



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lontar Media Digital Printing Semarang)**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata-I  
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Hilman Ardianta Putra**

**14020213120025**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2017**

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap : Hilman Ardianta Putra
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020213120025
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 20 Desember 1994
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Puri Asri Perdana A3/02 Banyumanik,  
Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul :

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan  
Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen PT.  
Lontar Media Digital Printing Semarang).

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 3 Agustus 2017

Pembuat Pernyataan,

Hilman Ardianta Putra

NIM. 14020213120025

## PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada konsumen PT. Lontar Media Digital Printing Semarang).

Nama Penyusun : Hilman Ardianta Putra

NIM : 14020213120025

Fak./Departemen : Ilmu Sosial Ilmu Politik/Administrasi Bisnis

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1 pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.**

Semarang, 3 Agustus 2017

Dekan

Wakil Dekan 1

Drs. Sunarto, Msi  
NIP 19660727 199203 1 001

Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si  
NIP 19610510 198902 1 002

**Dosen Pembimbing :**

1. Dr. Drs. Ngatno, MM. (.....)

**Dosen Penguji :**

1. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos., M.Si. (.....)

2. Drs. Rodhiyah, SU. (.....)

3. Dr. Drs. Ngatno, MM. (.....)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Man Jadda Wa Jada”*

*(barangsiapa yang bersungguh-sungguh, maka pasti akan berhasil).*

*“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) maka bekerja keraslah (dalam urusan lain), Dan hanya kepada Tuhanmu kamu berharap.”*

*(Q.S Al-Insyirah : 6-8)*

### **Skripsi ini penulis persembahkan untuk:**

- Orang tuaku tercinta, Ibu, Bapak, Dik Nida, Dik Salsa, dan Mbah yang selalu menyayangi dengan setulus hati, mendoakan dan memberikan dukungan dan bimbingan selama ini.
- Putri Deacitra Amsani yang tidak henti-hentinya memberikan motivasi dan *support* dalam perkuliahan selama 4 tahun ini.
- Tri Handoko yang telah membantu dalam masa-masa sulit di perkuliahan.
- Belajar Ceria yaitu Citra, Adrian, Listia, Alvidy, dan Ganang terima kasih atas waktu-waktu menyenangkan dan memberikan kenangan yang takkan bisa dilupakan.
- No Om No Party yaitu Ilham, Ganang, Adrian, Vidy, Ancar, Vito, Faisal, Aris, Haris, Reza, Ridho, Riko, Singgih, Freddy, Satrio, Yoga dalam teman sepermainan dan sepergabatan pada masa kuliah.
- Ahmad Yani yang telah banyak membantu untuk dalam penulisan skripsi saya.
- Anak-anak bimbingan Pak Ngatno kloter pertama yaitu Alvidy, Vito, Aris, Nimas, dan Ocha yang saling membantu dan memotivasi dalam pengerjaan skripsi.
- Karate Kata Team yaitu Fitra, Evan, Wisa, dan Richad yang telah memberikan prestasi bersama-sama dan memberikan waktu ijin latihan untuk mengerjakan Skripsi ini.

- Sahabat-sahabat kelas 10 atas bantuan belajar selama 4 tahun ini.
- Teman-teman seperjuangan Administrasi Bisnis FISIP UNDIP 2013,
- Teman-Teman HMJ Administrasi Bisnis terutama Departemen Minat dan Bakat atas pembelajaran organisasi di masa perkuliahan ini.
- Teman-teman PH TEKA 2014 yaitu Taufan, Taufiq, Pricilya, Vani, Rani, Meidhita, dan April yang telah membantu berjuang dalam memperjuangkan budaya kekeluargaan di departemen Administrasi Bisnis ini.
- Teman-teman UKM Karate Undip yang telah mengizinkan saya mengharumkan nama undip sampai dikancah Asia Tenggara.
- Teman-teman KKN Tim 2 Undip desa Klepu, kecamatan Pringapus, kabupaten Semarang, yaitu Tasya, Alfi, Putri, Kuma, Fai, Esi, Kuma, Farin, Zahro, Indah, dan Fajar yang menemani saya 35 hari pada pengabdian dan kehidupan di desa.
- Senior Administrasi Bisnis yaitu Mas Momo 2011, Mas Yudha Cumi 2010, Mas Padma 2006, Mas Boing 2011, Mas Iqbal 2012, Mas Aji 2010, dan Mas Bastian 2008 yang telah memberikan pengarahan dalam skripsi ini serta meluangkan waktu untuk senang-senang yang tidak melulu tentang kuliah.

## ABSTRAK

PT. Lontar Media Digital Printing Semarang adalah salah satu perusahaan percetakan jasa cukup besar yang berada di kota Semarang tepatnya di daerah sampangan. Dibalik pesatnya perkembangan percetakan Lontar Media ternyata terdapat masalah dalam penjualannya yang fluktuatif di beberapa tahun terakhir.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan konsumen PT. Lontar Media Digital Printing Semarang.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, analisis regresi linier, koefisien determinasi dan uji signifikansi dengan bantuan SPSS 16.0. Pengaruh mediasi dibuktikan dengan uji sobel dan uji mediasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 0,190. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas konsumen sebesar 0,227 serta terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen sebesar 1,028. Berdasarkan hasil analisis sobel, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebesar 6,353. Berdasarkan hasil uji mediasi, maka variabel kepuasan konsumen dapat dikatakan variabel mediasi parsial karena dikarenakan semua korelasi adalah positif dan semuanya signifikan  $< 0,05$ .

Kekurangan dari pelayanan dijadikan evaluasi seperti mengutamakan konsumen terhadap masalah yang dihadapi, pelayanan secara individual yang paling disorot oleh konsumen perusahaan. Maka dari itu dijadikan bahan evaluasi agar pelayanan menjadi lebih baik lagi. Masih ada kekurangan dan juga kelebihan dalam kategori kepuasan ini, untuk itu perusahaan perlu memperbaiki segi mana yang menjadi kelemahan sebuah pemasaran produk dan pelayanan yang ditingkatkan. Dalam variabel loyalitas dilihat bahwa konsumen masih ragu untuk selalu pergi ke perusahaan ini. Agar konsumen loyal perusahaan harus mengatur strategi pemasaran dan evaluasi tentang pelayanan lebih baik agar konsumen puas dan menjadikan loyal kembali. Peneliti sadar bahwa pada penelitian ini masih terdapat kekurangan seperti kurangnya variabel lain yang biasa berpengaruh pada hasil loyalitas konsumen. Bagi penelitian berikutnya, penulis menyarankan menambah variabel lain seperti harga, kualitas produk, kualitas merk, kualitas jasa, dan variabel lainnya. Penelitian berikutnya juga sebaiknya lebih mengontrol pemilihan sampel, menambah atau memangkas indikator/item pernyataan sesuai dengan kebutuhan, agar penelitian berikutnya mendapatkan hasil yang lebih optimal lagi.

**Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen, dan Kepuasan Konsumen**

## ABSTRACT

*PT. Lontar Media Digital Printing Semarang is one of the big service printing company in Semarang precisely in Sampangan area. The rapid development Lontar Media printing it turns out there are problems in sales fluctuant past several years.*

*The purpose of this research is to know the service quality effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable. This research type is explanatory research, with the techniques of data collection through the questionnaire. Sampling techniques using a purposive sampling technique. The sample in this research are 100 respondents which is a PT. Lontar Media Digital Printing Semarang customer.*

*This research using techniques of quantitative analysis. Quantitative analysis using the test validity, reliability test, coefficient of correlation, linear regression analysis, the determination coefficient, and significance test with SPSS 16.0. The influence of mediation evidenced by sobel test and mediation test.*

*The results of the research indicate that there is a positive effect and significant of the service quality variable to customer satisfaction of 0,190. There is a positive effect and significant of the service quality variable to loyalty customer of 0,227 There is a positive effect and significant of the customer satisfaction variable to loyalty customer of 1,028. Based on the results of the sobel test, known that there is a positive effect and significant of the service quality variable on customer loyalty variable through customer satisfaction variable as an intervening variable of 6,353. Based on the results of the mediation test, then the variable customer satisfaction can be said to be a partial mediation variable because all of the correlation is positive and all significant  $< 0.05$ .*

*Disadvantages of service are evaluated as giving priority to the problems faced by consumers, individualized services most highlighted by corporate customers. Therefore it is used as an evaluation material for better service. There are still shortcomings and also advantages in this category of satisfaction, for that company needs to improve in terms of which is the weakness of an improved product marketing and service. In the loyalty variable it is seen that consumers are still hesitant to always go to this company. In order for loyal customers the company must set marketing strategy and evaluation about better service so that consumers are satisfied and make loyal again. Researchers are aware that in this study there are still shortcomings such as lack of other variables that usually affect the results of consumer loyalty. For the next research, the authors suggest adding other variables such as price, product quality, brand quality, service quality, and other variables. Subsequent research should also better control the selection of samples, add or trim indicator/item statement in accordance with the needs, for the next research to get more optimal results again.*

**Keywords: Service Quality, Loyalty Customer, Customer Satisfaction.**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan berkat, rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 pada departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini, banyak sekali pihak yang telah membantu dengan tulus dan ikhlas, secara langsung maupun tidak langsung, sehingga tidak ada kata yang lebih mulia diucapkan selain terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan yang berbahagia ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Sunarto, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Bulan Prabawani, S. Sos, MM, Ph.D. selaku Kepala Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Dr. Drs, Ngatno, MM. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, memberikan bimbingan dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji yang telah berkenan meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dra. Rodhiyah, SU selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen dan staff Departemen Administrasi Bisnis, terima kasih atas bantuan, dukungan serta arahan kepada penulis selama menempuh studi hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Mas Agus Purbo selaku Manager PT. Lontar Media Digital Printing Semarang dan seluruh Responden yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner dalam penelitian ini.



8. Seluruh pihak – pihak yang secara langsung maupun tidak langsung, secara moril dan materiil membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Maka dalam kesempatan yang berbahagia ini penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca.

Akhirnya penulis hanya bisa berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, 3 Agustus 2017

Hilman Ardianta Putra

14020213120025

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Kegunaan Penelitian .....	13
1.5. Kerangka Teori.....	14
1.6. Penelitian Terdahulu .....	35
1.7. Hipotesis.....	38
1.8. Definisi Konsep .....	40
1.9. Definisi Operasional .....	41
1.10. Metode Penelitian .....	44
<b>BAB II GAMBARAN UMUM DAN IDENTITAS RESPONDEN PT. LONTAR MEDIA DIGITAL PRINTING SEMARANG</b> .....	<b>67</b>
2.1. Sejarah Perusahaan .....	67
2.2. Profil Perusahaan.....	68
2.3. Visi, Misi, Tujuan, dan Budaya Perusahaan .....	70
2.4. Logo Perusahaan .....	72
2.5. Bidang Usaha dan Produk Perusahaan .....	72
2.6. Analisis Pasar PT. Lontar Media Digital Printing Semarang .....	74
2.7. Struktur Organisasi dan Tugasnya.....	77
2.8. Identitas Responden.....	85
<b>BAB III PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING</b> .....	<b>92</b>
3.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	92
3.2. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan, Loyalitas, dan Kepuasan.....	98
3.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	145

3.4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	149
3.5.	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen .....	154
3.6.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen .....	158
3.7.	Pembahasan .....	165
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>		<b>169</b>
4.1.	Kesimpulan .....	169
4.2.	Saran .....	172
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>175</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Jumlah Konsumen Tetap PT. Lontar Media Digital Printing Semarang Tahun 2013-2016 .....	8
Tabel 1.2.	Data Penjualan PT. Lontar Media Digital Printing Semarang Tahun 2013-2016.....	9
Tabel 1.3.	Data Persentase Konsumen yang Sering Melakukan Pemesanan pada Percetakan Digital Printing (PT/CV) di Kota Semarang .....	10
Tabel 1.4.	Penelitian Terdahulu .....	36
Tabel 1.5.	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	53
Tabel 1.6.	Analisis Variabel Mediasi .....	64
Tabel 2.1.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	86
Tabel 2.2.	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	87
Tabel 2.3.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	88
Tabel 2.4.	Identitas Responden Berdasarkan Status Marital .....	88
Tabel 2.5.	Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	89
Tabel 2.6.	Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa.....	90
Tabel 2.7.	Identitas Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Jasa .....	91
Tabel 3.1.	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X) .....	93
Tabel 3.2.	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (M)....	96
Tabel 3.3.	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	97
Tabel 3.4.	Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	98
Tabel 3.5.	Tanggapan Responden Mengenai Menjanjikan Waktu dan Hasil yang Sesuai dengan Kesepakatan.....	100
Tabel 3.6.	Tanggapan Responden Mengenai Perhatian yang Tulus Untuk Menyelesaikannya Jika Mendapat Masalah. ....	101
Tabel 3.7.	Tanggapan Responden Mengenai Melayani Sesuai Dengan Waktu yang Dijanjikan ( <i>On time</i> ). ....	102
Tabel 3.8.	Tanggapan Responden Mengenai Melayani Dengan Benar Pada Waktu Pertama Kali (Tidak Dengan <i>Trial and Error</i> ).....	103
Tabel 3.9.	Tanggapan Responden Mengenai Menggunakan Kebijakan Agar Hasilnya Bebas Dari Kesalahan. ....	104
Tabel 3.10.	Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan yang Handal.....	105
Tabel 3.11.	Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Memberitahukan Kepada Konsumen Secara Pasti Kapan Akan Dilayani. ....	106
Tabel 3.12.	Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Memberikan Pelayanan yang Cepat dan Tepat.....	107
Tabel 3.13.	Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Menyediakan Waktunya Untuk Menjawab Pertanyaan Konsumen. ....	108
Tabel 3.14.	Tanggapan Responden Mengenai Kesungguhan Karyawan Selalu Berkeinginan Membantu dalam Mengatasi Masalah.....	109
Tabel 3.15.	Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Tidak Pernah Terlalu Sibuk Untuk Menanggapi Tuntutan.....	110
Tabel 3.16.	Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Karyawan Menimbulkan Kepercayaan. ....	111
Tabel 3.17.	Tanggapan Responden Mengenai Keamanan Untuk Bertransaksi.....	112

Tabel 3.18.	Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Secara Konsisten, Sopan, dan Ramah. ....	113
Tabel 3.19.	Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Memiliki Pengetahuan Untuk Menjawab Pertanyaan Konsumen. ....	114
Tabel 3.20.	Tanggapan Responden Mengenai Memberikan Perhatian Secara Individual. ....	115
Tabel 3.21.	Tanggapan Responden Mengenai Jam Pelayanan Sesuai Dengan Kebutuhan. ....	116
Tabel 3.22.	Tanggapan Responden Mengenai Kepentingan Konsumen Diutamakan Oleh Karyawan. ....	117
Tabel 3.23.	Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Memahami Kebutuhan Khusus Konsumen. ....	118
Tabel 3.24.	Tanggapan Responden Mengenai Memiliki Peralatan yang Modern/Canggih dan Lengkap. ....	119
Tabel 3.25.	Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas Fisik (Ruang Tunggu, AC, Terdapat Makanan dan Minuman, Kamar Mandi, Parkir) Bersih dan Nyaman. ....	120
Tabel 3.26.	Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Berpenampilan Sopan dan Rapi. ....	121
Tabel 3.27.	Tanggapan Responden Mengenai Materi yang Berkaitan Dengan Pelayanan (Seperti Pamflet) Menarik Untuk Dilihat. ....	122
Tabel 3.28.	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan. ....	123
Tabel 3.29.	Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan ....	127
Tabel 3.30.	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Antara Pelayanan Karyawan/Petugas yang Diberikan Dengan yang Diharapkan Konsumen. ....	129
Tabel 3.31.	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap Karyawan/ Petugas Dalam Membantu Keperluan Konsumen. ....	130
Tabel 3.32.	Tanggapan Responden Mengenai Konsumen akan Melakukan Komplain apabila Tidak Puas dengan Pelayanan yang Diberikan. ....	131
Tabel 3.33.	Tanggapan Responden Mengenai Memberikan Pengembalian Pelayanan Jika Terdapat Kerusakan atau Kesalahan dalam Percetakan. ....	132
Tabel 3.34.	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen. ....	133
Tabel 3.35.	Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen ....	136
Tabel 3.36.	Tanggapan Responden Mengenai Keinginan Untuk Tetap Menjadi Konsumen. ....	137
Tabel 3.37.	Tanggapan Responden Mengenai Keinginan Untuk Datang dan Memesan Kembali. ....	138
Tabel 3.38.	Tanggapan Responden Mengenai Tidak Terpengaruh Oleh Pelayanan Lebih Baik Dari Jasa Percetakan Lain ....	139
Tabel 3.39.	Tanggapan Responden Mengenai Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain. ....	140
Tabel 3.40.	Tanggapan Responden Mengenai Keinginan Untuk Tidak Berpindah Ke Tempat Lain. ....	141
Tabel 3.41.	Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas Konsumen. ....	142
Tabel 3.42.	Kategorisasi Variabel Loyalitas Konsumen ....	145

Tabel 3.43.	Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	146
Tabel 3.44.	Hasil Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	147
Tabel 3.45.	Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen .....	150
Tabel 3.46.	Hasil Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	151
Tabel 3.47.	Koefisien Korelasi Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen .....	154
Tabel 3.48.	Hasil Regresi Linear Sederhana Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen .....	156
Tabel 3.49.	Uji Regresi Linier Berganda Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen .....	159
Tabel 3.50.	Uji Korelasi dan Determinasi .....	160
Tabel 3.51.	Hasil Regresi dan Koefisien (Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen).....	164

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Hipotesis Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Pelanggan.....	39
Gambar 1.2.	Kurva Uji t (two tails test) .....	59
Gambar 1.3.	Sobel Test dengan Preacher Tool.....	62
Gambar 2.1.	Logo Perusahaan Lontar Media Digital Printing Semarang.....	72
Gambar 2.2.	Struktur Organisasi PT. Lontar Media Digital Printing Semarang .....	78
Gambar 3.1.	Kurva Uji t hipotesis 1 ( <i>two tails</i> ) .....	149
Gambar 3.2.	Kurva Uji t hipotesis 2 ( <i>two tails</i> ) .....	153
Gambar 3.3.	Kurva Uji t hipotesis 3 ( <i>two tails</i> ) .....	158
Gambar 3.4.	Perhitungan Sobel Test dengan <i>Preacher Tool</i> .....	162
Gambar 3.5.	Kurva Uji t Hipotesis 4.....	163
Gambar 3.6.	Metode Uji Mediasi.....	163