

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**
TOUS LES JOURS, BREADTALK DAN J.CO
DI MALL KELAPA GADING

Oleh :

Nama : Fungni Tania

NIM : 27140278

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA
Februari 2018

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN TOUS LES JOURS, BREADTALK DAN J.CO DI MALL KELAPA GADING

Diajukan Oleh

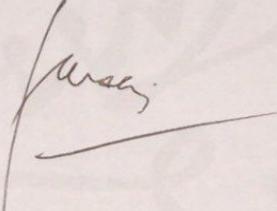
Nama : Fungni Tania

NIM : 27140278

Jakarta, 06 April 2018

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Prof. Dr. Husein Umar, SE., MBA., MM.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2018

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

©

Fungni Tania/ 27140278/ 2018/ Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO di Mall Kelapa Gading / Prof. Dr. Husein Umar, SE., MBA., MM.

Di zaman yang semakin modern persaingan dalam dunia bisnis makanan dan minuman (*Food and Beverage*) semakin pesat. Saat ini masyarakat Indonesia mulai beralih menyantap roti sebagai camilan pengganjal rasa lapar dan pengganti nasi. Perusahaan-perusahaan roti yang ada ini harus rutin dalam memberikan promosi kepada konsumen, serta memperbaiki kualitas layanan dan meningkatkan kepuasaan pelanggan. Semua ini dilakukan demi tercapainya loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh promosi, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO di Mall Kelapa Gading.

Loyalitas Konsumen terdiri dari 4 dimensi yaitu melakukan pembelian berulang secara teratur, membeli antar lini produk barang dan jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing. Promosi terdiri dari 6 dimensi yaitu Penjualan Personal, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Pemasaran Langsung, *Online Marketing*, dan Periklanan. Kualitas Layanan terdiri dari 5 dimensi yaitu *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangibles*. Sedangkan Kepuasan Konsumen terdiri dari 5 dimensi yaitu *Serviceability*, *Communication*, *Courtesy*, *Tangibles*, dan *Understanding Customer*.

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode *Non Probability Sampling* dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dengan menyebarkan kepada 200 responden yang merupakan konsumen Tous Les Jours, Breadtalk, dan J.CO di Mall Kelapa Gading. Alat ukur dalam penelitian adalah uji validitas, uji realibilitas, presentase, skala likert, uji kasusumsi klasik, dan uji regresi linier berganda. Alat bantu yang digunakan adalah SPSS 20.0.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel promosi dan kepuasan konsumen terbukti mempengaruhi loyalitas konsumen. Sedangkan variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa promosi dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan yang artinya bahwa konsumen mempunyai pengalaman positif sehingga memunculkan loyalitas konsumen. Sedangkan kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan yang artinya bahwa konsumen mempunyai pengalaman negatif sehingga tidak memunculkan loyalitas konsumen.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.



ABSTRACT

Fungmi Tania/ 27140278/ 2018/ The Influence of Promotion, Service Quality, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty in Tous Les Jours, Breadtalk, and J.CO at Mall Kelapa Gading / Prof. Dr. Husein Umar, SE., MBA., MM.

In this era, the competition in food and beverage industry grows rapidly. Nowadays, Indonesian society is starting to consume bread as the substitution meal of cooked rice. All the bakery should give promotion to the consumers, and maintain the service quality also increase customer satisfaction. All of this is addressed to reach Consumers Loyalty. The objective of this study is to analyze how big the influence of promotion, service quality, consumer satisfaction on consumers loyalty in Tous Les Jours, Breadtalk, and J.CO at Mall Kelapa Gading.

Consumer Loyalty consists 4 dimensions, they are: continuously purchase, purchase product line and service, reference the product to relations, and be insusceptible from competitor's attraction. Promotion consists 6 dimensions, they are: Personal Selling, Sales Promotion, Public Relation, Direct Marketing, Online Marketing, and Advertising. Service Quality consists 5 dimensions, they are: Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangibles. While Consumers Loyalty consists Serviceability, Communication, Courtesy, Tangibles, and Understanding Customer.

The research method used is non probability sampling by collecting data through questionnaires by spreading to 200 respondents who are consumers of Tous Les Jours, Breadtalk, and J.CO in Mall Kelapa Gading. The measuring instrument in the research is the validity test, reliability test, percentage, likert scale, classical assumption test, multiple linear regression test. The tool used is SPSS 20.0.

The results showed that promotion and consumer satisfaction affect consumer loyalty. While service quality does not affect consumer loyalty.

This study resulted that overall that promotion, and consumer satisfaction influence the consumers loyalty significantly, this means the consumer had a positive experience with the product that create consumer loyalty. Whereas service quality does not influence the consumers loyalty, this means the consumer had a negative experience that doesn't create consumer loyalty.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karena atas rahmat dan berkat-

Nya serta waktu yang diberikan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, peneliti banyak mengalami kendala.

Namun, peneliti berusaha menyelesaikan skripsi ini dengan bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian karya tulis akhir ini, antara lain :

1. Bapak Prof. Dr. Husein Umar, SE., MBA., MM., selaku Dosen Pembimbing, dan Dosen Manajemen Pemasaran yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan telah membagikan ilmu yang bermanfaat, serta menginspirasi mahasiswa melalui tulisan-tulisannya.
2. Seluruh dosen dan staff perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan pengajaran dan bantuan selama peneliti menjalankan masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.
3. Papa, Mama, Cece, dan Ahia yang selalu membantu, mendukung, mendoakan dan memberikan semangat selama masa perkuliahan dan pembuatan skripsi.
4. Teman-teman seperjuangan dalam pembuatan skripsi ini yaitu Riki Kusnadi, Grace Christine, Priscilla Irena, Florencia Indri, Cecelia Vania, dan Steven Tjahyadi yang selalu mendukung, membantu dalam pembuatan skripsi ini.



5. Tiara Nathania, Stevany, Retno Puji Astuti, Cia, ko Andrewan Lyonus dan Jafreno Wili yang selalu mendengarkan keluh kesah, bersedia membantu, memberikan semangat, dukungan, doa serta penghiburan selama masa perkuliahan dan pembuatan skripsi ini.
6. Teman-teman Pontianak yaitu Erica Novyanti Lasmin, Vivikwo, Viony, Yulia Mirhard, Erica Josephine, dan Silvia Xien yang selalu turut memberikan penghiburan, dukungan, semangat, dan doa.
7. Veren Jessica yang telah menyediakan tempat print bagi peneliti dalam setiap revisi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
8. Restoran McDonald Artha yang telah menyediakan tempat bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman jurusan manajemen dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang turut membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
- (C) Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
- Akhir kata, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan, serta dapat memberikan kritik dan saran yang membangun. Terima kasih.

Jakarta, Februari 2018

Fungni Tania

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| © Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) | DAFTAR ISI |
| COVER | i |
| PENGESAHAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xx |
| DAFTAR LAMPIRAN | xxi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 10 |
| C. Batasan Penelitian | 14 |
| D. Rumusan Masalah | 14 |
| E. Tujuan Penelitian | 14 |
| F. Manfaat Penelitian | 15 |
| BAB II TELAH PUSTAKA | 16 |
| A. Landasan Teori | 16 |
| 1. Loyalitas Konsumen | 16 |
| a. Definisi Loyalitas Konsumen | 16 |
| b. Dimensi Loyalitas Konsumen | 17 |
| c. Manfaat Loyalitas Konsumen | 19 |
| d. Menentukan Strategi Loyalitas Konsumen | 20 |
| 2. Promosi | 21 |
| 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menaftumkan dan menyebutkan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG. | |
| 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG. | |

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

BAB III
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

| | |
|---|-----------|
| a. Definisi Promosi | 21 |
| b. Dimensi Promosi | 22 |
| c. Manfaat Promosi | 29 |
| d. Menentukan Strategi Promosi | 29 |
| 3. Kualitas Layanan | 30 |
| a. Definisi Kualitas Layanan | 30 |
| b. Dimensi Kualitas Layanan..... | 31 |
| c. Manfaat Kualitas Layanan..... | 34 |
| d. Menentukan Strategi Kualitas Layanan..... | 35 |
| 4. Kepuasan Konsumen | 35 |
| a. Definisi Kepuasan Konsumen | 35 |
| b. Dimensi Kepuasan Konsumen..... | 36 |
| c. Manfaat Kepuasan Konsumen..... | 39 |
| d. Menentukan Strategi Kepuasan Konsumen..... | 41 |
| B. Kerangka Pemikiran | 46 |
| 1. Pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen | 46 |
| 2. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen | 46 |
| 3. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen | 48 |
| C. Hipotesis Penelitian | 16 |
| METODE PENELITIAN..... | 55 |
| A. Objek Penelitian | 55 |
| B. Disain Penelitian..... | 55 |
| 1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian | 56 |
| 2. Metode Pengumpulan Data | 56 |
| 3. Kontrol Peneliti terhadap variabel | 57 |
| 4. Tujuan Studi | 57 |
| 5. Dimensi Waktu | 57 |
| 6. Cakupan Topik | 57 |
| 7. Lingkungan Penelitian | 58 |
| 8. Kesadaran Persepsi Partisipan | 58 |
| C. Variabel Penelitian | 58 |
| 1. Variabel Penelitian | 58 |

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB IV

| | |
|---|-----------|
| 2. Skala yang Digunakan dan Definisi Operasional Variabel | 59 |
| a. Variabel Independen (Independent Variable) | 60 |
| (1) Promosi | 60 |
| (2) Kualitas Layanan | 61 |
| (3) Kepuasan Konsumen | 62 |
| b. Variabel Dependental (Dependent Variable) | 63 |
| D. Teknik Pengumpulan Data | 63 |
| E. Teknik Pengambilan Sampel | 64 |
| 1. Penentuan Populasi | 64 |
| 2. Penentuan Sampel | 64 |
| F. Teknik Analisis Data | 65 |
| 1. Uji Kuesioner..... | 65 |
| a. Uji Validitas | 65 |
| b. Uji Reliabilitas | 66 |
| 2. Analisis Deskriptif..... | 68 |
| a. Analisis Presentase/Proporsi | 68 |
| b. Rata-rata (Mean) | 68 |
| c. Rata-rata Tertimbang | 69 |
| 3. Analisis Regresi..... | 69 |
| a. Uji Besar Pengaruh dan Prediksi (Uji t) | 70 |
| b. Uji Kecocokan Model (Uji F) | 70 |
| 4. Uji Asumsi Klasik | 71 |
| a. Uji Normalitas | 71 |
| b. Uji Heterokedastisitas | 72 |
| c. Uji Multikolinieritas | 72 |
| d. Uji Autokorelasi | 72 |
| HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 74 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 74 |
| 1. Tous Les Jours | 74 |
| 2. Breadtalk | 77 |
| 3. J.CO | 79 |
| B. Uji Instrumen Penelitian | 82 |

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

| | | |
|----|--|-----|
| 1. | Uji Validitas dan Reliabilitas | 82 |
| a. | Uji Validitas | 82 |
| b. | Uji Reliabilitas | 85 |
| 2. | Analisis Data Responden | 86 |
| a. | Presentase Responden Berdasarkan Jenis Pemakaian | 86 |
| b. | Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 87 |
| c. | Presentase Responden Berdasarkan Usia | 87 |
| d. | Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan | 88 |
| e. | Presentase Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan | 88 |
| C. | Analisis Deskriptif Indikator Kuesioner | 89 |
| 1. | Tous Les Jours | 89 |
| a. | Variabel : Promosi | 89 |
| b. | Variabel : Kualitas Layanan | 93 |
| c. | Variabel : Kepuasan Konsumen | 99 |
| d. | Variabel : Loyalitas Konsumen | 104 |
| 2. | Breadtalk | 108 |
| a. | Variabel : Promosi | 108 |
| b. | Variabel : Kualitas Layanan | 112 |
| c. | Variabel : Kepuasan Konsumen | 118 |
| d. | Variabel : Loyalitas Konsumen | 124 |
| 3. | J.CO | 127 |
| a. | Variabel : Promosi | 127 |
| b. | Variabel : Kualitas Layanan | 131 |
| c. | Variabel : Kepuasan Konsumen | 137 |
| d. | Variabel : Loyalitas Konsumen | 143 |
| D. | Analisis Deskriptif (Gabungan) | 147 |
| a. | Promosi | 147 |
| b. | Kualitas Layanan | 148 |
| c. | Kepuasan Konsumen | 149 |
| d. | Loyalitas Konsumen | 151 |
| E. | Analisis Regresi Gabungan | 151 |
| 1. | Analisis Uji Asumsi Klasik Gabungan | 151 |
| a. | Uji Normalitas Gabungan | 152 |

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

| | |
|---|-----|
| b. Uji Heterokedastisitas Gabungan | 152 |
| c. Uji Multikolinieritas Gabungan | 153 |
| d. Uji Autokorelasi Gabungan | 153 |
| 2. Analisis Regresi Berganda Gabungan | 154 |
| a. Koefisien Determinasi Gabungan | 154 |
| b. Uji Besar Pengaruh dan Prediksi (Uji t) Gabungan | 154 |
| c. Uji Kecocokan Model (Uji F) Gabungan | 156 |
| F. Analisis Deskriptif Per Objek | 156 |
| 1. Tous Les Jours | 156 |
| a. Promosi | 156 |
| b. Kualitas Layanan | 157 |
| c. Kepuasan Konsumen | 158 |
| d. Loyalitas Konsumen | 160 |
| 2. Breadtalk | 161 |
| a. Promosi | 161 |
| b. Kualitas Layanan | 162 |
| c. Kepuasan Konsumen | 163 |
| d. Loyalitas Konsumen | 164 |
| 3. J.CO | 165 |
| a. Promosi | 165 |
| b. Kualitas Layanan | 166 |
| c. Kepuasan Konsumen | 167 |
| d. Loyalitas Konsumen | 168 |
| G. Analisis Regresi Per Objek..... | 169 |
| 1. Analisis Uji Asumsi Klasik Per Objek | 169 |
| a. Tous Les Jours | 169 |
| (1) Uji Normalitas | 169 |
| (2) Uji Heterokedastisitas..... | 169 |
| (3) Uji Multikolinieritas | 170 |
| (4) Uji Autokorelasi | 171 |
| b. Breadtalk | 171 |
| (1) Uji Normalitas | 171 |
| (2) Uji Heterokedastisitas | 172 |

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

BAB V

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

| | |
|--|------------|
| Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang | |
| 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: | |
| a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. | |
| b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. | |
| 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG. | |
| SIMPULAN DAN SARAN | 197 |
| A. Simpulan | 197 |
| B. Saran | 198 |
| DAFTAR PUSTAKA | 201 |
| LAMPIRAN | 204 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----------|
| Tabel 1.1 Data Konsumen Toko Roti di Mall Kelapa Gading Pra-Penelitian | 7 |
| Tabel 1.2 Hasil Pra Penelitian | 8 |
| Tabel 1.3 Gap Research..... | 13 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu : Promosi, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen | 50 |
| Tabel 3.1 Tabel Skala Likert | 59 |
| Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Promosi..... | 60 |
| Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan | 61 |
| Tabel 3.4 Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen | 62 |
| Tabel 3.5 Dimensi dan Indikator Loyalitas Konsumen | 63 |
| Tabel 4.1 Uji Validitas Promosi | 82 |
| Tabel 4.2 Uji Validitas Kualitas Layanan | 83 |
| Tabel 4.3 Uji Validitas Kepuasan Konsumen | 84 |
| Tabel 4.4 Uji Validitas Loyalitas Konsumen | 84 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi | 85 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan | 85 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen | 86 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen | 86 |
| Tabel 4.9 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Pemakaian | 86 |
| Tabel 4.10 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 87 |
| Tabel 4.11 Presentase Responden Berdasarkan Usia | 87 |
| Tabel 4.12 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 88 |
| Tabel 4.13 Presentase Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan | 88 |



| | |
|--|-----|
| Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Indikator 1 Promosi Tous Les Jours..... | 89 |
| Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Indikator 2 Promosi Tous Les Jours..... | 90 |
| Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Indikator 3 Promosi Tous Les Jours..... | 90 |
| Tabel 4.17 Analisis Deskriptif Indikator 4 Promosi Tous Les Jours..... | 91 |
| Tabel 4.18 Analisis Deskriptif Indikator 5 Promosi Tous Les Jours..... | 91 |
| Tabel 4.19 Analisis Deskriptif Indikator 6 Promosi Tous Les Jours..... | 92 |
| Tabel 4.20 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kualitas Layanan Tous Les Jours..... | 93 |
| Tabel 4.21 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kualitas Layanan Tous Les Jours..... | 93 |
| Tabel 4.22 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kualitas Layanan Tous Les Jours..... | 94 |
| Tabel 4.23 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kualitas Layanan Tous Les Jours..... | 94 |
| Tabel 4.24 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kualitas Layanan Tous Les Jours..... | 95 |
| Tabel 4.25 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kualitas Layanan Tous Les Jours..... | 96 |
| Tabel 4.26 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kualitas Layanan Tous Les Jours..... | 96 |
| Tabel 4.27 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kualitas Layanan Tous Les Jours..... | 97 |
| Tabel 4.28 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kualitas Layanan Tous Les Jours..... | 97 |
| Tabel 4.29 Analisis Deskriptif Indikator 10 Kualitas Layanan Tous Les Jours..... | 98 |
| Tabel 4.30 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kepuasan Konsumen Tous Les Jours..... | 99 |
| Tabel 4.31 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kepuasan Konsumen Tous Les Jours..... | 99 |
| Tabel 4.32 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kepuasan Konsumen Tous Les Jours..... | 100 |
| Tabel 4.33 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kepuasan Konsumen Tous Les Jours..... | 100 |
| Tabel 4.34 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kepuasan Konsumen Tous Les Jours..... | 101 |
| Tabel 4.35 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kepuasan Konsumen Tous Les Jours..... | 102 |
| Tabel 4.36 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kepuasan Konsumen Tous Les Jours..... | 102 |
| Tabel 4.37 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kepuasan Konsumen Tous Les Jours..... | 103 |



| | |
|---|-----|
| Tabel 4.38 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kepuasan Konsumen Tous Les Jours..... | 103 |
| Tabel 4.39 Analisis Deskriptif Indikator 10 Kepuasan Konsumen Tous Les Jours..... | 104 |
| Tabel 4.40 Analisis Deskriptif Indikator 1 Loyalitas Konsumen Tous Les Jours..... | 104 |
| Tabel 4.41 Analisis Deskriptif Indikator 2 Loyalitas Konsumen Tous Les Jours..... | 105 |
| Tabel 4.42 Analisis Deskriptif Indikator 3 Loyalitas Konsumen Tous Les Jours..... | 106 |
| Tabel 4.43 Analisis Deskriptif Indikator 4 Loyalitas Konsumen Tous Les Jours..... | 106 |
| Tabel 4.44 Analisis Deskriptif Indikator 5 Loyalitas Konsumen Tous Les Jours..... | 107 |
| Tabel 4.45 Analisis Deskriptif Indikator 6 Loyalitas Konsumen Tous Les Jours..... | 107 |
| Tabel 4.46 Analisis Deskriptif Indikator 1 Promosi Breadtalk | 108 |
| Tabel 4.47 Analisis Deskriptif Indikator 2 Promosi Breadtalk | 109 |
| Tabel 4.48 Analisis Deskriptif Indikator 3 Promosi Breadtalk | 109 |
| Tabel 4.49 Analisis Deskriptif Indikator 4 Promosi Breadtalk | 110 |
| Tabel 4.50 Analisis Deskriptif Indikator 5 Promosi Breadtalk | 111 |
| Tabel 4.51 Analisis Deskriptif Indikator 6 Promosi Breadtalk | 111 |
| Tabel 4.52 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kualitas Layanan Breadtalk | 112 |
| Tabel 4.53 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kualitas Layanan Breadtalk | 112 |
| Tabel 4.54 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kualitas Layanan Breadtalk | 113 |
| Tabel 4.55 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kualitas Layanan Breadtalk | 114 |
| Tabel 4.56 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kualitas Layanan Breadtalk | 114 |
| Tabel 4.57 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kualitas Layanan Breadtalk | 115 |
| Tabel 4.58 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kualitas Layanan Breadtalk | 115 |
| Tabel 4.59 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kualitas Layanan Breadtalk | 116 |
| Tabel 4.60 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kualitas Layanan Breadtalk | 117 |
| Tabel 4.61 Analisis Deskriptif Indikator 10 Kualitas Layanan Breadtalk | 117 |



| | |
|---|-----|
| Tabel 4.62 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kepuasan Konsumen Breadtalk | 118 |
| Tabel 4.63 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kepuasan Konsumen Breadtalk | 118 |
| Tabel 4.64 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kepuasan Konsumen Breadtalk | 119 |
| Tabel 4.65 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kepuasan Konsumen Breadtalk | 120 |
| Tabel 4.66 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kepuasan Konsumen Breadtalk | 120 |
| Tabel 4.67 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kepuasan Konsumen Breadtalk | 121 |
| Tabel 4.68 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kepuasan Konsumen Breadtalk | 121 |
| Tabel 4.69 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kepuasan Konsumen Breadtalk | 122 |
| Tabel 4.70 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kepuasan Konsumen Breadtalk | 123 |
| Tabel 4.71 Analisis Deskriptif Indikator 10 Kepuasan Konsumen Breadtalk | 123 |
| Tabel 4.72 Analisis Deskriptif Indikator 1 Loyalitas Konsumen Breadtalk | 124 |
| Tabel 4.73 Analisis Deskriptif Indikator 2 Loyalitas Konsumen Breadtalk | 124 |
| Tabel 4.74 Analisis Deskriptif Indikator 3 Loyalitas Konsumen Breadtalk | 125 |
| Tabel 4.75 Analisis Deskriptif Indikator 4 Loyalitas Konsumen Breadtalk | 126 |
| Tabel 4.76 Analisis Deskriptif Indikator 5 Loyalitas Konsumen Breadtalk | 126 |
| Tabel 4.77 Analisis Deskriptif Indikator 6 Loyalitas Konsumen Breadtalk | 127 |
| Tabel 4.78 Analisis Deskriptif Indikator 1 Promosi J.CO..... | 128 |
| Tabel 4.79 Analisis Deskriptif Indikator 2 Promosi J.CO..... | 128 |
| Tabel 4.80 Analisis Deskriptif Indikator 3 Promosi J.CO..... | 129 |
| Tabel 4.81 Analisis Deskriptif Indikator 4 Promosi J.CO..... | 129 |
| Tabel 4.82 Analisis Deskriptif Indikator 5 Promosi J.CO..... | 130 |
| Tabel 4.83 Analisis Deskriptif Indikator 6 Promosi J.CO..... | 131 |
| Tabel 4.84 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kualitas Layanan J.CO | 131 |
| Tabel 4.85 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kualitas Layanan J.CO | 132 |



| | |
|---|-----|
| Tabel 4.86 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kualitas Layanan J.CO | 132 |
| Tabel 4.87 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kualitas Layanan J.CO | 133 |
| 1. Tabel 4.88 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kualitas Layanan J.CO | 134 |
| Tabel 4.89 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kualitas Layanan J.CO | 134 |
| Tabel 4.90 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kualitas Layanan J.CO | 135 |
| Tabel 4.91 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kualitas Layanan J.CO | 135 |
| Tabel 4.92 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kualitas Layanan J.CO | 136 |
| Tabel 4.93 Analisis Deskriptif Indikator 10 Kualitas Layanan J.CO | 136 |
| Tabel 4.94 Analisis Deskriptif Indikator 1 Kepuasan Konsumen J.CO | 137 |
| Tabel 4.95 Analisis Deskriptif Indikator 2 Kepuasan Konsumen J.CO | 138 |
| Tabel 4.96 Analisis Deskriptif Indikator 3 Kepuasan Konsumen J.CO | 138 |
| Tabel 4.97 Analisis Deskriptif Indikator 4 Kepuasan Konsumen J.CO | 139 |
| Tabel 4.98 Analisis Deskriptif Indikator 5 Kepuasan Konsumen J.CO | 139 |
| Tabel 4.99 Analisis Deskriptif Indikator 6 Kepuasan Konsumen J.CO | 140 |
| Tabel 4.100 Analisis Deskriptif Indikator 7 Kepuasan Konsumen J.CO | 140 |
| Tabel 4.101 Analisis Deskriptif Indikator 8 Kepuasan Konsumen J.CO | 141 |
| Tabel 4.102 Analisis Deskriptif Indikator 9 Kepuasan Konsumen J.CO | 142 |
| Tabel 4.103 Analisis Deskriptif Indikator 10 Kepuasan Konsumen J.CO | 142 |
| Tabel 4.104 Analisis Deskriptif Indikator 1 Loyalitas Konsumen J.CO | 143 |
| Tabel 4.105 Analisis Deskriptif Indikator 2 Loyalitas Konsumen J.CO | 143 |
| Tabel 4.106 Analisis Deskriptif Indikator 3 Loyalitas Konsumen J.CO | 144 |
| Tabel 4.107 Analisis Deskriptif Indikator 4 Loyalitas Konsumen J.CO | 145 |
| Tabel 4.108 Analisis Deskriptif Indikator 5 Loyalitas Konsumen J.CO | 145 |
| Tabel 4.109 Analisis Deskriptif Indikator 6 Loyalitas Konsumen J.CO | 146 |



| | |
|--|-----|
| Tabel 4.110 Perbandingan Nilai Antar Merek | 146 |
| Tabel 4.111 Skor rata-rata Promosi | 147 |
| Tabel 4.112 Skor rata-rata Kualitas Layanan | 148 |
| Tabel 4.113 Skor rata-rata Kepuasan Konsumen | 150 |
| Tabel 4.114 Skor rata-rata Loyalitas Konsumen | 151 |
| Tabel 4.115 Hasil Uji Normalitas Gabungan | 152 |
| Tabel 4.116 Hasil Uji Heterokedastisitas Gabungan..... | 152 |
| Tabel 4.117 Hasil Uji Multikolinieritas Gabungan | 153 |
| Tabel 4.118 Hasil Uji Autokorelasi Gabungan | 153 |
| Tabel 4.119 Hasil Uji Koefisien Determinasi Gabungan | 154 |
| Tabel 4.120 Hasil Uji Model t Gabungan..... | 154 |
| Tabel 4.121 Hasil Uji Model F Gabungan | 156 |
| Tabel 4.122 Skor rata-rata Promosi Tous Les Jours..... | 156 |
| Tabel 4.123 Skor rata-rata Kualitas Layanan Tous Les Jours | 157 |
| Tabel 4.124 Skor rata-rata Kepuasan Konsumen Tous Les Jours | 158 |
| Tabel 4.125 Skor rata-rata Loyalitas Konsumen Tous Les Jours | 160 |
| Tabel 4.126 Skor rata-rata Promosi Breadtalk | 161 |
| Tabel 4.127 Skor rata-rata Kualitas Layanan Breadtalk..... | 162 |
| Tabel 4.128 Skor rata-rata Kepuasan Konsumen Breadtalk..... | 163 |
| Tabel 4.129 Skor rata-rata Loyalitas Konsumen Breadtalk | 164 |
| Tabel 4.130 Skor rata-rata Promosi J.CO..... | 165 |
| Tabel 4.131 Skor rata-rata Kualitas Layanan J.CO | 166 |
| Tabel 4.132 Skor rata-rata Kepuasan Konsumen J.CO | 167 |
| Tabel 4.133 Skor rata-rata Loyalitas Konsumen J.CO | 168 |



| | |
|--|-----|
| Tabel 4.134 Hasil Uji Normalitas Tous Les Jours | 169 |
| Tabel 4.135 Hasil Uji Heterokedastisitas Tous Les Jours | 169 |
| 1. Tabel 4.136 Hasil Uji Multikolinieritas Tous Les Jours | 170 |
| Tabel 4.137 Hasil Uji Autokorelasi Tous Les Jours..... | 171 |
| Tabel 4.138 Hasil Uji Normalitas Breadtalk | 171 |
| Tabel 4.139 Hasil Uji Heterokedastisitas Breadtalk..... | 172 |
| Tabel 4.140 Hasil Uji Multikolinieritas Breadtalk | 172 |
| Tabel 4.141 Hasil Uji Autokorelasi Breadtalk | 173 |
| Tabel 4.142 Hasil Uji Normalitas J.CO..... | 173 |
| Tabel 4.143 Hasil Uji Heterokedastisitas J.CO | 174 |
| Tabel 4.144 Hasil Uji Multikolinieritas J.CO..... | 174 |
| Tabel 4.145 Hasil Uji Autokorelasi J.CO..... | 175 |
| Tabel 4.146 Hasil Uji Koefisien Determinasi Tous Les Jours | 176 |
| Tabel 4.147 Hasil Uji Model t Tous Les Jours..... | 176 |
| Tabel 4.148 Hasil Uji Model F Tous Les Jours..... | 178 |
| Tabel 4.149 Hasil Uji Koefisien Determinasi Breadtalk | 178 |
| Tabel 4.150 Hasil Uji Model t Breadtalk | 179 |
| Tabel 4.151 Hasil Uji Model F Breadtalk | 180 |
| Tabel 4.152 Hasil Uji Koefisien Determinasi J.CO | 181 |
| Tabel 4.153 Hasil Uji Model t J.CO | 181 |
| Tabel 4.154 Hasil Uji Model F J.CO | 183 |
| Tabel 4.155 Perbandingan Pengaruh Antar Merek | 183 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran | 49 |
| Gambar 4.1 Logo Tous Les Jours..... | 74 |
| Gambar 4.2 Produk Tous Les Jours | 76 |
| Gambar 4.3 Logo Breadtalk | 77 |
| Gambar 4.4 Produk Breadtalk | 78 |
| Gambar 4.5 Logo J.CO..... | 79 |
| Gambar 4.6 Produk J.CO..... | 81 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Pra Kuesioner..... | 204 |
| Lampiran 2 Data Pra Kuesioner Variabel Promosi (X1)..... | 209 |
| Lampiran 3 Data Pra Kuesioner Variabel Kualitas Layanan (X2) | 210 |
| Lampiran 4 Data Pra Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen (X3) | 211 |
| Lampiran 5 Data Pra Kuesioner Variabel Loyalitas Konsumen (Y)..... | 212 |
| Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas Variabel Promosi (X1)..... | 213 |
| Lampiran 7 Hasil Output Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X2) | 213 |
| Lampiran 8 Hasil Output Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (X3) | 214 |
| Lampiran 9 Hasil Output Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y) | 214 |
| Lampiran 10 Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X1) | 215 |
| Lampiran 11 Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (X2) | 215 |
| Lampiran 12 Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (X3) | 215 |
| Lampiran 13 Hasil Output Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y) | 215 |
| Lampiran 14 Kuesioner Penelitian | 216 |
| Lampiran 15 Data Profil Responden | 221 |
| Lampiran 16 Hasil Output Uji Profil Responden (Jenis Kelamin)..... | 226 |
| Lampiran 17 Hasil Output Uji Profil Responden (Umur) | 226 |
| Lampiran 18 Hasil Output Uji Profil Responden (Pekerjaan)..... | 227 |
| Lampiran 19 Hasil Output Uji Profil Responden (Intensitas Kunjungan) | 227 |
| Lampiran 20 Data Kuesioner Gabungan Variabel Promosi (X1)..... | 228 |
| Lampiran 21 Data Kuesioner Variabel Kualitas Layanan (X2) | 233 |
| Lampiran 22 Data Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen (X3) | 238 |
| Lampiran 23 Data Kuesioner Variabel Loyalitas Konsumen (Y) | 243 |

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 24 Hasil Output Analisis Deskriptif (Gabungan) Variabel Promosi (X1) 248

Lampiran 25 Hasil Output Analisis Deskriptif (Gabungan) Variabel Kualitas Layanan

1. (X2) 250

Lampiran 26 Hasil Output Analisis Deskriptif (Gabungan) Variabel Kepuasan Konsumen

2. (X3) 253

Lampiran 27 Hasil Output Analisis Deskriptif (Gabungan) Variabel Loyalitas Konsumen

(Y) 256

Lampiran 28 Hasil Output Analisis Regresi (Gabungan) Uji Normalitas Gabungan 258

Lampiran 29 Hasil Output Analisis Regresi (Gabungan) Uji Heterokedastisitas dan Uji Multikolinieritas Gabungan 258

Lampiran 30 Hasil Output Analisis Regresi (Gabungan) Uji Autokorelasi Gabungan .. 259

Lampiran 31 Hasil Output Analisis Regresi (Gabungan) Koefisien Determinasi 259

Lampiran 32 Hasil Output Analisis Regresi (Gabungan) Uji t Gabungan 259

Lampiran 33 Hasil Output Analisis Regresi (Gabungan) Uji F Gabungan 260

Lampiran 34 Data Kuesioner Tous Les Jours Variabel Promosi (X1)..... 261

Lampiran 35 Data Kuesioner Tous Les Jours Variabel Kualitas Layanan (X2) 262

Lampiran 36 Data Kuesioner Tous Les Jours Variabel Kepuasan Konsumen (X3) 264

Lampiran 37 Data Kuesioner Tous Les Jours Variabel Loyalitas Konsumen (Y) 265

Lampiran 38 Hasil Output Analisis Deskriptif (Tous Les Jours) Variabel Promosi (X1)..... 267

Lampiran 39 Hasil Output Analisis Deskriptif (Tous Les Jours) Variabel Kualitas Layanan (X2)..... 269

Lampiran 40 Hasil Output Analisis Deskriptif (Tous Les Jours) Variabel Kepuasan Konsumen (X3) 271



| | |
|--|-----|
| Lampiran 41 Hasil Output Analisis Deskriptif (Tous Les Jours) Variabel Loyalitas Konsumen (Y) | 274 |
| 1. Lampiran 42 Hasil Output Analisis Regresi (Tous Les Jours) Uji Normalitas Tous Les Jours | 276 |
| Lampiran 43 Hasil Output Analisis Regresi (Tous Les Jours) Uji Heterokedastisitas Tous Les Jours | 276 |
| Lampiran 44 Hasil Output Analisis Regresi (Tous Les Jours) Uji Multikolinieritas Tous Les Jours | 277 |
| Lampiran 45 Hasil Output Analisis Regresi (Tous Les Jours) Uji Autokorelasi Tous Les Jours | 277 |
| Lampiran 46 Hasil Output Analisis Regresi (Tous Les Jours) Koefisien Determinasi .. | 277 |
| Lampiran 47 Hasil Output Analisis Regresi (Tous Les Jours) Uji t Tous Les Jours | 278 |
| Lampiran 48 Hasil Output Analisis Regresi (Tous Les Jours) Uji F Tous Les Jours | 278 |
| Lampiran 49 Data Kuesioner Breadtalk Variabel Promosi (X1) | 279 |
| Lampiran 50 Data Kuesioner Breadtalk Variabel Kualitas Layanan (X2)..... | 281 |
| Lampiran 51 Data Kuesioner Breadtalk Variabel Kepuasan Konsumen (X3)..... | 283 |
| Lampiran 52 Data Kuesioner Breadtalk Variabel Loyalitas Konsumen (Y)..... | 285 |
| Lampiran 53 Hasil Output Analisis Deskriptif (Breadtalk) Variabel Promosi (X1)..... | 287 |
| Lampiran 54 Hasil Output Analisis Deskriptif (Breadtalk) Variabel Kualitas Layanan (X2)..... | 289 |
| Lampiran 55 Hasil Output Analisis Deskriptif (Breadtalk) Variabel Kepuasan Konsumen (X3)..... | 291 |
| Lampiran 56 Hasil Output Analisis Deskriptif (Breadtalk) Variabel Loyalitas Konsumen (Y)..... | 294 |

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



| | |
|---|-----|
| Lampiran 57 Hasil Output Analisis Regresi (Breadtalk) Uji Normalitas Breadtalk | 296 |
| Lampiran 58 Hasil Output Analisis Regresi (Breadtalk) Uji Heterokedastisitas Breadtalk..... | 296 |
| Lampiran 59 Hasil Output Analisis Regresi (Breadtalk) Uji Multikolinieritas Breadtalk..... | 297 |
| Lampiran 60 Hasil Output Analisis Regresi (Breadtalk) Uji Autokorelasi Breadtalk | 297 |
| Lampiran 61 Hasil Output Analisis Regresi (Breadtalk) Koefisien Determinasi | 297 |
| Lampiran 62 Hasil Output Analisis Regresi (Breadtalk) Uji t Breadtalk..... | 298 |
| Lampiran 63 Hasil Output Analisis Regresi (Breadtalk) Uji F Breadtalk..... | 298 |
| Lampiran 64 Data Kuesioner J.CO Variabel Promosi (X1)..... | 299 |
| Lampiran 65 Data Kuesioner J.CO Variabel Kualitas Layanan (X2) | 301 |
| Lampiran 66 Data Kuesioner J.CO Variabel Kepuasan Konsumen (X3) | 303 |
| Lampiran 67 Data Kuesioner J.CO Variabel Loyalitas Konsumen (Y) | 305 |
| Lampiran 68 Hasil Output Analisis Deskriptif (J.CO) Variabel Promosi (X1)..... | 308 |
| Lampiran 69 Hasil Output Analisis Deskriptif (J.CO) Variabel Kualitas Layanan (X2) | 310 |
| Lampiran 70 Hasil Output Analisis Deskriptif (J.CO) Variabel Kepuasan Konsumen (X3) | 313 |
| Lampiran 71 Hasil Output Analisis Deskriptif (J.CO) Variabel Loyalitas Konsumen (Y) | 316 |
| Lampiran 72 Hasil Output Analisis Regresi (J.CO) Uji Normalitas J.CO | 318 |
| Lampiran 73 Hasil Output Analisis Regresi (J.CO) Uji Heterokedastisitas J.CO | 318 |
| Lampiran 74 Hasil Output Analisis Regresi (J.CO) Uji Multikolinieritas J.CO | 319 |



| | |
|--|-----|
| Lampiran 75 Hasil Output Analisis Regresi (J.CO) Uji Autokorelasi J.CO | 319 |
| Lampiran 76 Hasil Output Analisis Regresi (J.CO) Koefisien Determinasi | 319 |
| Lampiran 77 Hasil Output Analisis Regresi (J.CO) Uji t J.CO | 320 |
| Lampiran 78 Hasil Output Analisis Regresi (J.CO) Uji FJ.CO | 320 |
| Lampiran 79 Dokumentasi (Foto Beberapa Responden) | 321 |

**Lampiran 80
Ha*rcipta Dili*ndungi Undang-Undang
HalCipta Diliindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.