



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN, LOLAYALITAS PELANGGAN DAN REPUTASI
APLIKASI *E-HEALTH* HALODOC
(Survey Terhadap Pengguna Aplikasi Halodoc)**



TESIS

OLEH
NOVENY AFISTA SAMPE
55218120022
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN, LOLAYALITAS PELANGGAN DAN REPUTASI
APLIKASI *E-HEALTH* HALODOC
(Survey Terhadap Pengguna Aplikasi Halodoc)**



TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

OLEH
NOVENY AFISTA SAMPE
55218120022

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Noveny Afista Sampe

NIM : 55218120022

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Judul Karya Akhir : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Reputasi Aplikasi *E-Health* Halodoc (*Survey* terhadap Pengguna Aplikasi Halodoc)

Jakarta, 05 Februari 2021

MERCU BUANA

Pembimbing

(Dr. Nurhayani Saragih, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PENGESAHAN TESIS

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Reputasi Aplikasi *E-Health* Halodoc (*Survey* terhadap Pengguna Aplikasi Halodoc)

Nama : Noveny Afista Sampe

NIM : 55218120022

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 05 Februari 2021

Pembimbing


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Nurhayani Saragih, M.Si)

Direktur Pascasarjana



(Prof. Dr. Ing. Mudrik Alaydrus)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Noveny Afista Sampe

NIM 55218120022

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan Judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dan Reputasi Aplikasi E-Health Halodoc (Survey terhadap pengguna aplikasi Halodoc)”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 23 Januari 2021, didapatkan nilai presentase sebesar 15%.

Jakarta, 23 Januari 2021

Administator Turnitin


Arie Pangudi A.Md.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Reputasi Aplikasi *E-Health* Halodoc (*Survey* terhadap pengguna Aplikasi Halodoc)

Nama : Noveny Afista Sampe

NIM : 55218120022

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 05 Februari 2021

Merupakan Hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan surat keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Karya Ilmiah ini belum pernah untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di Perguruan Tinggi lain. Semua Informasi, data, dan hasil pengelolahannya yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 05 Februari 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Noveny Afista Sampe

ABSTRAK

Saat ini layanan aplikasi kesehatan *E-Health* yang sedang berkembang di Indonesia salah satunya Halodoc. Halodoc berada di posisi pertama sebagai aplikasi kesehatan nomor 1 di Indonesia dengan tiga penilaian yaitu Aplikasi yang paling gampang dipikirkan, Paling diketahui, dan pernah digunakan. Berdasarkan artikel Nestren dari total 600 responden, sebanyak 58% terpikirkan Halodoc sebagai Top of mind aplikasi kesehatan yang diingat masyarakat. Halodoc juga memimpin pada penilaian aplikasi yang pernah digunakan dengan persentase 45,3 persen. Dalam penelitian ini ditemukan permasalahan dimana beberapa pengguna merasa bahwa layanan aplikasi ini belum maksima untuk itu dibuat rumusan masalah yaitu Seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dan Reputasi *Aplikasi E-Health Halodoc*. Tujuan dalam penelitian ini yaitu Untuk Menganalisis seberapa besar pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dan Reputasi aplikasi *E-health Halodoc*. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kuantitatif dengan Metode Survey dengan penarikan sampel Menguji Teori Pertukaran Sosial.

Data dari distribusi kuesioner yang disebar kepada 100 responden yakni orang yang sudah pernah menggunakan aplikasi Halodoc. dari hasil pengisian kuesioner tersebut peneliti kemudian menganalisis jawaban responden di SPSS, dan hasil output SPSS 26 menunjukkan regresi Linier berganda, X terhadap Y1 ($Y1 = 1,989 + 0,036 X$), X terhadap Y2 ($Y2 = 14,049 + 0,458 X$) dan X terhadap Y3 ($Y3 = 23,107 + 0,196 X$). Selanjutnya peneliti menggunakan Uji T untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel X terhadap Y1, Y2 dan Y3 (13,890 ; 4,582 ; 2,210 > 1,984) yang berarti H_{01} , H_{02} , H_{03} ditolak dan H_{a1} , H_{a2} , H_{a3} diterima dan untuk nilai Signifikansi pengaruh X terhadap Y1 sebesar 0,000, Signifikansi X terhadap Y2 sebesar 0,000 dan nilai signifikansi X terhadap Y3 sebesar 0,029, tiap nilai signifikansi variabel lebih kecil dari 0,05.

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1), Loyalitas Pelanggan (Y2) dan Reputasi Aplikasi Halodoc (Y3). Kiranya penelitian ini bisa menjadi masukan terkhususnya buat Aplikasi *E-Health* Halodoc agar memberi perhatian lebih dalam segi pelayanan informasi sehingga ketika konsumen mendapatkan jasa tersebut mereka memberikan *feedback* yang positif sehingga hal tersebut bisa mempertahankan Reputasi perusahaan.

Kata Kunci : Komunikasi Korporat, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Reputasi, Aplikasi E-Health Halodoc.

ABSTRACT

E-Health applications services that are currently developing in Indonesia, one of them is Halodoc. Halodoc is in the first position as the number 1 health application in Indonesia with three ratings, these are the application that is easiest to think of, most known, and most used. Based on Nextren's Artikel there is a total of 600 respondents, 58% thought of Halodoc as the Top of mind health application that the public remembered. Halodoc also led the way in app-used ratings with 45.3 percent. In this study, a problem was found in which some users felt that this application service was not maximal for that, a problem formulation was made, namely how big the effect of service quality on customer satisfaction, customer loyalty, and reputation of the Halodoc E-Health application. The purpose of this research is to analyze how much influence the quality of service on customer satisfaction, customer loyalty, and reputation of the Halodoc E-health application. The research approach used in this research is the quantitative survey method with sampling testing the theory of Social Exchange.

The Data from the distribution of questionnaires distributed to 100 respondents, namely people who have used the Halodoc application. From the results of filling out the questionnaire the researcher then analyzed the respondents' answers in SPSS, and the results of the SPSS 26 output showed multiple linear regression, X against Y1 ($Y1 = 1.989 + 0.036 X$), X against Y2 ($Y2 = 14.049 + 0.458 X$) and X against Y3 ($Y3 = 23.107 + 0.196 X$). Furthermore, researchers used the T-test to determine how significant the influence of variable X on Y1, Y2, and Y3 (13,890; 4,582; 2,210 > 1,984), which means that H01, H02, H03 are rejected and Ha1, Ha2, Ha3, are accepted and for the significant value of the influence of X on Y1 is 0.000, the significance value of X to Y2 is 0.000 and the significance value of X to Y3 is 0.029, each variable significance value is less than 0.05.

This study shows that the Service Quality variable (X) affects Customer Satisfaction (Y1), Customer Loyalty (Y2), and the Halodoc Application Reputation (Y3). Hopefully, this research can be a special input for the Halodoc E-Health Application to give more attention in terms of information services so that when consumers get these services they provide positive feedback so that it can maintain the company's reputation.

Keywords: Corporate Communications, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Reputation, Halodoc E-Health Application.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus Sang Pencipta karena atas pertolongan, kekuatan, kesehatan dan cinta kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tesis ini. Penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada orang tua penulis, Papa (Pilmon Duma), dan Mama (Martina Arrang) yang sudah mendukung dalam doa dan material sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan tesis ini yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan dan Reputasi Aplikasi E-Health Halodoc”* Adapun Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.

Dalam penyelesaian Tesis ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, arahan, perhatian dan kesabaran yang diberikan oleh dosen pembimbing materi. Untuk itu penulis berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing materi ibu Dr. Nurhayani Saragih, M.Si, yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang luar biasa selama proses penyelesaian Tesis ini serta dengan sabaran mengoreksi kesalahan dalam skripsi ini sehingga mencapai suatu hasil yang baik.

Dengan Tersusunnya Tesis ini, Penulis mengucapkan Ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS. selaku Rektor Universitas Mercubuana

2. Prof. Dr. –Ing. Mudrik Alaydrus, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercubuana
3. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Mercu Buana serta juga selaku ketua sidang di sidang akhir.
4. Dr. Suraya, M.Si, selaku Penguji sidang Seminar Proposal, Seminar Hasil dan juga Penguji sidang akhir.
5. Staff/Karyawan/dosen di Lingkungan Pascasarjana, Universitas Mercu Buana
6. Para Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
7. Untuk semua Rekan dan Teman seangkatan program Magister Ilmu Komunikasi tahun 2018, terkhususnya (Cindy Gunawan, S.E, Dwiki Fachriandi, S.I.kom, Farid Prastyo, S.I.kom dan Ramdani, S.I.kom yang sudah meluangkan waktu untuk memberikan support selama perkuliahan dan Penyelesaian tesis ini)
8. Saudara terkasih (Arpianto Sampe, S.E, Merchy Tangdi Arrang, S.Farm., Apt, Thria, Yaflet, Citra dan Ima yang mendukung baik dalam doa dan Material selama perkuliahan dan penyelesaian tesis ini)
9. Rekan Kerja (Deria Pradana, M.I.kom. Sarah P.A Pardede, S.Pd dan Rina Apriyanti, S.I.kom yang ada disaat suka dan duka, serta juga mau bersedia bantu dalam penyelesaian tesis ini)
10. Sahabat-sahabat (Sertu (K) Bela Toisuta, Delvi Titahena, S.Km, Oktaria Ranggina, S.Kep.,Ns, Vascha Simatupang, S.Pd, Revi Yunita,

S.Farm.,Apt, Clara Sitorus, S.Pd, Alfrida Sihombing, S.STr, dan Grace Paramita, S.kh. yang meluangkan waktu support untuk menyelesaikan perkuliahan penulis)

Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu dengan hati terbuka penulis menerima kritik dan saran agar tesis ini bisa menjadi lebih baik.



Jakarta,05 Februari 2021

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------------------------|------|
| LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG TESIS | ii |
| PENGESAHAN TESIS | iii |
| PERNYATAAN SIMILARITY CHECK | iv |
| PERNYATAAN..... | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR TABEL | xv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.2.1. Rumusan Masalah | 9 |
| 1.2.2. Identifikasi Masalah | 9 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 10 |
| 1.4.1. Manfaat Teoritis | 10 |
| 1.4.2. Manfaat Praktis | 11 |
| BAB II..... | 12 |
| KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | 12 |
| 2.1. Penelitian Terdahulu..... | 12 |
| 2.2. Kajian Teori..... | 28 |
| 2.2.1. Teori <i>Social Exchange</i> | 28 |
| 2.2.2. Komunikasi Korporat..... | 29 |
| 2.2.3. Kualitas Pelayanan | 31 |
| 2.2.4. Kepuasan pelanggan..... | 35 |
| 2.2.5. Loyalitas Pelanggan | 38 |
| 2.2.6. Reputasi..... | 41 |
| 2.3. Kerangka Pemikiran | 44 |
| 2.4. Hipotesis | 46 |
| BAB III..... | 47 |
| METODOLOGI PENELITIAN..... | 47 |
| 3.1. Paradigma Penelitian | 47 |
| 3.2. Pendekatan Penelitian..... | 47 |
| 3.3. Metode Penelitian | 48 |
| 3.4. Variabel Penelitian | 48 |
| 3.4.1. Definisi Konsep..... | 49 |
| 3.4.2. Operasionalisasi Variabel..... | 50 |
| 3.5. Populasi dan Sampel Penelitian..... | 52 |
| 3.5.1. Populasi Penelitian | 52 |
| 3.5.2. Sampel Penelitian..... | 53 |
| 3.6. Jenis dan Sumber Data | 54 |

| | | |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.7. | Teknik Pengumpulan Data | 54 |
| 3.8. | Teknik Analisis Data | 56 |
| 3.8.1. | Uji Normalitas Data | 56 |
| 3.8.2. | Uji Homogenitas | 56 |
| 3.8.3. | Regresi Linear Berganda..... | 57 |
| 3.8.4. | Uji Hipotesis..... | 57 |
| 3.8.5. | Uji Koefisien Determinasi..... | 58 |
| 3.8.6. | Uji Validitas dan Reliabilitas | 59 |
| 3.8.7. | Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data..... | 60 |
| 3.8.7.1. | Hasil Uji Validitas Data | 60 |
| 3.8.7.2. | Hasil Uji Reliabilitas Data | 62 |
| BAB IV | | 64 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 64 |
| 4.1. | Deskripsi Objek Penelitian | 64 |
| 4.1.1. | Profil Perusahaan Halodoc | 64 |
| 4.1.2. | Layanan Aplikasi Halodoc | 65 |
| 4.1.3. | <i>Corporate Partnership</i> | 67 |
| 4.2. | Hasil Penelitian..... | 68 |
| 4.2.1. | Karakteristik Responden | 68 |
| 4.2.2. | Analisis Pernyataan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan, Loyalitas Pelanggan, dan Reputasi Aplikasi <i>E-Health</i> Halodoc | 71 |
| 4.2.2.1. | Analisis Pernyataan Variabel Kualitas Pelayanan (X)..... | 71 |
| 4.2.2.2. | Analisis Pernyataan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y ₁)..... | 78 |
| 4.2.2.3. | Analisis Pernyataan Variabel Loyalitas Pelanggan (Y ₂) | 81 |
| 4.2.2.4. | Analisis Pernyataan Variabel Reputasi Aplikasi Halodoc (Y ₃)..... | 85 |
| 4.3. | Analisis Data | 90 |
| 4.3.1. | Analisis Uji Normalitas..... | 90 |
| 4.3.2. | Analisis Uji Homogenitas | 91 |
| 4.3.3. | Analisis Uji Regresi Linier Berganda | 92 |
| 4.3.4. | Analisis Uji Hipotesis..... | 94 |
| 4.3.4.1. | Uji T..... | 94 |
| 4.3.4.2. | Uji F..... | 96 |
| 4.3.5. | Analisis Uji Koefisien Determinasi..... | 98 |
| 4.4. | Pembahasan Hasil Penelitian | 99 |
| 4.4.1. | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi <i>E-health</i> Halodoc | 100 |
| 4.4.2. | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Aplikasi <i>E-Health</i> Halodoc..... | 102 |
| 4.4.3. | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Reputasi Aplikasi Halodoc 104 | |
| 4.4.4. | Dimensi Variabel X (Kualitas Pelayanan) | 108 |
| 4.4.5. | Dimensi Variabel Y1 (Kepuasan Pelanggan)..... | 109 |
| 4.4.6. | Dimensi Variabel Y2 (Loyalitas Pelanggan)..... | 111 |
| 4.4.7. | Dimensi Variabel Y3 (Reputasi) | 113 |
| BAB V | | 115 |

| | |
|--------------------------------------------------|-----|
| PENUTUP..... | 115 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 115 |
| 5.2. Saran..... | 119 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 123 |
| Lampiran..... | 125 |
| 1. Kuesioner..... | 127 |
| 2. Data SPSS..... | 135 |
| 3. Distribusi data variabel X..... | 140 |
| 4. Distribusi data variabel Y1, Y2 dan Y3..... | 142 |
| 5. Hasil uji Validitas dan Reliabilitas..... | 144 |
| 6. Uji Normalitas dan Homogenitas..... | 146 |
| 7. Regresi linier berganda, Uji T dan Uji F..... | 147 |
| 8. Daftar riwayat hidup..... | 150 |
| 9. Similarity Check..... | 152 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------------------------------------|---|
| Gambar 1. 1. Diagram Top of mind aplikasi Kesehatan | 5 |
| Gambar 1. 2. Gambar Penggunaan Halodoc | 6 |
| Gambar 1. 3. Instagram Halodoc (06-10-2020) | 7 |



DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu | 23 |
| Tabel 3. 1. Operasionalisasi Variabel..... | 50 |
| Tabel 3. 2. Bobot Penilaian Kuesioner..... | 55 |
| Tabel 3. 3. Hasil Uji Validitas Data | 60 |
| Tabel 3. 4. Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel X (Kualitas Pelayanan) | 62 |
| Tabel 3. 5. Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Y ₁ (Kepuasan Pelanggan) | 62 |
| Tabel 3. 6. Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Y ₂ (Loyalitas Pelanggan) | 62 |
| Tabel 3. 7. Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel Y ₃ (Reputasi Aplikasi Halodoc)..... | 63 |
| Tabel 4. 1. Gender (Jenis Kelamin) Responden. | 68 |
| Tabel 4. 2. Usia Responden | 68 |
| Tabel 4. 3. Pendidikan Responden | 69 |
| Tabel 4. 4. Pekerjaan Responden | 70 |
| Tabel 4. 5. Lama penggunaan Aplikasi | 70 |
| Tabel 4. 6. Distribusi Pernyataan Variabel X (<i>Reliability</i>) | 71 |
| Tabel 4. 7. Distribusi Pernyataan Variabel X (<i>Responsiveness</i>) | 72 |
| Tabel 4. 8. Distribusi Pernyataan Variabel X (<i>Competences</i>) | 72 |
| Tabel 4. 9. Distribusi Pernyataan Variabel X (<i>Access</i>) | 73 |
| Tabel 4. 10. Distribusi Pernyataan Variabel X (<i>Courtesy</i>) | 74 |
| Tabel 4. 11. Distribusi Pernyataan Variabel X (<i>Communication</i>) | 74 |
| Tabel 4. 12. Distribusi Pernyataan Variabel X (<i>Credibility</i>) | 75 |
| Tabel 4. 13. Distribusi Pernyataan Variabel X (<i>Security</i>) | 76 |
| Tabel 4. 14. Distribusi Pernyataan Variabel X (<i>Understanding or knowing the customer</i>) | 76 |
| Tabel 4. 15. Distribusi Pernyataan Variabel X (<i>Tangibles</i>) | 77 |
| Tabel 4. 16. Distribusi Pernyataan Variabel Y ₁ (<i>Loyal</i>) | 78 |
| Tabel 4. 17. Distribusi Pernyataan Variabel Y ₁ (Menggunakan Jasa kembali) | 79 |
| Tabel 4. 18. Distribusi Pernyataan Variabel Y ₁ (Rekomendasi) | 80 |
| Tabel 4. 19. Distribusi Pernyataan Variabel Y ₂ (Kebiasaan mengkonsumsi merek) | 81 |
| Tabel 4. 20. Distribusi Pernyataan Variabel Y ₂ (Rasa Suka yang besar pada merek) | 82 |
| Tabel 4. 21. Distribusi Pernyataan Variabel Y ₂ (Ketetapan pada merek) | 83 |
| Tabel 4. 22. Distribusi Pernyataan Variabel Y ₂ (Keyakinan bahwa merek tertentu adalah merek yang terbaik) | 84 |
| Tabel 4. 23. Distribusi Pernyataan Variabel Y ₃ (Daya Tarik Emosional) | 85 |
| Tabel 4. 24. Distribusi Pernyataan Variabel Y ₃ (Daya Tarik Emosional) | 86 |
| Tabel 4. 25. Distribusi Pernyataan Variabel Y ₃ (Produk dan Jasa) | 87 |
| Tabel 4. 26. Distribusi Pernyataan Variabel Y ₃ (Produk dan Jasa) | 87 |
| Tabel 4. 27. Distribusi Pernyataan Variabel Y ₃ (Lingkungan Kerja) | 88 |
| Tabel 4. 28. Distribusi Pernyataan Variabel Y ₃ (CSR) | 89 |
| Tabel 4. 29. Hasil Uji Normalitas data | 90 |
| Tabel 4. 30. Hasil Uji Homogenitas Variabel X terhadap Y ₁ | 91 |
| Tabel 4. 31. Hasil Uji Homogenitas Variabel X terhadap Y ₂ | 92 |
| Tabel 4. 32. Hasil Uji Homogenitas Variabel X terhadap Y ₃ | 92 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4. 33. Hasil Uji Regresi Linier Berganda X terhadap Y1 | 92 |
| Tabel 4. 34. Hasil Uji Regresi Linier Berganda X terhadap Y2 | 93 |
| Tabel 4. 35. Hasil Uji Regresi Linier Berganda X terhadap Y3 | 94 |
| Tabel 4. 36. Hasil Uji T X terhadap Y1 | 95 |
| Tabel 4. 37. Hasil Uji T X terhadap Y2 | 95 |
| Tabel 4. 38. Hasil Uji T X terhadap Y3 | 96 |
| Tabel 4. 39. Hasil Uji F X terhadap Y1 | 97 |
| Tabel 4. 40. Hasil Uji F X terhadap Y2 | 97 |
| Tabel 4. 41. Hasil Uji F X terhadap Y3 | 98 |
| Tabel 4. 42. Hasil Uji Koefisien Determinasi X terhadap Y1 | 98 |
| Tabel 4. 43. Hasil Uji Koefisien Determinasi X terhadap Y2 | 99 |
| Tabel 4. 44. Hasil Uji Koefisien Determinasi X terhadap Y3 | 99 |
| Tabel 4. 45. Dimensi variabel X yang paling Berpengaruh terhadap Y1 | 101 |
| Tabel 4. 46. Dimensi variabel X yang paling Berpengaruh terhadap Y2 | 103 |
| Tabel 4. 47. Dimensi variabel X yang paling Berpengaruh terhadap Y3 | 105 |
| Tabel 4. 48. Tabel Diagram dimensi dari responden | 107 |
| Tabel 4. 49. Tabel Diagram dimensi dari responden | 108 |
| Tabel 4. 50. Tabel Diagram dimensi dari hasil responden | 110 |
| Tabel 4. 51. Tabel Diagram dimensi dari responden | 112 |

