

Jakarta, August 2011

Kepada Yth,
Karyawan/i PT HWI

Di
Jakarta

Dengan hormat,

Berikut ini saya sampaikan kuesioner mengenai citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepercayaan dan loyalitas untuk keperluan penyusunan tesis pada Universitas Mercu Buana. Kuesioner ini didedikasikan untuk kepentingan akademis dalam rangka penyusunan tesis sehingga tidak akan berdampak apa pun pada Bapak/Ibu sebagai karyawan PT HWI. Untuk itu, silahkan Bapak/Ibu merespon setiap butir pernyataan dengan leluasa dan tanpa beban serta benar-benar sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

Selamat merespon dan terima kasih atas segenap bantuan serta kerjasamanya.

Hormat saya, 
**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Raisyuli Indria

BERILAH TANDA “√” PADA KOTAK YANG TELAH DISEDIAKAN SESUAI DENGAN KONDISI ANDA.

A. PROFIL RESPONDEN

1. Jenis Kelamin:

Laki-laki

Perempuan

2. Usia:

≤ 20 tahun

21-30 tahun

31-40 tahun

41-50 tahun

> 50 tahun

3. Pendidikan:

SMA/Sederajat

Akademi

S1

S2

4. Tempat membeli telepon seluler:

Gerai Nokia

Lainnya

5. Lama menggunakan produk Nokia:

< 1 tahun

1 – 2 tahun

3 – 4 tahun

≥ 5 tahun



B. KUESIONER

BERILAH TANDA " X " PADA KOTAK YANG TELAH DISEDIAKAN SESUAI DENGAN JAWABAN ANDA. ALTERNATIF JAWABAN YANG DISEDIAKAN ADALAH:

SS : Sangat Setuju TS : Tidak Setuju
S : Setuju STS : Sangat Tidak Setuju
R : Ragu-Ragu

1. Citra Perusahaan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Nokia merupakan produsen telepon seluler yang terkenal kualitasnya.					
2	Nokia merupakan produsen telepon yang telah memiliki nama besar di dunia.					
3	Nokia merupakan produsen telepon seluler yang paling dikenal masyarakat.					
4	Produk Nokia terkenal dengan kecanggihan teknologinya.					
5	Nokia terkenal dengan daya tahan produknya.					
6	Nokia terkenal dengan produk-produknya yang inovatif.					
7	Keluhan konsumen dapat diselesaikan dengan tuntas oleh Nokia.					
8	Nokia menerima kritikan yang disampaikan oleh konsumen					
9	Nokia bersedia mengganti jika ada produk rusak sesuai yang telah dijanjikan.					
10	Nokia mau menindaklanjuti jika ada keluhan-keluhan dari konsumen.					
11	Nokia memberikan souvenir bagi konsumen yang membeli produknya					
12	Nokia aktif memberikan kupon undian kepada konsumen untuk memperebutkan hadiah.					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
13	Nokia aktif menyelenggarakan kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) di masyarakat.					
14	Nokia aktif menawarkan <i>discount</i> harga kepada pelanggannya.					
15	Nokia menyediakan pelayanan khusus bagi konsumen untuk berkonsultasi tentang produk-produk Nokia.					

2. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Produk-produk Nokia memiliki desain yang menarik.					
2	Gerai-gerai yang menjual produk Nokia memiliki desain yang menarik.					
3	Karyawan yang berada di gerai-gerai produk Nokia bernampilan rapi.					
4	Konsumen merasa nyaman berada di gerai-gerai Nokia.					
5	Pegawai di gerai Nokia memberikan sambutan yang hangat kepada konsumen.					
6	Pegawai di gerai Nokia bersedia membantu kesulitan konsumen.					
7	Pegawai di gerai Nokia memberi perhatian secara personal kepada konsumen.					
8	Pegawai di gerai Nokia memberikan pelayanan kepada konsumen secara cepat.					
9	Pegawai di gerai Nokia cepat tanggap dalam memenuhi keinginan-keinginan konsumen.					
10	Pegawai di gerai Nokia cepat dalam menangani keluhan-keluhan konsumen.					
11	Pegawai di gerai Nokia dapat menepati hal-hal yang telah dijanjikan.					
12	Pegawai di gerai Nokia menunjukkan profesionalitas dalam memberikan pelayanan.					
13	Gerai-gerai Nokia memberikan jaminan keaslian produk-produknya.					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
14	Pegawai di gerai Nokia bersikap sopan kepada konsumen.					
15	Pegawai di gerai Nokia memiliki pengetahuan yang baik tentang produk-produk Nokia.					

3. Kepercayaan

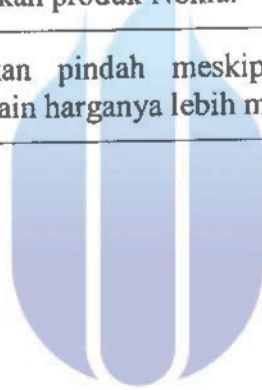
No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Saya percaya dengan kejujuran Nokia dalam mengiklankan produk-produknya.					
2	Saya percaya dengan keunggulan-keunggulan produk yang dipromosikan Nokia.					
3	Saya percaya dengan komitmen Nokia untuk memberikan kepuasan bagi konsumen					
4	Saya percaya dengan tekad Nokia untuk menghasilkan produk-produk inovatif bagi konsumen					
5	Saya percaya dengan kemampuan Nokia dalam menghadirkan produk-produk unggulan.					
6	Saya percaya dengan kemampuan Nokia dalam menghadirkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.					
7	Saya percaya dengan keahlian Nokia dalam mendesain produk telepon seluler yang elegan.					
8	Saya percaya dengan Nokia yang akan terus menghadirkan produk berkualitas.					
9	Saya percaya dengan Nokia yang akan terus melakukan inovasi terhadap produk-produknya.					
10	Saya percaya dengan Nokia yang akan terus menghadirkan teknologi-teknologi canggih dalam setiap produknya.					
11	Saya percaya dengan Nokia yang akan terus mempertahankan posisinya dalam memimpin pasar telepon seluler di dunia.					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
12	Saya percaya dengan Nokia yang akan terus berusaha menciptakan produk-produk yang bermanfaat bagi umat manusia.					
13	Saya percaya dengan Nokia yang akan lebih banyak lagi menyelenggarakan program <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) di masyarakat.					
14	Saya percaya dengan Nokia yang bersedia mengungkapkan kelemahan produk-produknya.					
15	Saya percaya dengan Nokia yang mau berbagai informasi-informasi penting terhadap konsumennya.					

4. Loyalitas

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1	Saya menceritakan keunggulan produk Nokia kepada teman.					
2	Saya menyampaikan kelebihan yang dimiliki Nokia kepada orang lain.					
3	Saya mempromosikan dengan sukarela tentang keunggulan produk Nokia.					
4	Saya mengajak teman untuk juga membeli produk Nokia.					
5	Saya tidak akan mempermasalahkan meskipun saya mendapatkan pelayanan yang kurang menyenangkan dari Nokia.					
6	Saya akan menulis saran dan masukan ke dalam kotak saran untuk Nokia.					
7	Kotak saran yang tersedia membantu saya untuk rajin memberi masukan kepada Nokia.					
8	Saya tidak segan untuk memberikan saran walau secara lisan kepada karyawan Nokia.					
9	Walau saran-saran saya terkadang tidak diakomodir saya tetap loyal kepada Nokia.					

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
10	Saya merasa sulit untuk pindah dari produk Nokia ke produk lain.					
11	Saya tidak pindah ke produk lain karena sudah cocok dengan Nokia					
12	Walau ada produk lain yang menawari saya memberikan bonus tambahan, saya tetap tidak akan pindah dari Nokia.					
13	Walau produk lain memberikan tawaran yang berbeda, saya tetap menganggap Nokia tetap yang terbaik					
14	Saya rela mengeluarkan uang lebih banyak untuk mendapatkan produk Nokia.					
15	Saya tidak akan pindah meskipun produk telepon seluler lain harganya lebih murah.					



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



PT. HAGIHARA WESTJAVA INDUSTRIES

Jl. Tol Jakarta - Cikampek Km. 47 Kawasan Industri KIC Jl. Melegi I Lot B1 & B2 Karawang 41361
Jawa Barat - Indonesia Tel. : (62-21) 8901490 - 93, 89105808, 0267 - 644041 Fax. : (62-21) 89108478, 89105809, 8901494



Nomor : 02/065/HWI/EM/X/11
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian

Jakarta, 17 Oktober 2011

Kepada Yth
Raisyuli Indria
Mahasiswa Pasca Sarjana Magister Teknik Elektro
Universitas Mercu Buana
Jl. Menteng Raya No.29
Jakarta 10340

Menjawab surat Saudara tanggal 22 Agustus 2011 tentang ijin penelitian, dengan ini kami beritahukan kami dapat menyetujui dan memberikan ijin untuk melakukan penelitian di PT HWI kepada Saudara.

Nama : Raisyuli Indria
NIM : 55409110023
Judul : Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Telepon Seluler (Studi Pengguna Telepon Seluler Nokia pada Karyawan PT HWI)

Demikian disampaikan dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



PROFIL RESPONDEN

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	21	19.1	19.1	19.1
	Perempuan	89	80.9	80.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Usta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<=20 tahun	9	8.2	8.2	8.2
	21-30 tahun	66	60.0	60.0	68.2
	31-40 tahun	26	23.6	23.6	91.8
	41-50 tahun	9	8.2	8.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/Sederajat	5	4.5	4.5	4.5
	Akademi	18	16.4	16.4	20.9
	S1	81	73.6	73.6	94.5
	S2	6	5.5	5.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Lama Menggunakan Nokia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 tahun	24	21.8	21.8	21.8
	1-2 tahun	8	7.3	7.3	29.1
	3-4 tahun	59	53.6	53.6	82.7
	>= 5 tahun	19	17.3	17.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

HASIL UJI VALIDITAS

1. Citra Perusahaan

Correlations

		X1
X1_01	Pearson Correlation	.218
	Sig. (2-tailed)	.247
	N	30
X1_02	Pearson Correlation	.575**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
X1_03	Pearson Correlation	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1_04	Pearson Correlation	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1_05	Pearson Correlation	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1_06	Pearson Correlation	.535**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	30
X1_07	Pearson Correlation	.430*
	Sig. (2-tailed)	.018
	N	30
X1_08	Pearson Correlation	.605**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1_09	Pearson Correlation	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1_10	Pearson Correlation	.612**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1_11	Pearson Correlation	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X1_12	Pearson Correlation	.531**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	30
X1_13	Pearson Correlation	-.200
	Sig. (2-tailed)	.290
	N	30
X1_14	Pearson Correlation	.509**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	30
X1_15	Pearson Correlation	.596**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
X1	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level

2. Kualitas Pelayanan

Correlations

		X2
X2_01	Pearson Correlation	.541**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	30
X2_02	Pearson Correlation	.606**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2_03	Pearson Correlation	.152
	Sig. (2-tailed)	.422
	N	30
X2_04	Pearson Correlation	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2_05	Pearson Correlation	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2_06	Pearson Correlation	.508**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	30
X2_07	Pearson Correlation	.602**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2_08	Pearson Correlation	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2_09	Pearson Correlation	.191
	Sig. (2-tailed)	.311
	N	30
X2_10	Pearson Correlation	.517**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	30
X2_11	Pearson Correlation	.603**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2_12	Pearson Correlation	.140
	Sig. (2-tailed)	.462
	N	30
X2_13	Pearson Correlation	.532**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	30
X2_14	Pearson Correlation	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X2_15	Pearson Correlation	.526**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	30
X2	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level

3. Kepercayaan

Correlations

		X3
X3_01	Pearson Correlation	.073
	Sig. (2-tailed)	.701
	N	30
X3_02	Pearson Correlation	.559**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
X3_03	Pearson Correlation	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X3_04	Pearson Correlation	.477**
	Sig. (2-tailed)	.008
	N	30
X3_05	Pearson Correlation	.589**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
X3_06	Pearson Correlation	.516**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	30
X3_07	Pearson Correlation	.532**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	30
X3_08	Pearson Correlation	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X3_09	Pearson Correlation	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X3_10	Pearson Correlation	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X3_11	Pearson Correlation	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
X3_12	Pearson Correlation	.045
	Sig. (2-tailed)	.813
	N	30
X3_13	Pearson Correlation	.505**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	30
X3_14	Pearson Correlation	.571**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
X3_15	Pearson Correlation	.571**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
X3	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level

4. Loyalitas

Correlations

		Y
Y_01	Pearson Correlation	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y_02	Pearson Correlation	.512**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	30
Y_03	Pearson Correlation	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y_04	Pearson Correlation	.516**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	30
Y_05	Pearson Correlation	.518**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	30
Y_06	Pearson Correlation	-.229
	Sig. (2-tailed)	.223
	N	30
Y_07	Pearson Correlation	.530**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	30
Y_08	Pearson Correlation	.558**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
Y_09	Pearson Correlation	.576**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
Y_10	Pearson Correlation	.566**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
Y_11	Pearson Correlation	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y_12	Pearson Correlation	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y_13	Pearson Correlation	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y_14	Pearson Correlation	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y_15	Pearson Correlation	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level

HASIL UJI RELIABILITAS

1. Citra Perusahaan

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	13

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1_02	3.8667	.97320	30
X1_03	3.8333	.94989	30
X1_04	3.6333	.80872	30
X1_05	3.7667	.85836	30
X1_06	3.6667	.99424	30
X1_07	3.6667	.84418	30
X1_08	3.5667	.77385	30
X1_09	3.3333	.92227	30
X1_10	3.5667	.77385	30
X1_11	3.3333	.80230	30
X1_12	2.9333	.78492	30
X1_14	3.1667	.79148	30
X1_15	3.5667	.67891	30

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
45.9000	43.059	6.56191	13

2. Kualitas Pelayanan

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	12

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2_01	3.8667	.77608	30
X2_02	3.2000	.80516	30
X2_04	3.4667	.62881	30
X2_05	3.2667	.78492	30
X2_06	3.7667	.56832	30
X2_07	3.7000	.46609	30
X2_08	3.2667	.63968	30
X2_10	3.1667	.59209	30
X2_11	3.2333	.56832	30
X2_13	3.6000	.62146	30
X2_14	3.7667	.50401	30
X2_15	3.7333	.52083	30

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
42.0333	21.068	4.58997	12

3. Kepercayaan

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	13

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X3_02	3.5667	.67891	30
X3_03	3.3000	.53498	30
X3_04	3.6333	.61495	30
X3_05	3.3333	.71116	30
X3_06	3.9333	.52083	30
X3_07	3.6667	.66089	30
X3_08	3.8000	.71438	30
X3_09	3.7333	.63968	30
X3_10	3.8000	.66436	30
X3_11	3.6333	.71840	30
X3_13	3.3000	.79438	30
X3_14	3.3667	.76489	30
X3_15	3.6333	.49013	30

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
46.7000	25.872	5.08649	13

4. Loyalitas

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	14

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y_01	2.7667	.97143	30
Y_02	2.9667	.76489	30
Y_03	2.9000	.92289	30
Y_04	2.8000	.84690	30
Y_05	2.7000	.74971	30
Y_07	2.8333	.87428	30
Y_08	3.1667	.79148	30
Y_09	2.9333	.78492	30
Y_10	3.0000	.78784	30
Y_11	2.8333	.94989	30
Y_12	2.5667	.93526	30
Y_13	2.5333	.81931	30
Y_14	2.5000	1.04221	30
Y_15	2.6000	.81368	30

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
39.1000	60.024	7.74752	14

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Citra Perusahaan ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.534 ^a	.285	.278	.48770

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.236	1	10.236	43.036	.000 ^a
	Residual	25.687	108	.238		
	Total	35.923	109			

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan

b. Dependent Variable: Loyalitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.512	.355		1.443	.152
	Citra Perusahaan	.638	.097	.534	6.560	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan		Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Loyalitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.472 ^a	.223	.216	.50838

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.010	1	8.010	30.994	.000 ^a
	Residual	27.913	108	.258		
	Total	35.923	109			

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan
 b. Dependent Variable: Loyalitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.092	.525		-.175	.861
	Kualitas Pelayanan	.819	.147	.472	5.567	.000

- a. Dependent Variable: Loyalitas

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan		Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Loyalitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.501 ^a	.251	.244	.49907

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.024	1	9.024	36.230	.000 ^a
	Residual	26.899	108	.249		
	Total	35.923	109			

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan
 b. Dependent Variable: Loyalitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.149	.495		-.301	.764
	Kepercayaan	.820	.136	.501	6.019	.000

- a. Dependent Variable: Loyalitas

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan		Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Loyalitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 ^a	.513	.499	.40619

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.434	3	6.145	37.244	.000 ^a
	Residual	17.489	106	.165		
	Total	35.923	109			

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan
 b. Dependent Variable: Loyalitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.521	.525		-4.797	.000
	Citra Perusahaan	.513	.084	.429	6.117	.000
	Kualitas Pelayanan	.384	.131	.221	2.926	.004
	Kepercayaan	.586	.121	.358	4.862	.000

- a. Dependent Variable: Loyalitas