harapan			
SS	S	TS	STS		SS	S	TS	STS
		✓		Hotel ini menyediakan fasilitas yang lengkap.	✓			

Apabila saudara sangat **mengharapkan** Hotel ‘X’ menyediakan fasilitas yang lengkap, maka beri tanda (✓) pada kolom SS (sangat setuju) pada pilihan jawaban di sebelah kanan (Harapan).

Apabila saudara **merasa** bahwa Hotel ‘X’ tidak menyediakan fasilitas yang lengkap atau tidak sesuai dengan harapan saudara, maka beri tanda (✓) pada kolom TS (tidak setuju) pada pilihan jawaban di sebelah kiri (Rasakan).

Mohon jangan sampai ada pernyataan yang terlewati.

SS = sangat setuju
S = setuju

TS = tidak setuju
STS = sangat tidak setuju

Rasakan				Pernyataan	Harapan			
SS	S	TS	STS		SS	S	TS	STS
				Hotel ini berada di lokasi yang memudahkan akses ke berbagai tujuan				
				Karyawan <i>front office</i> bersikap ramah dan sopan saat melayani tamu.				
				Bagian <i>restaurant</i> bersedia menyiapkan makanan bagi tamu kapan saja.				
				Pihak hotel ini selalu menanyakan apakah tamu memiliki keluhan terhadap fasilitas hotel.				
				Seluruh <i>staff</i> hotel ini berusaha melayani tamu dengan cepat.				
				Fasilitas yang tersedia sesuai dengan yang tertulis di brosur.				
				Ruangan hotel ini didesain dengan menarik.				
				Karyawan hotel ini selalu menunjukkan sikap bersedia untuk menolong.				
				Waktu pelayanan (jam kerja) hotel ini <i>flexible</i> .				
				Citarasa makanan yang disediakan di <i>restaurant</i> sesuai selera.				
				Karyawan hotel ini berpenampilan rapi dan bersih.				
				Tamu selalu mendapat handuk dalam keadaan kering dan bersih.				
				<i>Roomboys</i> bersedia membantu membawakan barang-barang tamu.				
				<i>Roomboys</i> bersedia membantu membersihkan kamar.				
				Tamu mendapat peralatan mandi yang lengkap.				
				Bagian <i>front office</i> dapat segera mengerti permintaan tamu.				
				Pihak hotel ini sigap dalam memenuhi kebutuhan tamu.				
				Karyawan bagian <i>front office</i> mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dengan jelas.				
				Kamar hotel ini dalam kondisi yang bersih dan nyaman.				

SS = sangat setuju
S = setuju

TS = tidak setuju
STS = sangat tidak setuju

Rasakan				Pernyataan	Harapan			
SS	S	TS	STS		SS	S	TS	STS
				Dalam mengerjakan tugasnya, <i>roomboys</i> bekerja dengan tulus.				
				Karyawan bagian <i>front office</i> memberikan perhatian khusus terhadap keluhan tamu.				
				Karyawan <i>front office</i> selalu siap ketika dibutuhkan.				
				Karyawan <i>front office</i> terampil dalam menangani proses pemesanan kamar.				
				Informasi mengenai fasilitas hotel ini jelas dan tepat.				
				Prosedur pemesanan kamar mudah pada hotel ini.				
				Informasi yang diberikan karyawan hotel ini dapat dipercaya.				
				<i>Restaurant Hotel 'X'</i> ditata dengan nyaman.				
				Peralatan mandi yang disediakan sesuai dengan jumlah tamu yang menginap di kamar tersebut.				
				Pihak hotel ini akan melakukan sesuatu sesuai dengan janjinya.				
				Karyawan hotel ini bersedia menerima komplain dari tamu.				
				Seluruh karyawan hotel ini bersikap profesional.				
				Karyawan <i>front office</i> selalu ada ketika tamu ingin menyampaikan keluhan.				
				Tamu dapat dengan mudah melakukan pemesanan kamar melalui telepon				
				Seluruh karyawan hotel ini mampu melayani dengan baik.				
				Karyawan hotel ini menanggapi dengan ramah setiap permintaan tamu.				
				Perilaku karyawan hotel ini dapat membuat tamu mempercayai mereka.				
				Pihak hotel ini menerima pembayaran melalui <i>credit card</i> .				

Lampiran 2.3 Kuesioner Loyalitas Konsumen

III. Pernyataan-pernyataan berikut ini terkait dengan pandangan saudara terhadap Hotel ‘X’, Bandung. Saudara diminta memberi tanda (✓) pada salah satu kolom : SS = sangat sering (selalu)

S = sering

J = jarang

TP = tidak pernah

Untuk setiap pernyataan yang berhubungan dengan pandangan saudara terhadap Hotel ‘X’, Bandung. **Mohon jangan sampai ada pernyataan yang terlewati.**

NO	PERNYATAAN	SS	S	J	TP
1	Saya menginap kembali di hotel ini, berdasarkan pengalaman menginap di Hotel ‘X’.				
2	Saya tidak mencoba menginap di hotel lain yang sejenis dengan Hotel ‘X’.				
3	Saya menggunakan berbagai fasilitas yang ditawarkan oleh Hotel ‘X’.				
4	Saya merekomendasikan Hotel ‘X’ kepada orang lain.				
5	Saya menginap secara teratur di Hotel ‘X’ jika ke Bandung.				
6	Saya memilih Hotel ‘X’, saat akan reservasi.				
7	Saya tetap menginap di Hotel ‘X’, meskipun lokasinya cukup jauh dari tempat tujuan.				
8	Saya tetap menginap di Hotel ‘X’ meskipun orang lain mengajak untuk menginap di hotel lain.				
9	Saya merasa bangga karena telah mengetahui dan menginap di Hotel ‘X’.				
10	Saya tidak perlu bersusah payah mencari hotel lain, dengan memilih tetap menginap di Hotel ‘X’.				
11	Saya senang membagikan pengalaman saya ketika menginap di Hotel ‘X’ kepada orang lain.				
12	Saya memilih untuk memesan makanan di restaurant hotel daripada keluar hotel.				

SS = sangat sering (selalu)
S = sering

J = jarang
TP = tidak pernah

NO	PERNYATAAN	SS	S	J	TP
13	Saya berusaha untuk melakukan reservasi beberapa hari sebelumnya agar memperoleh kamar.				
14	Saya tidak mencoba menginap di hotel lain jika ke Bandung.				
15	Saya memilih menggunakan jasa laundry yang disediakan hotel daripada jasa laundry di luar.				
16	Saya tetap menginap di Hotel 'X', walaupun hotel lain menawarkan fasilitas lebih.				
17	Saya tetap menginap di Hotel 'X' walaupun tarif kamar mengalami kenaikan.				
18	Saya mengajak rekan atau keluarga untuk menginap di Hotel 'X'.				
19	Saya tetap memilih untuk menginap di Hotel 'X', meskipun hotel lain menawarkan discount tarif kamar.				
20	Saya menggunakan fasilitas lain di Hotel 'X' yang memungkinkan untuk digunakan.				

Lampiran 3

Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Lampiran 3.1 Tabel Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Kepuasan

Konsumen

Dimensi	Item	Skor harapan	Kriteria	Skor rasakan	Kriteria
Tangibles	1	0,857	Terima	0,339	Terima
	7	0,643	Terima	0,804	Terima
	9	0,660	Terima	0,189	Tolak
	12	0,660	Terima	0,411	Terima
	13	0,643	Terima	0,633	Terima
	14	0,475	Terima	0,335	Terima
	18	0,734	Terima	0,186	Tolak
	19	0,735	Terima	0,520	Terima
	22	0,208	Tolak	0,408	Terima
	25	0,706	Terima	0,495	Terima
	30	0,661	Terima	0,284	Tolak
	35	0,643	Terima	0,359	Terima
	38	0,637	Terima	0,210	Tolak
	42	0,661	Terima	0,169	Tolak
Reliability	6	0,686	Terima	0,641	Terima
	23	0,684	Terima	0,170	Tolak
	26	0,421	Terima	0,296	Tolak
	33	0,711	Terima	0,564	Terima
	36	0,534	Terima	0,444	Terima
	37	0,494	Terima	0,387	Terima
	39	0,558	Terima	0,290	Tolak
	43	0,448	Terima	0,151	Tolak
	45	0,650	Terima	0,421	Terima
	49	0,467	Terima	0,245	Tolak
	50	0,517	Terima	0,326	Terima
	5	0,525	Terima	0,240	Tolak
Responsiveness	10	0,424	Terima	0,671	Terima
	17	0,445	Terima	0,591	Terima
	21	0,344	Terima	0,400	Terima
	29	0,483	Terima	0,773	Terima
	31	0,479	Terima	0,687	Terima
	2	0,824	Terima	0,666	Terima
Assurance	11	0,182	Tolak	0,234	Tolak
	15	0,292	Tolak	0,677	Terima
	24	0,502	Terima	0,503	Terima
	32	0,600	Terima	0,439	Terima

	34	0,672	Terima	0,362	Terima
	40	0,441	Terima	0,320	Terima
	41	0,549	Terima	0,830	Terima
	44	0,468	Terima	0,546	Terima
	46	0,441	Terima	0,554	Terima
	47	0,591	Terima	0,829	Terima
	48	0,421	Terima	0,331	Terima
Emphaty	3	0,603	Terima	0,586	Terima
	4	0,428	Terima	0,862	Terima
	8	0,630	Terima	0,654	Terima
	16	0,727	Terima	0,655	Terima
	20	0,682	Terima	0,757	Terima
	27	0,327	Terima	0,178	Terima
	28	0,638	Terima	0,704	Terima

Berdasarkan SPSS 12.00

Reliabilitas item kuesioner kepuasan berdasarkan SPSS 12.00

- item Harapan

Cronbach's Alpha	N of Items
,925	50

- item Rasakan

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	50

Lampiran 3.2 Tabel Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Loyalitas Konsumen

Dimensi	Item	Skor	Kriteria
Melakukan pembelian secara teratur	1	0,749	Terima
	5	0,679	Terima
	6	0,873	Terima
	7	0,529	Terima
	10	0,580,	Terima
	13	0,657	Terima
	14	0,545	Terima
Membeli antarlini jasa	3	0,477	Terima
	12	0,728	Terima
	15	0,771	Terima
	20	0,680	Terima
Mereferensikan kepada orang lain	4	0,873	Terima
	9	0,603	Terima
	11	0,809	Terima
	18	0,809	Terima
Menunjukan kekebalan terhadap tarikan pesaing	2	0,555	Terima
	8	0,742	Terima
	16	0,847	Terima
	17	0,721	Terima
	19	0,589	Terima

Berdasarkan SPSS 12.00

Reliabilitas item kuesioner loyalitas berdasarkan SPSS 12.00

Cronbach's Alpha	N of Items
,800	20

Lampiran 4

Data Mentah

Lampiran 4.1 Tabel Data Responden

resp	jenis kelamin	usia	kota asal	pekerjaan	menginap
1	perempuan	23	jakarta	PNS	2X
2	laki-laki	32	palembang	swasta	2X
3	perempuan	22	jakarta	guru	3X
4	laki-laki	40	jakarta	wiraswasta	2X
5	laki-laki	39	jakarta	manager	3X
6	laki-laki	35	jakarta	karyawan	2X
7	perempuan	22	jakarta	mahasiswa	2X
8	laki-laki	36	jakarta	dokter	20X
9	laki-laki	50	karawang	karyawan	2X
10	laki-laki	36	jakarta	karyawan	2X
11	laki-laki	25	jakarta	wiraswasta	2X
12	perempuan	43	sukabumi	PNS	2X
13	perempuan	22	jakarta	mahasiswa	5X
14	laki-laki	54	bekasi	swasta	2X
15	laki-laki	52	jakarta	swasta	2X
16	laki-laki	45	bogor	PNS	2X
17	laki-laki	19	jakarta	mahasiswa	3X
18	laki-laki	24	jakarta	mahasiswa	2X
19	laki-laki	50	bogor	karyawan	2X
20	laki-laki	29	jakarta	karyawan	2X
21	perempuan	19	jakarta	mahasiswa	2X
22	laki-laki	33	jakarta	swasta	3X
23	laki-laki	26	jakarta	karyawan	4X
24	laki-laki	30	jakarta	swasta	2X
25	laki-laki	35	bekasi	karyawan	4X
26	perempuan	30	jakarta	swasta	2X
27	laki-laki	55	tangerang	PNS	2X
28	perempuan	48	bogor	dosen	±7X
29	laki-laki	19	bekasi	mahasiswa	2X
30	perempuan	41	bekasi	-	2X
31	laki-laki	55	jakarta	wiraswasta	2X
32	laki-laki	36	jakarta	wiraswasta	2X
33	laki-laki	45	tangerang	swasta	2X
34	perempuan	24	jakarta	mahasiswa	2X
35	perempuan	33	jakarta	swasta	2X
36	perempuan	45	jakarta	-	2X
37	laki-laki	51	jakarta	PNS	2X
38	perempuan	26	jakarta	swasta	2X
39	laki-laki	30	jakarta	swasta	2X
40	laki-laki	29	tangerang	wiraswasta	2X

41	laki-laki	40	jakarta	swasta	4X
42	perempuan	22	jakarta	mahasiswa	4X
43	laki-laki	24	bogor	swasta	3X
44	perempuan	35	jakarta	swasta	2X
45	laki-laki	28	bogor	karyawan	2X
46	laki-laki	40	jakarta	karyawan	2X
47	laki-laki	37	jakarta	karyawan	2X
48	perempuan	25	jakarta	karyawan	3X
49	perempuan	23	jakarta	mahasiswa	2X
50	perempuan	37	bekasi	-	3X
51	laki-laki	40	bekasi	swasta	3X
52	laki-laki	41	jakarta	karyawan	2X
53	laki-laki	50	jakarta	karyawan	3X
54	perempuan	45	jakarta	swasta	2X
55	laki-laki	48	tangerang	swasta	2X
56	laki-laki	33	jakarta	karyawan	2X
57	laki-laki	39	jakarta	swasta	3X
58	perempuan	28	jakarta	-	2X
59	laki-laki	51	jakarta	swasta	3X
60	laki-laki	51	jakarta	swasta	4X

**Lampiran 4.2 Tabel Data
Mentah Kepuasan**

harapan tangibles

item 1	item 7	item 10	item 11	item 12	item 15	item 19	item 27	total
3	3	3	4	4	4	3	4	28
4	4	3	4	4	4	4	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	4	3	25
4	4	3	4	4	4	4	3	30
3	4	4	3	4	4	3	3	28
4	4	3	3	4	4	4	3	29
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	3	4	4	4	31
4	3	4	4	4	4	3	3	29
3	4	4	4	4	4	3	4	30
3	4	4	3	3	4	3	4	28
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	3	4	31
3	2	3	4	3	3	3	3	24
4	3	3	4	4	3	4	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	2	3	3	3	2	2	21
3	4	4	3	3	3	3	4	27
3	3	4	3	4	3	3	3	26
4	4	3	3	3	4	3	3	27
4	3	4	4	4	3	4	4	30
4	3	4	4	4	4	4	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	3	4	4	4	4	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	4	4	4	4	4	3	30
4	3	4	3	4	4	4	4	30
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	4	4	4	3	4	4	30
4	4	4	3	3	4	3	4	29
4	3	4	3	4	4	3	3	28
3	3	4	4	3	4	4	4	29

3	3	3	3	3	4	3	3	25
4	4	3	3	3	4	4	3	28
3	1	4	4	3	3	3	3	24
4	3	4	4	3	4	3	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	3	4	4	3	4	29
4	4	3	4	3	4	3	3	28
4	3	3	3	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	4	3	3	3	3	26
4	4	3	4	4	3	4	3	29
4	3	4	3	4	4	4	4	30
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	4	4	4	4	4	4	31
3	3	3	4	3	3	3	3	25
3	4	3	4	4	3	4	4	29
4	4	4	3	3	4	3	4	29
4	3	4	4	4	4	3	3	29
4	4	3	3	3	4	3	3	27
4	4	3	3	3	4	4	3	28
3	3	4	4	3	3	3	3	26
3	4	3	3	3	4	3	4	27

harapan assurance

harapan reliability

item 6	item 25	item 28	item 29	item 33	item 37	total
4	3	4	4	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	3	4	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	3	22
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	4	3	21
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
2	2	3	2	3	3	15
3	4	4	4	3	3	21
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
1	4	1	4	4	4	18
2	3	3	3	2	3	16
4	3	4	4	3	3	21
3	4	4	3	4	4	22
3	4	4	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	3	3	4	22
4	3	4	4	4	4	23
3	4	4	4	4	4	23
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	3	4	4	23
3	4	3	3	4	3	20
4	3	4	3	4	3	21
4	4	4	4	4	4	24

3	4	4	4	4	4	23
3	4	4	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	3	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	3	3	4	22
4	3	4	4	3	4	22
4	3	3	3	3	3	19
4	4	4	3	4	4	23
3	4	3	3	4	3	20
3	3	4	3	4	3	20

harapan responsiveness

item 5	item 9	item 14	item 17	item 22	item 23	total
4	3	3	4	4	3	21
3	3	4	4	4	4	22
3	3	4	4	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	4	4	21
3	4	4	4	4	4	23
3	4	4	3	3	4	21
3	4	3	4	4	3	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	4	4	3	22
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	2	4	3	3	3	18
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	1	4	4	4	21
3	1	2	3	3	2	14
4	3	3	4	4	3	21
4	3	3	4	4	3	21

4	3	3	3	3	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
3	4	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	4	3	4	23
4	4	3	4	4	4	23
3	3	4	4	4	4	22
3	3	4	3	3	3	19
4	3	4	4	4	4	23
3	4	3	4	3	3	20
3	4	3	3	3	3	19
3	3	4	4	4	4	22
3	4	4	4	4	4	23
3	3	3	3	3	4	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	3	3	3	19
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
3	4	3	3	3	3	19
3	3	4	3	3	3	19
3	4	3	4	4	4	22
4	4	4	4	3	4	23
4	4	3	4	4	4	23
3	3	4	3	3	3	19
3	3	4	4	4	4	22
3	4	3	4	3	3	20
3	3	3	3	3	3	18

harapan empathy

item 3	item 4	item 13	item 16	item 20	item 21	total
4	3	4	3	4	3	21
3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	3	19

4	4	4	4	4	3	23
3	3	4	4	4	3	21
4	3	3	4	3	4	21
3	3	3	3	4	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	3	3	20
4	4	4	4	3	3	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	4	3	4	19
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	2	3	2	3	16
3	3	4	3	3	3	19
4	4	3	4	4	4	23
3	3	4	3	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	3	20
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	4	20
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	4	4	4	22
4	3	4	4	3	4	22
4	4	4	4	3	4	23
3	3	4	4	4	4	22
3	3	4	3	3	3	19
4	4	4	3	4	4	23
3	3	3	4	3	3	19
4	4	4	3	3	3	21
3	3	4	4	4	4	22
3	4	4	4	4	4	23
3	3	3	3	3	3	18
3	4	3	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	3	3	19
4	4	3	4	4	4	23
4	3	4	4	4	4	23

3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	4	20
3	4	3	3	3	3	19
4	3	3	4	4	4	22
3	3	3	4	3	4	20
4	4	4	4	3	4	23
3	4	4	3	3	3	20
3	4	4	3	4	4	22
3	3	3	4	3	3	19
4	3	4	3	3	3	20

4	3	3	3	3	3	3	3	25
4	3	3	4	3	3	4	3	27
4	3	3	3	3	3	3	4	26
4	3	3	3	3	3	4	3	26
3	3	3	3	3	2	3	3	23
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	3	3	3	3	3	3	25
3	3	3	3	4	3	3	3	25
4	3	4	4	3	4	4	3	29
3	3	3	3	3	3	3	4	25
4	3	4	4	4	4	3	4	30
4	3	3	3	3	2	3	3	24
3	3	3	3	3	2	3	3	23
4	3	3	3	3	3	3	3	25
4	3	3	3	4	3	4	3	27
4	3	4	3	4	3	4	3	28
4	3	4	3	3	4	4	3	28
4	3	3	3	4	4	3	4	28
4	3	4	4	4	4	4	3	30
4	2	3	3	3	3	4	3	25
4	3	3	3	3	3	3	3	25
3	3	4	3	3	3	3	3	25
4	3	4	3	4	4	4	3	29
4	3	3	3	3	3	4	3	26
4	3	4	3	4	4	4	3	29
4	3	4	3	4	3	3	3	27
4	4	4	3	4	3	3	3	28
4	3	3	3	3	3	4	3	26
4	3	4	3	4	4	4	3	28

Rasakan assurance

item 2	item 18	item 24	item 26	item 30	item 31	item 32	item 34	item 35	item 36	total
4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	34
3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	29
3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	32
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32
3	4	4	3	4	3	2	3	3	3	32
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32
3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	33
4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	35
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	33
4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	31
3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	32

4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	34
3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	33
4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	31
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32
3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32
3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	34
4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	30
3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	32
3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	29
4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	2	3	3	3	3	1	2	3	3	26
4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	27
4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32
3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	32
4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	28
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	32
3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	30
4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	27
3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	31
4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	33
3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	32
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	35
4	4	3	4	3	3	3	2	3	2	31
3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	30
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	32
4	3	4	3	4	3	2	2	3	3	31

4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32

Rasakan reliability

item 6	item 25	item 28	item 29	item 33	item 37	total
4	4	4	3	3	4	22
3	4	4	3	3	4	21
4	4	4	2	3	4	21
4	4	3	3	4	4	22
3	3	4	3	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	3	4	22
3	4	3	3	3	4	20
4	4	3	3	3	4	21
3	4	3	3	3	4	20
4	4	3	3	3	4	21
4	3	4	2	3	4	20
3	4	4	3	3	4	21
4	4	3	3	3	4	21
3	3	4	3	3	4	20
4	4	3	3	3	4	21
4	4	3	3	3	4	21
4	3	3	3	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	4	19
4	4	3	3	4	4	22
4	3	4	2	3	4	20
3	4	3	3	4	4	21
4	4	4	3	3	4	22
4	4	3	3	3	4	21
4	4	3	3	3	4	21
3	4	4	3	3	4	21
3	4	3	3	3	4	20
4	4	3	3	3	4	21
3	3	4	2	3	4	19
4	3	3	3	3	4	20
4	4	4	3	3	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	3	3	4	20
3	4	3	3	3	4	20
4	3	3	3	3	4	20
3	4	3	3	3	4	20
4	3	4	2	3	4	20

3	4	3	2	3	4	19
4	3	3	3	3	4	20
4	4	3	3	3	4	21
4	4	4	3	3	4	22
3	3	4	2	3	4	19
3	4	3	3	3	4	20
4	4	4	4	3	4	23
4	3	4	3	4	4	22
3	4	3	3	3	4	20
4	3	3	3	3	4	20
3	4	3	3	3	4	20
4	3	3	3	3	4	20
3	4	3	3	4	4	21
4	4	3	3	3	4	21
4	4	3	3	4	4	22
3	3	3	3	3	4	19
4	3	3	3	3	4	20
4	4	4	3	4	4	23
4	3	4	3	4	4	22
4	4	3	2	3	4	20
4	4	3	3	3	4	21
3	4	3	4	3	4	21

Rasakan responsiveness

item 5	item 9	item 14	item 17	item 22	item 23	total
3	4	4	3	3	4	21
3	3	4	3	2	4	19
3	4	4	4	3	4	22
3	4	3	3	3	3	19
3	4	4	3	3	4	21
3	3	4	3	2	4	19
3	2	4	3	3	4	19
3	4	3	4	4	4	22
3	3	4	3	3	4	20
3	4	3	3	3	3	19
3	3	4	3	2	4	19
3	3	4	3	3	3	19
4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	3	3	4	22
2	4	3	3	3	4	19
3	4	4	3	3	4	21
3	4	4	3	4	4	22
3	3	4	3	3	4	20
4	4	4	4	4	4	24

3	4	3	3	3	3	19
3	3	4	3	3	3	19
3	3	4	3	2	3	18
3	4	4	3	4	4	22
3	4	4	3	3	4	21
2	4	3	3	2	3	17
3	3	4	3	3	4	20
3	4	4	3	3	4	21
3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	4	3	3	21
3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	3	3	3	20
2	3	4	3	3	4	19
3	4	4	3	4	4	22
3	3	3	3	3	4	19
2	4	3	3	3	4	19
3	4	4	3	3	4	21
3	3	4	3	3	3	19
3	4	3	3	3	4	20
3	3	4	3	3	3	19
3	3	4	3	3	4	20
2	4	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	4	20
3	4	3	3	3	4	20
2	3	4	3	2	4	18
3	4	3	3	3	4	20
4	3	3	3	4	4	21
4	3	4	3	3	3	20
2	3	4	3	3	3	18
3	4	4	3	3	4	21
4	3	3	3	3	3	19
3	3	4	2	3	4	19
3	4	4	3	3	3	20
3	4	3	3	3	4	20
2	4	3	3	4	3	19
2	3	4	3	2	4	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	3	19
3	4	3	3	4	4	21
3	4	4	3	3	3	20
3	4	4	4	3	4	22

Rasakan empathy

item 3	item 4	item 13	item 16	item 20	item 21	total
3	3	4	4	3	4	21
3	3	4	3	4	2	19
3	3	3	4	3	3	19
3	3	4	3	4	3	20
3	2	4	4	3	4	20
3	3	4	3	4	3	20
3	3	3	4	4	3	20
3	3	4	4	3	4	21
3	3	4	3	3	3	19
3	2	4	3	4	3	19
3	2	4	4	3	3	19
3	2	4	3	4	3	19
4	3	4	4	3	3	21
3	3	4	3	3	4	20
3	3	3	3	4	3	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	4	3	3	20
3	2	3	3	4	3	18
4	3	4	4	4	4	23
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	4	3	3	20
3	3	4	4	3	3	20
3	3	4	3	3	4	20
3	2	4	4	4	3	20
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	4	4	3	20
4	3	4	4	4	3	22
3	3	4	3	3	4	20
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	4	4	3	22
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	4	4	3	20
3	3	4	3	4	4	21
3	3	3	4	4	3	20
3	2	4	3	4	3	19
3	2	4	4	4	3	20
3	3	4	3	4	4	21
3	2	4	3	3	3	18
3	3	4	4	4	3	21
3	3	3	4	3	3	19
3	3	4	4	4	4	22
3	2	4	3	3	3	18
3	2	3	4	3	3	18

3	2	4	3	4	4	20
3	2	4	4	3	3	19
4	3	4	4	4	3	22
3	3	4	3	3	3	19
3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	4	3	20
3	3	3	4	3	4	20
3	3	4	3	3	3	19
3	3	4	3	4	4	21
3	3	4	4	3	3	20
3	3	4	3	4	3	20
3	3	4	3	3	4	20
3	3	4	4	3	3	20
3	3	4	3	4	3	20
4	3	4	4	4	3	22

Lampiran 4.3 Data Mentah Loyalitas Konsumen

Dimensi 1

item 1	item 3	item 5	item 6	item 7	item 10	item 12	item 13	item 14	item 15	item 20	total
4	3	3	3	3	4	2	3	2	2	4	33
3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	34
4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	38
2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	31
4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	35
4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	39
4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	39
4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	34
4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	33
3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	32
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	36
4	3	3	3	3	4	2	3	2	2	3	32
4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	34
3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4	36
4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	3	3	2	4	3	4	3	3	4	37
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	32
3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	31
4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	38
4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	38
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	37
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	38
4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	34
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	34
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	32
3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	31
3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	32
4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	35
4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	35
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	35
3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	31
4	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	31
4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	36

4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	37
3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	35
3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	30
4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	37
4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	4	34
3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	30
4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	37
4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	32
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
4	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	33
3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	33
4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	37
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	32
4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	38
4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	38

Dimensi 2

item 2	item 4	item 8	item 9	item 11	item 16	item 17	item 18	item 19	total
2	4	2	3	4	3	4	4	3	27
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	4	4	2	4	3	26
2	2	2	2	3	3	2	3	2	19
3	3	3	3	3	4	2	3	3	24
3	2	3	3	3	2	2	3	3	21
3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	4	4	2	4	2	25
3	3	2	3	3	3	2	3	3	22
3	3	3	3	3	3	2	3	3	23
2	2	2	2	2	3	2	3	3	19
3	3	2	3	3	3	2	3	2	21
3	4	3	3	3	3	2	3	3	24
3	3	3	3	4	3	3	4	3	26
3	2	2	3	3	3	2	3	3	21
2	3	2	3	3	4	2	4	3	24
3	3	3	3	3	3	2	4	3	24
3	4	3	4	3	4	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	2	4	3	24
3	3	2	2	3	3	2	3	3	21
3	3	2	2	3	3	2	3	3	21
3	4	3	3	3	4	3	3	3	26
4	3	3	3	4	3	3	4	4	27
3	3	3	3	3	3	2	4	3	24
3	3	3	3	3	3	2	4	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	2	3	3	3	3	2	22
3	3	3	4	4	4	3	4	3	28
3	2	3	2	3	3	3	3	2	21
2	2	2	2	2	3	3	3	2	19
3	4	3	4	3	3	3	3	3	26
2	2	2	3	3	3	3	3	3	22
3	2	2	2	3	3	3	3	3	21
3	4	3	4	3	4	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	2	3	3	23
2	3	3	3	3	3	2	4	3	24
3	3	3	3	3	3	2	4	2	23
2	3	3	3	3	3	2	4	3	24
2	3	3	3	4	4	3	4	3	27
2	3	3	3	3	3	2	3	3	23
2	3	3	3	4	3	3	3	3	25
2	3	3	3	3	3	3	4	3	25

2	2	3	3	3	3	3	3	3	23
3	2	3	2	3	3	2	3	3	21
4	4	3	3	4	3	3	4	3	27
2	3	3	3	3	3	2	3	3	23
2	3	2	3	3	3	2	4	3	23
4	4	3	3	3	3	3	4	3	26
2	3	3	3	3	3	2	4	2	23
2	4	3	3	4	3	2	3	3	25
3	4	3	3	3	3	3	3	3	25
3	4	3	3	4	3	3	4	3	27
3	4	3	3	4	3	2	4	4	27
3	3	2	3	3	3	2	4	3	23
2	2	2	3	3	3	3	3	3	22
3	3	2	3	3	3	3	3	3	23
4	4	3	3	3	4	3	4	3	27
2	3	2	3	3	3	3	3	3	23
3	3	3	3	4	4	3	3	3	26
2	3	3	4	4	3	3	4	3	27

Lampiran 5

Analisis Data

Lampiran 5.1 Tabel Analisis Kepuasan Konsumen

tangibles harapan	assurance harapan	reliability harapan	Responsiveness Harapan	empathy harapan	total
28	34	22	21	21	126
31	40	24	22	22	139
24	31	18	20	18	111
32	40	24	24	24	144
25	35	21	21	19	121
30	37	24	23	23	137
28	33	22	21	21	125
29	35	18	21	21	124
31	40	24	24	20	139
31	40	24	24	24	143
29	35	23	23	23	133
30	40	24	24	24	142
28	30	21	18	20	117
31	34	24	22	22	133
31	39	23	23	24	140
31	40	24	24	24	143
24	29	15	18	18	104
28	34	21	23	19	125
32	40	24	24	24	144
24	30	18	18	18	108
32	40	18	21	24	135
21	26	16	14	16	93
27	35	21	21	19	123
26	34	22	21	23	126
27	30	20	20	19	116
30	40	24	24	24	142
30	40	24	24	24	142
24	31	18	18	20	111
30	39	23	23	23	138
32	40	24	24	24	144
24	30	18	18	18	108
30	32	22	19	20	123
30	40	24	24	24	142
24	30	18	18	18	108
30	39	23	23	22	137
29	38	22	23	22	134
28	37	23	23	23	134
29	35	23	22	22	131
25	30	18	19	19	111
28	39	23	23	23	136

24	34	20	20	19	117
29	30	21	19	21	120
32	40	24	22	22	140
29	38	23	23	23	136
28	31	20	19	18	116
29	40	24	24	22	139
32	40	24	24	24	144
26	31	18	19	19	113
29	39	23	22	23	136
30	40	24	24	23	141
24	30	18	18	18	108
31	32	22	19	20	124
25	30	18	19	19	111
29	39	23	22	22	135
29	38	22	23	20	132
29	37	22	23	23	134
27	30	19	19	20	115
28	39	23	22	22	134
26	34	20	20	19	119
27	30	20	18	20	115

tangibles rasakan	assurance rasakan	reliability rasakan	responsiveness rasakan	empathy rasakan	total	Perbandingan Total skor	hasil
31	34	22	21	21	129	3	Puas
26	29	21	19	19	114	-25	tdk puas
26	32	21	22	19	120	9	puas
29	32	22	19	20	122	-22	tdk puas
25	32	21	21	20	119	-2	tdk puas
28	32	24	19	20	123	-14	tdk puas
28	33	22	19	20	122	-3	tdk puas
30	35	20	22	21	128	4	Puas
27	31	21	20	19	118	-21	tdk puas
25	33	20	19	19	116	-27	tdk puas
26	31	21	19	19	116	-17	tdk puas
23	32	20	19	19	113	-29	tdk puas
28	34	21	23	21	127	10	Puas
29	33	21	22	20	125	-8	tdk puas
27	31	20	19	19	116	-24	tdk puas
26	29	21	21	18	115	-28	tdk puas
30	32	21	22	20	125	21	Puas
23	32	21	20	18	114	11	Puas
32	40	24	24	23	143	-1	tdk puas
24	32	19	19	18	112	-32	tdk puas
25	34	22	19	20	120	-15	tdk puas
25	30	20	18	20	113	20	Puas
27	35	21	22	20	125	-2	tdk puas
26	32	22	21	20	121	-5	tdk puas

29	30	21	17	18	115	-1	tdk puas
23	31	21	20	20	115	-27	tdk puas
26	29	21	21	22	119	-23	tdk puas
25	35	20	18	20	118	7	Puas
25	30	21	21	18	115	-23	tdk puas
26	34	19	18	22	119	-25	tdk puas
24	30	20	20	18	112	4	Puas
25	26	22	19	20	112	-11	tdk puas
27	36	24	22	21	130	-12	tdk puas
26	27	20	19	20	112	4	Puas
26	30	20	19	19	114	-23	tdk puas
23	32	20	21	20	116	-18	tdk puas
24	32	20	19	21	116	-18	tdk puas
25	28	20	20	18	111	-20	tdk puas
25	32	19	19	21	116	5	Puas
29	30	20	20	19	118	-18	tdk puas
25	34	21	18	22	120	3	Puas
30	30	22	20	18	120	0	ckp puas
24	30	19	20	18	111	-29	tdk puas
23	27	20	18	20	108	-28	tdk puas
25	31	23	20	19	118	2	Puas
27	33	22	21	22	125	-14	tdk puas
28	32	20	20	19	119	-25	tdk puas
28	29	20	19	22	118	5	Puas
28	30	20	20	18	116	-20	tdk puas
30	30	20	19	20	119	-22	tdk puas
25	35	21	19	20	120	12	Puas
25	29	21	20	19	114	-10	tdk puas
25	35	22	20	21	123	12	Puas
29	31	19	19	20	118	-17	tdk puas
26	30	20	18	20	114	-18	tdk puas
29	32	23	18	20	122	-12	tdk puas
27	31	22	19	20	119	4	Puas
28	33	20	21	20	122	-12	tdk puas
26	31	21	20	21	119	0	ckp puas
28	32	21	22	22	125	10	Puas

Lampiran 5.2 Tabel Perhitungan Median Skor Loyalitas

Statistics

		Pembelian berulang	Keterikatan relatif
N	Valid	60	60
	Missing	0	0
Mean		34,6000	26,6000
Median		34,5000	26,5000
Std. Deviation		2,65215	2,51234

Pembelian Berulang

Total Skor	Frekuensi	%
30,00	2	3,3
31,00	6	10,0
32,00	8	13,3
33,00	11	18,3
34,00	6	10,0
35,00	5	8,3
36,00	3	5,0
37,00	8	13,3
38,00	7	11,7
39,00	4	6,7
Total	60	100,0

Keterikatan relatif

Total skor	Frekuensi	%
21,00	3	5,0
24,00	10	16,7
25,00	8	13,3
26,00	9	15,0
27,00	11	18,3
28,00	2	3,3
29,00	8	13,3
30,00	5	8,3
31,00	4	6,7
Total	60	100,0

Berdasarkan SPSS 12.00

Lampiran 5.3 Tabel Analisis Tipe Loyalitas Konsumen

Responden	Pembelian	Keterikatan	Tipe loyalitas
1	rendah	tinggi	Loyalitas Tersembunyi
2	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
3	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
4	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
5	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
6	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
7	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
8	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
9	tinggi	rendah	Loyalitas Lemah
10	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
11	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
12	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
13	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
14	rendah	tinggi	Loyalitas Tersembunyi
15	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
16	tinggi	rendah	Loyalitas Lemah
17	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
18	rendah	tinggi	Loyalitas Tersembunyi
19	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
20	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
21	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
22	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
23	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
24	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
25	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
26	rendah	tinggi	Loyalitas Tersembunyi
27	tinggi	rendah	Loyalitas Lemah
28	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
29	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
30	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
31	rendah	tinggi	Loyalitas Tersembunyi
32	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
33	rendah	tinggi	Loyalitas Tersembunyi
34	rendah	tinggi	Loyalitas Tersembunyi
35	tinggi	rendah	Loyalitas Lemah
36	tinggi	rendah	Loyalitas Lemah
37	tinggi	rendah	Loyalitas Lemah
38	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
39	rendah	tinggi	Loyalitas Tersembunyi
40	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
41	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
42	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
43	tinggi	rendah	Loyalitas Lemah
44	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas

45	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
46	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
47	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
48	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
49	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
50	rendah	tinggi	Loyalitas Tersembunyi
51	rendah	tinggi	Loyalitas Tersembunyi
52	rendah	tinggi	Loyalitas Tersembunyi
53	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
54	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
55	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
56	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
57	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
58	rendah	rendah	Tanpa Loyalitas
59	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium
60	tinggi	tinggi	Loyalitas Premium

Lampiran 5.4 Tabel Korelasi Antara Tingkat Kepuasan dan Loyalitas

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	30,518(a)	6	,000
Likelihood Ratio	38,309	6	,000
N of Valid Cases	60		

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,581	,000
N of Valid Cases		60	

Berdasarkan SPSS 12.00

Lampiran 5.5 Tabel Kepuasan dan Loyalitas

reps	Gap	kepuasan	pembelian	keterikatan	loyalitas
1	3	Puas	rendah	tinggi	LT
2	-25	tdk puas	rendah	rendah	TL
3	9	Puas	tinggi	tinggi	LP
4	-22	tdk puas	rendah	rendah	TL
5	-2	tdk puas	tinggi	tinggi	LP
6	-14	tdk puas	rendah	rendah	TL
7	-3	tdk puas	tinggi	tinggi	LP
8	4	Puas	tinggi	tinggi	LP
9	-21	tdk puas	tinggi	rendah	LL
10	-27	tdk puas	rendah	rendah	TL
11	-17	tdk puas	rendah	rendah	TL
12	-29	tdk puas	rendah	rendah	TL
13	10	Puas	tinggi	tinggi	LP
14	-8	tdk puas	rendah	tinggi	LT
15	-24	tdk puas	rendah	rendah	TL
16	-28	tdk puas	tinggi	rendah	LL
17	21	Puas	tinggi	tinggi	LP
18	11	Puas	rendah	tinggi	LT
19	-1	tdk puas	tinggi	tinggi	LP
20	-32	tdk puas	rendah	rendah	TL
21	-15	tdk puas	rendah	rendah	TL
22	20	Puas	tinggi	tinggi	LP
23	-2	tdk puas	tinggi	tinggi	LP
24	-5	tdk puas	tinggi	tinggi	LP
25	-1	tdk puas	tinggi	tinggi	LP
26	-27	tdk puas	rendah	tinggi	LT
27	-23	tdk puas	tinggi	rendah	LL
28	7	Puas	tinggi	tinggi	LP
29	-23	tdk puas	rendah	rendah	TL
30	-25	tdk puas	rendah	rendah	TL
31	4	Puas	rendah	tinggi	LT
32	-11	tdk puas	rendah	rendah	TL
33	-12	tdk puas	rendah	tinggi	LT
34	4	Puas	rendah	tinggi	LT
35	-23	tdk puas	tinggi	rendah	LL
36	-18	tdk puas	tinggi	rendah	LL
37	-18	tdk puas	tinggi	rendah	LL
38	-20	tdk puas	rendah	rendah	TL
39	5	Puas	rendah	tinggi	LT
40	-18	tdk puas	rendah	rendah	TL
41	3	Puas	tinggi	tinggi	LP
42	0	ckp puas	tinggi	tinggi	LP
43	-29	tdk puas	tinggi	rendah	LL
44	-28	tdk puas	rendah	rendah	TL

45	2	Puas	tinggi	tinggi	LP
46	-14	tdk puas	rendah	rendah	TL
47	-25	tdk puas	rendah	rendah	TL
48	5	Puas	tinggi	tinggi	LP
49	-20	tdk puas	rendah	rendah	TL
50	-22	tdk puas	rendah	tinggi	LT
51	12	Puas	rendah	tinggi	LT
52	-10	tdk puas	rendah	tinggi	LT
53	12	Puas	tinggi	tinggi	LP
54	-17	tdk puas	rendah	rendah	TL
55	-18	tdk puas	rendah	rendah	TL
56	-12	tdk puas	rendah	rendah	TL
57	4	Puas	tinggi	tinggi	LP
58	-12	tdk puas	rendah	rendah	TL
59	0	ckp puas	tinggi	tinggi	LP
60	10	Puas	tinggi	tinggi	LP

Lampiran 5.6 Tabel Persentase Data Penunjang

Tabel 1 Pertimbangan Sebelum Menginap di Hotel ‘X’

	Frekuensi	%
Tarif kamar	18*	30%*
Fasilitas dan pelayanan	12*	20%*
Lokasi hotel	32**	53%**
Total	62	103%

Ket: 2 orang responden memberi 2 jawaban

* = 1 orang responden juga memilih jawaban ini

** = 2 orang responden juga memilih jawaban ini

Tabel 2 Mengenal Hotel ‘X’

	Frekuensi	%
Brosur	3	5%
Lewat depan hotel	26	43.3%
Orang lain	31	51.7%
Total	60	100%

Tabel 3 Keyakinan Akan Kemampuan Hotel ‘X’ dalam Memenuhi Kebutuhan

	Frekuensi	%
Sangat yakin	3	5%
Yakin	32	53.3%
Tidak yakin	25	41.7%
Sangat tidak yakin	0	0%
Total	60	100%

Tabel 4 Keyakinan Akan Kemampuan Hotel ‘X’ dalam Memberi Pelayanan yang Sama/Lebih Baik

	Frekuensi	%
Sangat yakin	3	5%
Yakin	30	50%
Tidak yakin	27	45%
Sangat tidak yakin	0	0%
Total	60	100%

Tabel 5 Pelayanan Jasa Berbeda dengan Hotel Lain

	Frekuensi	%
Sangat setuju	1	1.7%
Setuju	29	46.7%
Tidak setuju	30	51.7%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	60	100%

Tabel 6 Berbeda dari Hotel Lain yang Sejenis karena Sistem Promosi

	Frekuensi	%
Sangat setuju	3	5%
Setuju	29	48.3%
Tidak setuju	27	45%
Sangat tidak setuju	1	1.7%
Total	60	100%

Tabel 7 Lokasi Hotel Strategis Didukung Kemudahan Sarana Transportasi

	Frekuensi	%
Sangat setuju	25	41.7%
Setuju	35	58.3%
Tidak setuju	0	0%
Sangat tidak setuju	0	0%
Total	60	100%

Tabel 8 Alasan Menginap Kembali di Hotel ‘X’

	Frekuensi	%
Fasilitas memuaskan	2	3.3%
Lokasi hotel	46***	76.7%***
Pelayanan memuaskan	1*	1.7%*
Tarif	14**	23.3%**
Total	63	105%

Ket: 3 orang memberi 2 jawaban

* = 1 orang responden juga memilih jawaban ini

** = 2 orang responden juga memilih jawaban ini

*** = 3 orang responden juga memilih jawaban ini

Lampiran 5.7 Tabel Gambaran Responden

A. Gambaran Responden Berdasarkan Kota Asal

Kota Asal	Frekuensi	%
Bekasi	6	10%
Bogor	5	8.3%
Jakarta	42	70%
Karawang	1	1.7%
Palembang	1	1.7%
Sukabumi	1	1.7%
Tangerang	4	6.7%
Total	60	100%

Tabel Gambaran responden berdasarkan kota asal

Dari keseluruhan jumlah responden, 10% berasal dari Bekasi, 8.3% berasal dari Bogor, 70% berasal dari Jakarta, 1.7% dari Karawang, 1.7% dari Palembang, 1.7% dari Sukabumi, 6.7% dari Tangerang.

Lampiran 5.8 Tabulasi Silang Tipe Loyalitas dan Data Penunjang

Tabel 1 Pertimbangan sebelum menginap

			Item satu					Total	
			tarif kamar	tarif-lokasi	fasilitas & pelayanan	fasilitas & pelayanan-lokasi	lokasi		
loyalitas	Loyalitas Premium	Frekuensi	5	0	1	0	14	20	
		%	8,3%	,0%	1,7%	,0%	23,3%	33,3%	
	Loyalitas Tersembunyi	Frekuensi	3	0	3	0	5	11	
		%	5,0%	,0%	5,0%	,0%	8,3%	18,3%	
	Loyalitas Lemah	Frekuensi	2	0	2	0	3	7	
		%	3,3%	,0%	3,3%	,0%	5,0%	11,7%	
	Tanpa Loyalitas	Frekuensi	7	1	5	1	8	22	
		%	11,7%	1,7%	8,3%	1,7%	13,3%	36,7%	
Total		Frekuensi	17	1	11	1	30	60	
		%	28,3%	1,7%	18,3%	1,7%	50,0%	100,0%	

Tabel 2 Mengenal Hotel ‘X’

			item dua			Total	
			brosur	kebetulan lewat	orang lain		
loyalitas	Loyalitas Premium	Frekuensi	1	5	14	20	
		%	1,7%	8,3%	23,3%	33,3%	
	Loyalitas Tersembunyi	Frekuensi	1	5	5	11	
		%	1,7%	8,3%	8,3%	18,3%	
	Loyalitas Lemah	Frekuensi	1	4	2	7	
		%	1,7%	6,7%	3,3%	11,7%	
	Tanpa Loyalitas	Frekuensi	0	12	10	22	
		%	,0%	20,0%	16,7%	36,7%	
Total		Frekuensi	3	26	31	60	
		%	5,0%	43,3%	51,7%	100,0%	

Tabel 3 Keyakinan akan kemampuan Hotel ‘X’ dalam memenuhi kebutuhan

		item tiga			Total	
		sangat yakin	yakin	tidak yakin		
loyalitas	Loyalitas Premium	Frekuensi	2	18	0	20
		%	3,3%	30,0%	,0%	33,3%
	Loyalitas Tersembunyi	Frekuensi	1	9	1	11
		%	1,7%	15,0%	1,7%	18,3%
	Loyalitas Lemah	Frekuensi	0	1	6	7
		%	,0%	1,7%	10,0%	11,7%
	Tanpa Loyalitas	Frekuensi	0	4	18	22
		%	,0%	6,7%	30,0%	36,7%
Total		Frekuensi	3	32	25	60
		%	5%	53,3%	41,7%	100,0%

Tabel 4 Keyakinan akan kemampuan Hotel ‘X’ dalam memberi pelayanan yang sama/lebih baik

		Item empat			Total
		sangat yakin	yakin	tidak yakin	
loyalitas	Loyalitas Premium	2	18	0	20
		3,3%	30,0%	,0%	33,3%
	Loyalitas Tersembunyi	1	8	2	11
		1,7%	13,3%	3,3%	18,3%
	Loyalitas Lemah	0	1	6	7
		,0%	1,7%	10,0%	11,7%
	Tanpa Loyalitas	0	3	19	22
		,0%	5,0%	31,7%	36,7%
Total		3	30	27	60
		5,0%	50,0%	45,0%	100,0%

Tabel 5 Pelayanan jasa berbeda dengan hotel lain

			Item lima			Total	
			sangat setuju	setuju	tidak setuju		
loyalitas	Loyalitas Premium	Frekuensi	0	19	1	20	
		%	,0%	31,7%	1,7%	33,3%	
	Loyalitas Tersembunyi	Frekuensi	1	4	6	11	
		%	1,7%	6,7%	10,0%	18,3%	
	Loyalitas Lemah	Frekuensi	0	2	5	7	
		%	,0%	3,3%	8,3%	11,7%	
	Tanpa Loyalitas	Frekuensi	0	4	18	22	
		%	,0%	6,7%	30,0%	36,7%	
Total		Frekuensi		29	30	60	
		%		48,3%	50,0%	100,0%	

Tabel 6 Berbeda dari hotel lain yang sejenis karena sistem promosi

			Item enam				Total	
			sangat setuju	setuju	tidak setuju	sangat tidak setuju		
loyalitas	Loyalitas Premium	Frekuensi	2	18	0	0	20	
		%	3,3%	30,0%	,0%	,0%	33,3%	
	Loyalitas Tersembunyi	Frekuensi	0	4	7	0	11	
		%	,0%	6,7%	11,7%	,0%	18,3%	
	Loyalitas Lemah	Frekuensi	0	1	6	0	7	
		%	,0%	1,7%	10,0%	,0%	11,7%	
	Tanpa Loyalitas	Frekuensi	1	6	14	1	22	
		%	1,7%	10,0%	23,3%	1,7%	36,7%	
Total		Frekuensi	3	29	27	1	60	
		%	5,0%	48,3%	45,0%	1,7%	100,0%	

Tabel 7 Lokasi Hotel yang Strategis Didukung Kemudahan Sarana Transportasi

			Item tujuh		Total	
			sangat setuju	setuju		
loyalitas	Loyalitas Premium	Frekuensi	10	10	20	
		%	16,7%	16,7%	33,3%	
	Loyalitas Tersembunyi	Frekuensi	3	8	11	
		%	5,0%	13,3%	18,3%	
	Loyalitas Lemah	Frekuensi	2	5	7	
		%	3,3%	8,3%	11,7%	
	Tanpa Loyalitas	Frekuensi	10	12	22	
		%	16,7%	20,0%	36,7%	
Total		Frekuensi	25	35	60	
		%	41,7%	58,3%	100,0%	

Tabel 8 Alasan menginap kembali

			Item delapan					Total	
			fasilitas memuaskan	lokasi	lokasi-pelayanan	tarif-lokasi	tarif		
loyalitas	Loyalitas Premium	Frekuensi	1	18	0	0	1	20	
		%	1,7%	30,0%	0%	0%	1,7%	33,3%	
	Loyalitas Tersembunyi	Frekuensi	1	6	1	0	3	11	
		%	1,7%	10,0%	1,7%	,0%	5,0%	18,3%	
	Loyalitas Lemah	Frekuensi	0	5	0	1	1	7	
		%	,0%	8,3%	,0%	1,7%	1,7%	11,7%	
	Tanpa Loyalitas	Frekuensi	0	14	0	1	7	22	
		%	,0%	23,3%	,0%	1,7%	11,7%	36,7%	
Total		Frekuensi	2	43	1	2	12	60	
		%	3,3%	71,7%	1,7%	3,3%	20,0%	100,0%	

Lampiran 5.9 Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dan Loyalitas Konsumen

Tipe loyalitas		Jenis Kelamin		Total
		laki-laki	perempuan	
Loyalitas Premium	Frekuensi	14	6	20
	%	15,1%	6,5%	21,5%
Loyalitas Tersembunyi	Frekuensi	7	4	11
	%	7,5%	4,3%	11,8%
Loyalitas Lemah	Frekuensi	5	2	7
	%	5,4%	2,2%	7,5%
Tanpa Loyalitas	Frekuensi	14	8	22
	%	15,1%	8,6%	23,7%
Total	Frekuensi	40	20	93
	%	43,0%	21,5%	100,0%

Lampiran 5.10 Tabulasi Silang Antara Frekuensi Menginap dan Loyalitas Konsumen

Tipe loyalitas		Frekuensi menginap						Total
		±7X	20X	2X	3X	4X	5X	
Loyalitas Premium	Frekuensi	1	1	4	8	5	1	20
	%	1,7%	1,7%	6,7%	13,3%	8,3%	1,7%	33,3%
Loyalitas Tersembunyi	Frekuensi	0	0	9	2	0	0	11
	%	,0%	,0%	15,0%	3,3%	,0%	,0%	18,3%
Loyalitas Lemah	Frekuensi	0	0	6	1	0	0	7
	%	,0%	,0%	10,0%	1,7%	,0%	,0%	11,7%
Tanpa Loyalitas	Frekuensi	0	0	22	0	0	0	22
	%	,0%	,0%	36,7%	,0%	,0%	,0%	36,7%
Total	Frekuensi	1	1	41	11	5	1	60
	%	1,7%	1,7%	68,3%	18,3%	8,3%	1,7%	100,0%

Lampiran 5.11 Tabulasi Silang Antara Tingkat Kepuasan-Tipe Loyalitas-

Alasan Menginap

Tingkat kepuasan	Tipe loyalitas	Alasan menginap					Total	
		fasilitas memuaskan	lokasi	lokasi-pelayanan	tarif-lokasi	tarif		
Puas	Loyalitas premium	Frekuensi	1	11	0	0	12	
		%	1.7%	18.3%	0%	0%	20%	
	Loyalitas tersembunyi	Frekuensi	1	3	1	0	6	
		%	1.7%	5%	1.7%	0%	1.7% 10%	
Cukup puas	Loyalitas premium	Frekuensi	0	1	0	1	2	
		%	0%	1.7%	0%	0%	1.7% 3.3%	
Tidak puas	Loyalitas premium	Frekuensi	0	6	0	0	6	
		%	0%	10%	0%	0%	0% 10%	
	Loyalitas tersembunyi	Frekuensi	0	3	0	0	2	
		%	0%	5%	0%	0%	3.3% 8.3%	
	Loyalitas lemah	Frekuensi	0	5	0	1	1	
		%	0%	8.3%	0%	1.7%	1.7% 11.7 %	
	Tanpa loyalitas	Frekuensi	0	14	0	1	7	
		%	0%	23.3%	0%	1.7%	11.7% 36.7 %	
Total		Frekuensi	2	43	1	2	12	
		%	3.3%	71.7%	1.7%	3.3%	20% 100%	

Lampiran 6

Tabel Chi-Kuadrat