

PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING*, *RELATIONSHIP MARKETING*, KEPUASAN PELANGGAN, DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN BIRU LAUT KOTA PANGKALPINANG

SKRIPSI



Diajukan oleh:

NAMA : NUR AFNI LESTARI

NIM : 302 1111 006

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PRASYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI**

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

2015



UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nur Afni Lestari
Nim : 302 111 006
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Experiential Marketing, Relationship Marketing*, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang.

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007

Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP. 197903152012121005

Balun Ijuk, 3 Juni 2015
Ketua Jurusan Manajemen



Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP. 197903152012121005

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, RELATIONSHIP
MARKETING, KEPUASAN PELANGGAN, DAN LOKASI TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN BIRU LAUT KOTA
PANGKALPINANG**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh: Nur Afni Lestari
Nomor Induk Mahasiswa: 302 11 11 006

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 25 Mei 2015 dan telah
dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Tim Penguji :

Ketua

Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007

Anggota

Dony Yanuar, S.E., M.M.
NP. 107408040

Anggota

Hidayati, S.E., M.M.
NP.506306010

Balun Ijuk, 3 Juni 2015
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan

Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen

Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP. 197903152012121005

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Experiential Marketing, Relationship Marketing, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang** “ ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku “.

Balun Ijuk, 3 Juni 2015

Penulis,



Nur Afni Lestari

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(Asy Syarh: 5-6).

Orang bilang ada kekuatan-kekuatan dahsyat yang tak terduga yang bisa timbul pada samudera, pada gunung berapi dan pada pribadi yang tahu benar akan tujuan hidupnya.

Pramoedya Ananta Toer

“Jika kita tahu di mana kita berada dan bagaimana kita kan mencapai tujuan kita, kita mungkin dapat melihat arah kita berjalan, dan jika hasil yang terlihat tidak sesuai maka buatlah perubahan segera .”

Abraham Lincoln

“ Jika hidup adalah sebuah permainan maka saya akan memainkan dan memenangkannya.

Penulis

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk :

Kepada sang pencipta Allah SWT yang telah menganugerahkan kepadaku kesempatan untuk berkuliah dan merasakan kebahagiaan dalam hidup ini.

Kepada keluarga besar khususnya kepada kedua orang tuaku Alm. Ayah tercinta H. As’at Zulkifli dan ibunda ku tercinta Hj Salmawati yang selalu memotivasi dan mendoakan dengan setulus hati, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kepada Pemerintah yang telah membantu ku melalui pemberian beasiswa Bidik Misi.

Almamater ku tercinta, Universitas Bangka Belitung.

ABSTRACT

Nur Afni Lestari. 302 1111 006. *The Effect of Experiential Marketing, Relationship Marketing, Customer Satisfaction, and Location on Customer Loyalty at Biru Laut Restaurant Pangkalpinang.*

The study aims to determine the effect of experiential marketing, relationship marketing, customer satisfaction, and location on the customer loyalty at Biru Laut Restaurant Pangkalpinang. This is descriptive quantitative study with survey approach with a total number of 113 respondents and using Isaac and Michael formula. The sampling technique uses accidental sampling. The test of instrument uses validity and reliability test. The data analyzing method uses linier regression with t test and F test.

The result of study indicates that variable X has significant effect on the customer loyalty. As the result of F test indicates that F count (39,300) > F table (2,46), while the significance is (0,000) < alpha on the level of 5% or 0.05. So, H_a is accepted and H_o is rejected. The adjusted R square is 0.578 means that 57,8% of customer loyalty can be explained by variables of experiential marketing, relationship marketing, customer satisfaction and location, while the rest of it can be explained by other factors out of the study. From the t test indicates that variable X1 t count 2.122 > t table 1.982, X2 4.619 > t table 1.982, X3 5.500 > t table 1.982, X4 1.938 < t table 1.982. The three variables; X1, X2, X3 have significant effect on the variable Y, but variable X4 (location) does not have significant effect on the variable Y.

Keywords: *Experiential Marketing, Relationship Marketing, Customer Satisfaction, Location, and Customer Loyalty.*

ABSTRAK

Nur Afni Lestari. 302 1111 006. Pengaruh *Experiential Marketing*, *Relationship Marketing*, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing*, *relationship marketing*, kepuasan pelanggan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survey jumlah sampel 113 responden yang ada dan dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan uji t dan uji f.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Seperti hasil dari perhitungan uji F bahwa F hitung (39,300) > Ftabel (2,46) sedangkan signifikansi (0,000) < dari pada alpha pada taraf 5% atau 0,05. Sehingga Ha diterima dan Ho ditolak. Sedangkan koefesien determinan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,578 hal ini bearti 57,8% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel *Experiential Marketing*, *Relationship Marketing*, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel- variabel lain yang tidak diteliti dalam pnelitian ini. Sedangkan uji t diketahui variabel X1 t hitung 2,122 > t_{tabel} 1,982, X2 4,619 > t_{tabel} 1,982, X3 5,500 > t_{tabel} 1,982, X4 1,938 < t_{tabel} 1,982, ketiga variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y akan tetapi ada 1 variabel yang tidak berpengaruh signifikan yakni X4 atau lokasi.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*, *Relationship Marketing*, *Kepuasan Pelanggan*, *Lokasi*, dan *Loyalitas Pelanggan*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya jualah akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Bangka Belitung. Skripsi ini berjudul “ Pengaruh *Experiential Marketing, Relationship Marketing*, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang”, dengan menyadari segala keterbatasan atas kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, maka dalam penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari kekurangan-kekurangan, baik itu dalam isi/materi atau susunan kalimat, untuk itu penulis mohon dimaklumi atas segala kekurangan-kekurangan tersebut, serta segala saran dan kritik maupun masukan lainnya dari semua pihak akan penulis terima dengan senang hati demi perbaikan skripsi ini kearah yang lebih sempurna.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih serta penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta membimbing penulis, sehingga penyusunan skripsi ini tepat waktu, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Bustami Rahman, M.Sc., selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung dan dosen pembimbing utama.

3. Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung dan dosen pembimbing pendamping.
4. Dosen-dosen dan Staf Pengajar di FE UBB khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi Penulis.
5. Pemilik serta pegawai Restoran Biru Laut kota Pangkalpinang.
6. Para responden tercinta.
7. Teman-teman tercinta manajemen 1 angkatan 2011, dan terkhusus teman-teman dekat yang telah membantu penulis dalam penyebaran kuisioner dan pengambilan data.
8. Keluarga tercinta, Ibunda, Kakak-kakakku yang telah memberikan motivasi dan doanya sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah khasanah pengetahuan kita dan semoga Universitas Bangka Belitung ini dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan sehingga dapat membangun peradaban bagi Provinsi Bangka Belitung.

Balun Ijuk, 3 Juni 2015

Penulis,

Nur Afni Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran	13
2.2 Manajemen Pemasaran	14
2.3 <i>Experiential Marketing</i> (Pemasaran Pengalaman).....	15

2.4	<i>Relationship Marketing</i> (Pemasaran Hubungan)	16
2.5	Kepuasan Pelanggan	18
2.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	18
2.6	Lokasi	19
2.7	Loyalitas Pelanggan	20
2.7.1	Pengertian Loyalitas	20
2.7.2	Loyalitas Pelanggan	21
2.8	Penelitian Terdahulu	23
2.9	Kerangka Pemikiran.....	26
2.9.1	Hubungan <i>Experiential Marketing, Relationship Marketing</i> , Lokasi, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....	27
2.9.2	Hubungan <i>Expereintial Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2.9.3	Hubungan <i>Relationship Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28
2.9.4	Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.9.5	Hubungan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	29
2.9.6	Hubungan <i>Experiential Marketing, Relationship Marketiung</i> , Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	30
3.0	Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Pendekatan Penelitian	32
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	32
3.3	Identifikasi Variabel Penelitian.....	32

3.4	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.5	Pengukuran Variabel.....	39
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.7	Jenis Data	40
3.8	Populasi dan Sampel	41
3.8.1	Populasi.....	41
3.8.2	Sampel	41
3.9	Teknik Pengambilan Sampel	42
3.10	Teknik Analisis Data.....	44
3.10.1	Analisis Deskriptif	44
3.10.2	Analisis Verifikatif	45
3.10.3	Uji Validitas	45
3.10.4	Uji Reliabilitas	46
3.10.5	Uji Asumsi Klasik.....	46
3.10.6	Analisis Regresi Berganda	49
3.10.7	Uji F	49
3.10.8	Uji t.....	51
3.10.9	Koefisien Determinasi	51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Restoran Biru Laut	
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	53
4.1.2	Susunan Organisasi Restoran Biru Laut.....	54
4.2	Produk Restoran	
4.2.1	Menu Makanan	55

4.2.2 Menu Minuman	57
4.3 Karakteristik Responden	57
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	59
4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
4.4 Hasil Penelitian Analisis Data	61
4.4.1 Analisis Deskriptif	61
4.4.2 Analisis Verifikatif.....	109
4.4.3 Uji Validitas	109
4.4.4 Uji Reliabilitas.....	111
4.4.5 Uji Asumsi Klasik.....	112
4.4.6 Analisis Regresi Berganda	116
4.4.7 Uji F.....	118
4.4.8 Uji t.....	119
4.4.9 Analisis Koefisien Determinasi.....	122
4.6 Pembahasan.....	123
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	127
5.2 Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA	130

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Daftar Nama Restoran dan Rumah Makan di Kota Pangkalpinang.....	4
Tabel II.1	Perbandingan antara Penelitian terdahulu dan sekarang.....	23
Tabel III.1	Variabel, Definisi Operasional, Dimensi, Indikator, dan Nomor Kuisoner	37
Tabel III.2	Data Jumlah Pengunjung Restoran Biru Laut tahun 2013	42
Tabel III.3	Kategori Skala	45
Tabel IV.1	Menu Makanan.....	55
Tabel IV.2	Menu Minuman	57
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	59
Tabel IV.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
Tabel IV.7	Desain Interior Restoran	62
Tabel IV.8	Kesejukan Ruangan Restoran.....	63
Tabel IV.9	Cita Rasa Makanan.....	64
Tabel IV.10	Aroma Makanan dan Minuman.....	65
Tabel IV.11	Keramahan Karyawan Restoran.....	66
Tabel IV.12	Ketepatan Penyajian Makanan	67
Tabel IV.13	Kecepatan Penyajian Makanan	68
Tabel IV.14	Inovasi Menu.....	69
Tabel IV.15	Ragam Menu	70
Tabel IV.16	Restoran sebagai Tempat Berkumpul	71
Tabel IV.17	Perhatian Khusus Pelayan	72

Tabel IV.18 Potongan Harga	73
Tabel IV.19 Diterima Menjadi Bagian Restoran.....	74
Tabel IV.20 Rata-rata Penilaian Pelanggan terhadap <i>Experiential Marketing</i>	75
Tabel IV.21 Reputasi Produk Restoran	76
Tabel IV.22 Bahan yang Digunakan Berkualitas	77
Tabel IV.23 Reputasi Restoran.....	78
Tabel IV.24 Perasaan Senang menjadi Pelanggan Restoran	79
Tabel IV.25 Bangga Menjadi Pelanggan Restoran	80
Tabel IV.26 Menjaga Hubungan Jangka Panjang	81
Tabel IV.27 Hal Positif tentang Restoran.....	82
Tabel IV.28 Keinginan Memperkenalkan Restoran	83
Tabel IV.29 Rasa Empati terhadap Pelanggan	84
Tabel IV.30 Kecepatan Menangani Keluhan	85
Tabel IV.31 Rata-rata Penilaian Pelanggan terhadap <i>Relationship Marketing</i>	87
Tabel IV.32 Kesesuaian Harapan Pelanggan	88
Tabel IV.33 Harga Makanan dan Minuman.....	89
Tabel IV.34 Menu yang Selalu Tersedia	90
Tabel IV.35 Ketersediaan sebagai Informan	91
Tabel IV.36 Ketersediaan Merekomendasikan Restoran	92
Tabel IV.37 Rata-rata Penilaian Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan	93
Tabel IV.38 Akses ke Restoran	94
Tabel IV.39 Lokasi Restoran Dapat Dilihat dengan Jelas	95
Tabel IV.40 Kenyamanan Tempat Parkir.....	96
Tabel IV.41 Keamanan Tempat Parkir	97
Tabel IV.42 Luas Restoran.....	98

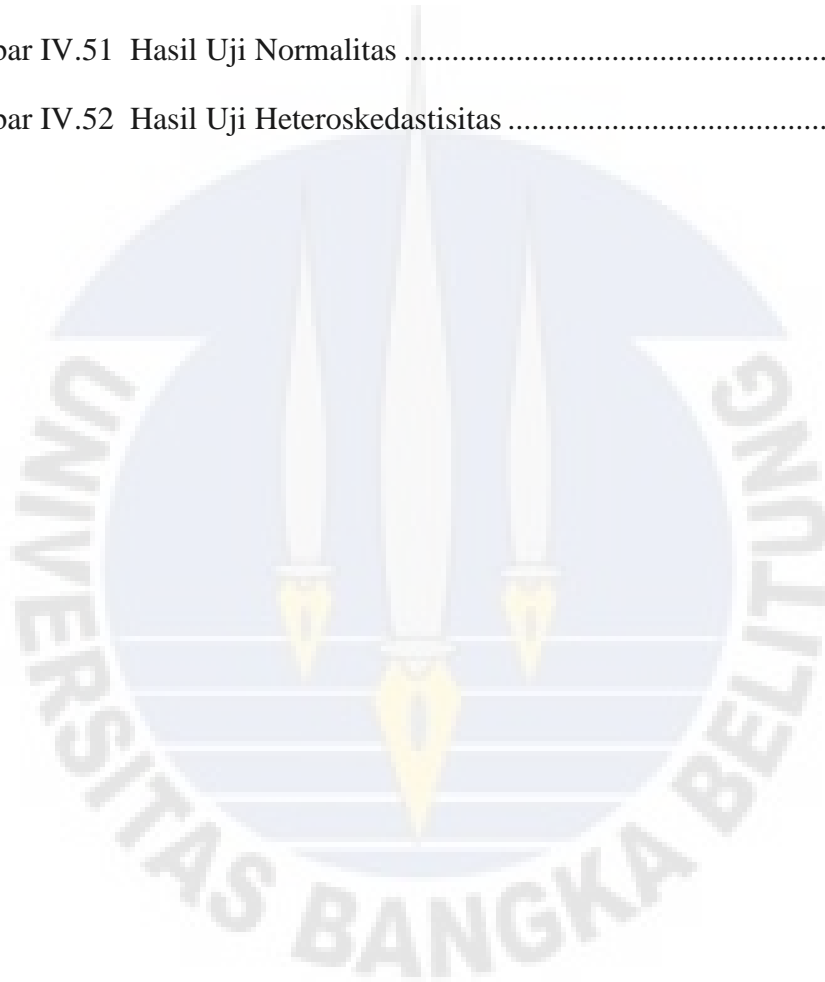
Tabel IV.43 Lingkungan Restoran yang Mendukung.....	99
Tabel IV.44 Rata-rata Penilaian Pelanggan terhadap Lokasi	101
Tabel IV.45 Keinginan untuk Kembali Berkunjung	102
Tabel IV.46 Menjadikan Restoran sebagai Pilihan Utama	103
Tabel IV.47 Tergoda dengan Iklan dari Restoran Lain	104
Tabel IV.48 Kesetiaan pada Restoran	105
Tabel IV.49 Mengatakan Hal Positif tentang Restoran	106
Tabel IV.50 Penyampaian Kritik Secara Langsung	107
Tabel IV.51 Rata-rata Penilaian Pelanggan terhadap Loyalitas	108
Tabel IV.52 Hasil Uji Validitas.....	110
Tabel IV.53 Hasil Uji Reliabilitas	112
Tabel IV.54 Hasil Uji Multikolonearitas.....	114
Tabel IV.55 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	116
Tabel IV.56 Hasil Analisis Uji F.....	118
Tabel IV.57 Hasil Analisis Uji t.....	119
Tabel IV.58 Koefisien Determinasi.....	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Diagram Volume Pengunjung di Restoran Biru Laut Kota Pangkalpinang	7
Gambar II.1	Model Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar IV.1	Struktur Organisasi Restoran Biru Laut Pangkalpinang	54
Gambar IV.2	Diagram Jenis Kelamin.....	58
Gambar IV.3	Diagram Usia	59
Gambar IV.4	Diagram Pendidikan.....	60
Gambar IV.5	Diagram Pendapatan	61
Gambar IV.6	Diagram Desain Interior Restoran	62
Gambar IV.7	Diagram Kesejukan Ruang Rsetoran	63
Gambar IV.8	Diagram Cita Rasa Makanan	64
Gambar IV.9	Diagram Aroma Makanan dan Minuman Restoran	65
Gambar IV.10	Diagram Keramahan Karyawan Restoran	66
Gambar IV.11	Diagram Ketepatan Penyajian Makanan.....	67
Gambar IV.12	Diagram Kecepatan Penyajian Makanan	68
Gambar IV.13	Diagram Inovasi Menu	69
Gambar IV.14	Diagram Ragam Menu	70
Gambar IV.15	Diagram Restoran sebagai Tempat Berkumpul	71
Gambar IV.16	Diagram Perhatian Khusus Pelayan	72
Gambar IV.17	Diagram Potongan Harga.....	73
Gambar IV.18	Diagram Responden Diterima Menjadi Bagian Restoran.....	74
Gambar IV.19	Diagram Rata-rata <i>Experiential Marketing</i>	76
Gambar IV.20	Diagram Reputasi Produk	77

Gambar IV.21	Diagram Bahan yang Digunakan Berkualitas.....	78
Gambar IV.22	Diagram Reputasi Restoran	79
Gambar IV.23	Diagram Perasaan Senang Menjadi Pelanggan Restoran	80
Gambar IV.24	Diagram Bangga Menjadi Pelanggan Restoran	81
Gambar IV.25	Diagram Menjaga Hubungan Jangka Panjang	82
Gambar IV.26	Diagram Hal Positif tentang Restoran	83
Gambar IV.27	Diagram Keinginan Memperkenalkan Restoran.....	84
Gambar IV.28	Diagram Rasa Empati terhadap Pelanggan	85
Gambar IV.29	Diagram Kecepatan Menangani Keluhan	86
Gambar IV.30	Diagram Rata-rata Penilaian terhadap <i>Relationship Marketing</i>	87
Gambar IV.31	Diagram Kesesuaian Harapan Pelanggan	88
Gambar IV.32	Diagram Harga Makanan dan Minuman.....	89
Gambar IV.33	Diagram Menu yang Selalu Tersedia.....	90
Gambar IV.34	Diagram Ketersediaan sebagai Informan	91
Gambar IV.35	Diagram Ketersediaan Merekomendasi Restoran	92
Gambar IV.36	Diagram Rata-rata Penilaian terhadap Kepuasan Pelanggan.....	94
Gambar IV.37	Diagram Akses ke Restoran	95
Gambar IV.38	Diagram Lokasi Restoran Dapat Dilihat dengan Jelas	96
Gambar IV.39	Diagram Kenyamanan Tempat Parkir.....	97
Gambar IV.40	Diagram Keamanan Tempat Parkir.....	98
Gambar IV.41	Diagram Luas Restoran.....	99
Gambar IV.42	Diagram Lingkungan Restoran yang Mendukung	100
Gambar IV.43	Diagram Rata-rata Penilaian Pelanggan terhadap Lokasi	101
Gambar IV.44	Diagram Keinginan untuk Kembali Berkunjung	102
Gambar IV.45	Diagram Menjadikan Restoran sebagai Pilihan Utama	103

Gambar IV.46 Diagram Tergoda dengan Iklan dari Restoran Lain.....	104
Gambar IV.47 Diagram Kesetiaan Pada Restoran	105
Gambar IV.48 Diagram Mengatakan Hal Positif tentang Restoran.....	106
Gambar IV.49 Diagram Penyampaian Kritik Secara Langsung	107
Gambar IV.50 Diagram Rata-rata Penilaian terhadap Loyalitas Pelanggan.....	108
Gambar IV.51 Hasil Uji Normalitas	113
Gambar IV.52 Hasil Uji Heteroskedastisitas	115



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuisisioner Penelitian
Lampiran II	Tabulasi Data
Lampiran III	Hasil Uji Deskriptif
Lampiran IV	Hasil Uji Validitas
Lampiran V	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran VI	Uji Normalitas
Lampiran VII	Hasil Uji Heteroskedastisitas
Lampiran VIII	Hasil Uji Regresi Linier Berganda , Uji t dan Multikolonearitas
Lampiran IX	Hasil Uji f
Lampiran X	Uji Koefisien Determinasi