

## **TUGAS AKHIR**

# **ANALISIS PENGARUH *PERSEPSI NILAI LOYALITAS*, *PROGRAM LOYALITAS*, *CITRA TOKO* DAN *KEPUASAN* *PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN* HYPERMART DI SURABAYA**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

Nama : Priska Marlangen Tedamu

NPM : 01120120031



**Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Pelita Harapan  
Surabaya  
2015**



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

---

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Nama Mahasiswa : Priska Marlengen Tedamu

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120120031

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI NILAI LOYALITAS, PROGRAM LOYALITAS, CITRA TOKO DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HYPERMART DI SURABAYA”** adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera didalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah pakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian – bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan diatas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 19 November 2015

METERAI  
TEMPEL  
10452ADF492371460  
6000  
RUPIAH

Yang membuat pernyataan  
*Priska Marlengen Tedamu*  
(Priska Marlengen Tedamu)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR**

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI NILAI LOYALITAS, PROGRAM  
LOYALITAS, CITRA TOKO DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN HYPERMART DI SURABAYA**

Oleh :

Nama : Priska Marlangen Tedamu

NPM : 01120120031

Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Surabaya, 19 November 2015

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Amelia, S.E, RFP-I, MM

Co-Pembimbing/Supervisor

Yanuar Dananjaya, B. Sc., M.M



Ketua Jurusan Manajemen

Amelia, S.E, RFP-I, MM



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Ronald S., S.T., M.M



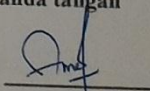
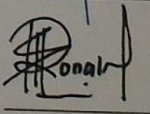
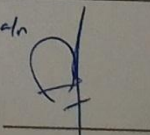
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI

**LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

Pada 2015 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya  
atas nama :

**Nama** : Priska Marlangen Tedamu  
**NPM** : 01120120031  
**Jurusan** : Manajemen

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "ANALISIS PENGARUH PERSEPSI NILAI LOYALITAS, PROGRAM LOYALITAS, CITRA TOKO DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN HYPERMART DI SURABAYA" oleh tim penguji yang terdiri dari :

Dewan Penguji :	Status	Tanda tangan
Amelia, S.E, RFP-I, MM	,sebagai Ketua/ Pembimbing	
Dr. Ronald S., S.T., M.M	,sebagai Penguji Pertama/ Anggota	
Dr. Yolanda Soedibyo, ST., M.M	,sebagai Penguji Kedua/ Sekertaris	

## ABSTRACT

Growth of retail business in Indonesia showed significant figures. In this case requires retail companies to be able to meet customer needs and adjusts the customer desires so companies must be able to detect what the market needs and desires of consumers. Hypermart is one retail company that is engaged in general trading and retail services that provide basic needs and daily necessities.

The purpose of this study was to determine and evaluate: (1) the influence of the variables were significant between value perception of loyalty to the program loyalty, (2) the effect of the variables were significant between program loyalty to the store image, (3) the influence of the variables were significant between programs loyalty on customer loyalty, (4) the effect of the variables were significant between store image on customer loyalty, and (5) the effect of the variables were significant between customer satisfaction to customer loyalty Hypermart in Surabaya owner HiCard.

The sample used in this study are customers Hypermart who have aged 18-60 years, domiciled in Surabaya, have a membership HiCard Hypermart, and has been making purchases in Hypermart Surabaya more than two times in the last 1 month. Samples were taken by using technique a judgement sampling. The data analysis technique used in this study is Linear Regression Test.

The results in this study showed that variable perception of loyalty significant effect on program loyalty of 0.683 with a direct positive direction. Program Loyalty significantly effect on store image of 0.813 with a direct positive direction. Variable program loyalty have a significant effect on customer loyalty of 0.187 with a direct positive direction. Store image have a significant effect on customer loyalty of 0.153 with a direct positive direction. Customer satisfaction have a significant effect on customer loyalty of 0.493 with a direct positive direction.

**Keywords: perception of loyalty, program loyalty, store image, customer satisfaction, customer loyalty.**

## ABSTRAK

Pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia menunjukkan angka yang cukup signifikan. Dalam hal ini menuntut perusahaan ritel untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan keinginan pelanggan sehingga perusahaan harus mampu mendeteksi apa yang menjadi kebutuhan pasar dan keinginan konsumen. Hypermart adalah salah satu perusahaan ritel yang bergerak dalam bidang perdagangan umum dan jasa eceran yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengevaluasi : (1) pengaruh signifikan antara variabel persepsi nilai loyalitas terhadap program loyalitas pelanggan; (2) pengaruh signifikan antara variabel program loyalitas terhadap citra toko; (3) pengaruh signifikan antara variabel program loyalitas terhadap loyalitas pelanggan; (4) pengaruh signifikan antara variabel citra toko terhadap loyalitas pelanggan; dan (5) pengaruh signifikan antara variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Hypermart Pemilik Kartu HiCard di Surabaya.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan Hypermart Surabaya yang memiliki usia 18-60 tahun, berdomisili di Surabaya, memiliki kartu HiCard, dan telah melakukan transaksi pembelian di Hypermart Surabaya lebih dari dua kali dalam satu bulan terakhir. Sampel yang diambil dengan menggunakan teknik Judgement Sampling. Teknik analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah Uji Regresi Linier.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Nilai Loyalitas berpengaruh signifikan terhadap Program Loyalitas secara langsung sebesar 0.683 dengan arah positif. Program Loyalitas berpengaruh signifikan terhadap Citra Toko secara langsung sebesar 0.813 dengan arah positif. Program Loyalitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung sebesar 0.187 dengan arah positif. Citra Toko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung sebesar 0.153 dengan arah positif. Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan secara langsung sebesar 0.493 dengan arah positif.

**Kata kunci:** persepsi nilai loyalitas, program loyalitas, citra toko, kepuasan, pelanggan, loyalitas pelanggan.



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Laporan penelitian ini dapat diselesaikan. Laporan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Nilai Loyalitas, Program Loyalitas, Citra Toko Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Hypermart Di Surabaya” ini ditujukan untuk memenuhi sebagai persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kepada pihak – pihak yang telah memberikan bimbingan maupun bantuannya dari awal hingga akhir penelitian ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih ini khusus ditujukan kepada:

1. Bapak Dr Ronald S., S.T., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Ibu Amelia, S.E, RFP-I, MM., selaku dosen utama yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis dari awal hingga akhir penelitian ini dapat terselesaikan dan dengan sabar membimbing saya.
3. Bapak Yanuar Dananjaya, B.Sc., M.M., selaku dosen utama yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis dari awal hingga akhir penelitian ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Amelia, S.E, RFP-I, MM., selaku Ketua jurusan manajemen yang telah membantu dan memberikan saran – saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak Dr Ronald S., S.T., M.M, selaku dosen penguji pertama yang turut membantu saya dalam memberi masukan dan berkenan menjadi penguji saya.
6. Ibu Yolanda Soediby, S.T., M.M., selaku dosen penguji kedua yang turut membantu saya dalam memberi masukan dan berkenan menjadi penguji saya.

7. Kepada almarhum ayah saya, kepada ibu saya (Sautin Tedamu), baba dan mama (Arko & Sonya Fangidae) yang selalu memberi dukungan dan selalu mendoakan. Tak lupa juga kepada adik saya, Hkang Tdamu yang membantu saya mem-*fotocopy* dan menyebarkan kuesioner. Serta keluarga besar saya. Terima kasih karena telah memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi dengan pertanyaan, "*Kapan Wisuda?*"
8. Teman-teman mahasiswa seperjuangan Erik Novita Willy partner *Youtubers* yang rela menyanyi ketika jenuh, Ce Ann partner datang pagi ke kampus, Gladys Lol, Umik Risa, Jeng Kartika yang menjadi *moodbooster*, Ce Grace, Om Jeff untuk petuahnya, Mas Andre, Ivan & Friends, Ervinson, Koko Marco & Koko Rendy yang selama ini berjuang bersama – sama dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah saling mendukung dan mendoakan agar dapat bersama – sama lulus dengan bangga dan membawa keharuman nama baik Universitas Pelita Harapan Surabaya.
9. Teman-teman *Directioners* dan *5SOSFAM*, ibu-ibu pengajian, ibu-ibu PKK, teman-teman UPHS, pengunjung Hypermart yang berkenan meluangkan sedikit waktunya untuk mengisi kuesioner saya.
10. Para staff pengajar Program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu – ilmu melalui suatu kegiatan belajar – mengajar dengan dasar pemikiran analisis dan pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.
11. Pihak – pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.
12. Teristimewa untuk Tuhan Yesus Kristus yang mengizinkan saya menikmati masa-masa studi di UPHS sampai pada akhirnya dapat menyelesaikan dengan baik.

Akhir kata, hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Mahja Esa berkenan membalas kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, Saudari dan teman – teman sekalian. Penulis menyadari bahwa mungkin masih terdapat banyak kekurangan dalam laporan penelitian ini. Oleh karena itu, kritik



dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. *Karena tak ada skripsi yang tak retak.* Semoga Laporan penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Surabaya, 19 November 2015

Priska Marlangen Tedamu

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Penelitian.....	15
1.3 Rumusan Masalah.....	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.5.1 Manfaat Teoristis.....	16
1.5.2 Manfaat Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	<b>17</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	<b>18</b>
2.1 Landasan Teori .....	18
2.1.1 <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	18
2.1.2 <i>Kepuasan Pelanggan</i> .....	19
2.1.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.2.2 Faktor-faktor Pembentuk Kepuasan Pelanggan.....	21
2.1.3 <i>Citra Toko</i> .....	23
2.1.3.1 Definisi citra ( <i>Image</i> ).....	23
2.1.3.2 Definisi Citra Toko.....	23
2.1.4 <i>Program Loyalitas</i> .....	24
2.1.5 <i>Persepsi Nilai Loyalitas</i> .....	26

2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	28
2.3.1 Hubungan <i>Persepsi Nilai Loyalitas</i> terhadap <i>Program Loyalitas</i> ....	29
2.3.2 Hubungan <i>Program Loyalitas</i> terhadap <i>Citra Toko</i> .....	30
2.3.3 Hubungan <i>Program Loyalitas</i> terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	30
2.3.4 Hubungan <i>Citra Toko</i> terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	30
2.3.5 Hubungan <i>Kepuasan Pelanggan</i> terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	31
2.4 Model Penelitian.....	32
2.5 Bagan Alur Berpikir.....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	<b>34</b>
3.1.1 Jenis Data.....	34
3.1.2 Sumber Data.....	34
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel .....	34
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.2.4 Metode Pengambilan Sampel.....	35
3.2.5 Karakteristik sampel.....	35
3.2.6 Ukuran Sampel.....	36
3.3 Metode Pengumpulan data.....	36
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.4.1 Definisi Operasional.....	37
3.4.2 Arah dan Skala Pengukuran.....	39
3.4.3 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.5 Metode Analisis Data.....	40
3.5.1 Pengolahan Data.....	40
3.5.2 Pengujian Hipotesis .....	40
3.5.3 Uji Validitas.....	40
3.5.4 Uji Reabilitas.....	41
3.5.5 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.5.6 Uji Regresi Linearitas.....	44

3.5.7 Analisis Linear Regresi Sederhana.....	44
3.5.8 Analisis Linear Regresi Berganda. ....	45
3.5.9 Koefisien Korelasi.....	<b>46</b>
3.5.10 Koefisien Korelasi ( $R^2$ ).....	46
3.5.11 Uji F.....	47
3.5.12 Uji t.....	47
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum.....	48
4.2 Analisis Data.....	49
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	49
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.2.1.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Kepemilikan HiCard.....	52
4.2.1.5 Tanggapan Responden.....	52
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	58
4.2.2.1 Penjelasan Responden terhadap <i>Persepsi Nilai Loyalitas</i> .....	58
4.2.2.2 Penjelasan Responden terhadap <i>Program Loyalitas</i> .....	59
4.2.2.3 Penjelasan Responden terhadap <i>Citra Toko</i> .....	60
4.2.2.4 Penjelasan Responden terhadap <i>Kepuasan Pelanggan</i> .....	61
4.2.2.5 Penjelasan Responden terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	63
4.2.3 Uji Validitas.....	64
4.2.4 Uji Reliabilitas.....	65
4.2.5 Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	65
4.2.5.1 Uji Normalitas.....	65
4.2.5.2 Uji Heterokedastisitas.....	69
4.2.5.3 Uji Multikolinearitas.....	72
4.2.5.4 Uji Linearitas.....	73
4.3 Metode Analisis Statistik.....	74
4.3.1 Analisis Regresi.....	74
4.3.1.1 Analisis Regresi Sederhana.....	74
4.3.1.2 Analisis Regresi Berganda.....	75

4.3.2 Analisis Koefisien Korelasi.....	76
4.3.2.1 Analisis Koefisien Korelasi Sederhana.....	76
4.3.2.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	77
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	77
4.4 Metode Pengujian Hipotesis.....	78
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	78
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-T).....	79
4.5 Pembahasan.....	81
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>93</b>
5.1 Simpulan.....	93
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	93
5.1.1.1 Pengaruh <i>Service Persepsi Nilai Loyalitas</i> terhadap <i>Program Loyalitas</i> .....	93
5.1.1.2 Pengaruh <i>Program Loyalitas</i> terhadap <i>Citra Toko</i> .....	94
5.1.1.3 Pengaruh <i>Program Loyalitas</i> terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	95
5.1.1.4 Pengaruh <i>Citra Toko</i> terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	96
5.1.1.5 Pengaruh <i>Kepuasan Pelanggan</i> terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	96
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian.....	97
5.2 Implikasi.....	98
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	98
5.2.2 Implikasi Manajerial.....	100
5.3 Rekomendasi.....	
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN A</b>	
<b>LAMPIRAN B</b>	
<b>LAMPIRAN C</b>	
<b>LAMPIRAN D</b>	
<b>LAMPIRAN E</b>	
<b>LAMPIRAN F</b>	
<b>LAMPIRAN G</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Brosur Promo Hypermart.....	5
Gambar 1.2 Penerimaan Penghargaan.....	6
Gambar 1.3 <i>Brand Switching Analysis</i> .....	7
Gambar 1.4 Kartu HiCard.....	13
Gambar 2.4 Model Penelitian.....	32
Gambar 4.1 Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4.2 Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 4.3 Diagram Pie Responden Berdasarkan Kepemilikan Kartu HiCard.....	52
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Normalitas <i>Program Loyalitas</i> .....	67
Gambar 4.5 Scatterplot Uji Normalitas <i>Citra Toko</i> .....	68
Gambar 4.6 Scatterplot Uji Normalitas <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	68
Gambar 4.7 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	69
Gambar 4.8 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Citra Toko</i> .....	70
Gambar 4.9 Scatterplot Uji Heterokedastisitas <i>Program Loyalitas</i> .....	71

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan <i>Market Share</i> Bisnis Ritel di Indonesia (%).....	7
Tabel 1.2 Jumlah Retail Modern di Indonesia periode 2006-2010 .....	9
Tabel 1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	14
Tabel 2.5 Bagan Alur.....	32
Tabel 3.1 <i>Rules of Thumb</i> Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi.....	47
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Kepemilikan Kartu HiCard.....	52
Tabel 4.4 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	53
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Persepsi Nilai Loyalitas</i> .....	53
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Program Loyalitas</i> .....	54
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Citra Toko</i> .....	55
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	57
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Nilai Loyalitas.....	58
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Program Loyalitas</i> .....	59
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Citra Toko</i> .....	60
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Kepuasan Pelanggan</i> .....	61
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Persepsi Nilai Loyalitas</i> .....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Program Loyalitas</i> .....	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Citra Toko</i> .....	64
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Kepuasan Pelanggan</i> .....	64
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	64
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas <i>Persepsi Nilai Loyalitas</i> .....	65
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas <i>Program Loyalitas</i> .....	65
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas <i>Citra Toko</i> .....	65



Tabel 4.23 Hasil Uji Reliabilitas <i>Kepuasan Pelanggan</i> .....	65
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	65
Tabel 4.25 Kolmogorov Smirnov model 1 (PNL*PL).....	66
Tabel 4.26 Kolmogorov Smirnov model 2 (PL*CT).....	66
Tabel 4.27 Kolmogorov Smirnov model 3 (PL, CT, KP*LP).....	66
Tabel 4.28 Uji Spearsman's 1 (PL, CT, KP*LP).....	69
Tabel 4. 29 Uji Spearsman's 2 (PL*CT).....	71
Tabel 4.30 Uji Spearsman's 3 (PNL*PL).....	72
Tabel 4.31 Nilai <i>Tolerance</i> dan VIF.....	72
Tabel 4.32 Hasil Uji Linearitas.....	73
Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Sederhana (PNL*PL).....	74
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Sederhana (PL*CT).....	74
Tabel 4.35 Hasil Uji Regresi Berganda (PL, CT, KP*LP).....	75
Tabel 4.36 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ).....	77
Tabel 4.37 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 ( $R^2$ ).....	78
Tabel 4.38 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 ( $R^2$ ).....	78
Tabel 4.39 Hasil Uji F.....	79
Tabel 4.40 Hasil Uji T.....	80
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis.....	98
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial.....	104

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	.....	A-1
Lampiran B	.....	B-1
Lampiran C	.....	C-1
Lampiran D	.....	D-1
Lampiran E	.....	E-1
Lampiran F	.....	F-1
Lampiran G	.....	G-1