

DAFTAR PUSTAKA

- Aida W. Batubara, Paham Ginting, A. N. L. (2014). *Word Of Mouth Mahasiswa Program Studi Diploma Iii Administrasi Perpajakan FISIP USU*. 14(02), 191–202.
- Alawiyah, T. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Menginap Pada Hotel Diamond Di Kota Samarinda*. 6(2), 803–817.
- Arianty, N. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen handphone samsung*. 16(02), 68–81.
- Ariyanis, F., Sriwidodo, U., Wibowo, E., Studi, P., Fakultas, M., Universitas, E., & Riyadi, S. (2017). *Analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening*. 17(4), 608–620.
- Atmanegara, S. Y., Cahyono, D., Qomariah, N., & Sanosra, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Citra Perusahaan , Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso*. 9(1), 79–89.
- Darmawan, Z. C. dan A. A. R. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*. 3(2), 107–116.
- Dharma, R. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada pt. padang tour wisata pulau padang*. 6(2), 349–359.
- Emik Iriyanti, Nurul Qomariah, A. S. (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember*. 2(1), 1–15.
- Fathoni, A., & Haryono, A. T. (2016). *Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Pelabuhan Indonesia III Semarang*. 2(2).
- Firatmadi, A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus PT. Pelita Air Service)*. 2(2), 80–105.
- Fitri Rahmadani, I Made Suardana, H. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ud. Eva Group Mataram*. 16(1), 123–15.

- Fitri, M., Sari, I., Haryono, A. T., Hasiolan, L. B., Jurusan, M., Fakultas, M., ... Semarang, P. (2016). *Analisis Pengaruh Brand Equity , Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Positif Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Salon Rambut Johny Andrean Matahari Semarang)*. 02(02).
- Gulla, R., & Roring, Sem George Oroh, F. R. (2015). *Analisis harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel manado grace inn*. 3(1), 1313–1322.
- Handoko, B. (2017). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan*. 18(1), 61–72.
- Heri Setiawan, Maria Magdalena Minarsih, A. F. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan) Heri*. 2(2).
- Mat Amin, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Mat*. (92158).
- Mutholib. (2016). *Pengaruh Marketing Relationship Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Pada Ajb Bumiputera 1912 Kantor Wilayah Medan Cabang Medan Baru*. 17(01), 52–65.
- Nasib. (2017). *Effect of Service Quality on Customer Satisfaction*. 18(1), 30–44.
- Pranomo, D. S., & Haryono, A. T. (2016). *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Bmt Bina Umat Sejahtera Lasem)*. 02(02).
- Ridlo, R., Rizqy, R., & Fathoni, A. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen PT. Graha Service Indonesia Cabang Semarang)*. 2(2).
- Sanjaya, S. (2015). *Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Sinar Sosro Medan*. 16(02), 108–122.
- Sarjita. (2018). *Pengaruh pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna go-jek di daerah istimewa yogyakarta*.

- Siti Suryani, S. S. R. (2019). *Pengaruh brand image , brand trust , dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating*. 04(1), 1–13.
- Tielung, S. M. C. D. M. V. J. (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan, promosi ... Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena*. 3(3), 959–970.
- Winata, E. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Grand Serela Hotel & Convention Med*.
- Algifari. (2011). *Analisis Regresi: teori, kasus dan solusi*. Yogyakarta : BPFE
- Ali, Hasan. 2013. *Marketing dan kasus – kasus pilihan*. Yogyakarta : CAPS (Center For Academic Publising Service).
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2012). *Prosedur Penelitian suatu pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Andi Offset : Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Agus. 2013. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Edisi 3. Bandung : Alfabeta.
- Kennedy, John E. (2009). *Manajemen Event*. PT Bhuana Ilmu Populer : Jakarta.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Management*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyodi, Rambat dan Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Pratikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- M. Enis, Ben. (1974). *Marketing Principles: the management Process*. Universitas Michigan : Goodyear Pub
- Manurung. 2014. *Analisis Jalur (Path Analysis)*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Masngudi dan Noor Salim. 2012. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta Timur : Trianandra University Press.
- Rahmayanti, N. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Jakarta : Salemba Empat.
- Sarjono, Haryadi., dan Julianita, Winda. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta : Penerbit Salemba empat.
- Sugiarto. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Edisi 1. Yogyakarta : ANDI.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Terry, George R. dalam Afifudin. 2013. *Dasar-dasar Manajemen*, (Terje: G.A Ticoalu), Bandung : CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service Quality dan Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : Andi

- Trimanah. 2012. *Reputasi dalam Kerangka Kerja Public Relations*. Fakultas Ilmu Komunikasi UNISSULA Jalan Kaligawe. Semarang.
- Umar, Husain. 2012. *Metode Penelitian skripsi dan Tesis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Umar, Husein. 2014. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Wahana Komputer. 2009. *SPSS 17 Untuk Pengolahan Data Statistik*. Yogyakarta : ANDI.
- Yamin, Sofyan dan Kurniawan, Heri. 2014. *SPSS COMPLETE Teknik Analisis Statistik Terlengkap Dengan Software SPSS*. Edisi 2. Jakarta Selatan : Salemba Infotek.

DATA KUESIONER

A. Identitas Responden

Isilah data responden berikut ini secara lengkap. Berilah tanda (\surd) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan kriteria.

1. Jenis kelamin : Laki - laki
 Perempuan

2. Usia : $\geq 15-20$ Tahun
 $\geq 20-25$ Tahun
 $> 25-35$ Tahun
 > 35 Tahun

3. Pekerjaan : Pegawai Negri Sipil
 Wirausaha atau wiraswasta
 Karyawan
 Mahasiswa
 Lainnya.....

4. Penghasilan atau gaji : $< \text{Rp } 2.000.000$
 $\geq \text{Rp } 2.000.000 - 5.000.000$
 $\geq \text{Rp } 5.000.000 - 10.000.000$
 $\geq \text{Rp } 10.000.000$

B. Petunjuk Pengisian

Ketentuan Menjawab:

1. Bacalah dengan cermat, agar jawaban yang diberikan dapat memberikan informasi yang berguna sesuai dengan tujuan instrument
2. Jawablah pernyataan berikut dengan memberikan tanda checklist (√) pada salah satu kolom pilihan yang telah disediakan.
3. Jawablah pernyataan dengan memberikan 1 jawaban pada masing-masing pernyataan.
4. Jika anda telah menyilang salah satu jawaban dan ternyata anda menganggap jawaban tersebut salah, maka anda diperkenankan untuk mengganti jawaban dengan member tanda (=) pada jawaban yang anda anggap salah, lalu memberi tanda *checklist* pada jawaban yang menurut anda benar.

Sangat Tidak Setuju	(STS) = 1
Tidak Setuju	(TS) = 2
Netral	(N) = 3
Setuju	(S) = 4
Sangat Setuju	(SS) = 5

Kuesioner Penelitian

1. Variabel Loyalitas Pelanggan (Z)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Melakukan pembelian ulang						
1	Saya akan menggunakan kembali jasa dari MY ALL Hotel Kota Padang					
2	Ketika ingin menggunakan jasa hotel saya selalu memilih MY ALL Hotel Kota Padang					
3	MY ALL Hotel Kota Padang menjadi pilihan ketika saya membutuhkan jasa perhotelan					
Merekomendasikan Kepada Pihak Lain						
4	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain tentang MY ALL Hotel Kota Padang					
5	Saya akan memberitahukan mutu pelayanan dari MY ALL Hotel Kota Padang					
6	Saya akan menyarankan orang lain untuk memilih MY ALL Hotel Kota Padang sebagai pilihannya					
Tidak Berniat Untuk Pindah						
7	MY ALL Hotel Kota Padang merupakan pilihan saya dalam menginap					
8	Saya memilih MY ALL Hotel Kota Padang dibandingkan hotel lain					
9	Saya akan tetap dan loyal kepada MY ALL Hotel Kota Padang					
Membicarakan hal – hal yang positif						
10	MY ALL Hotel Kota Padang mempunyai fasilitas yang lengkap					
11	MY ALL Hotel Kota Padang memberikan layanan tepat waktu					
12	MY ALL Hotel Kota Padang memberikan kenyamanan tersendiri bagi saya					

2. Variabel Promotion (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Periklanan (<i>advertising</i>)						
1	Informasi mengenai MY ALL Hotel Kota Padang mudah saya dapatkan					
2	Pesan promosi yang disampaikan MY ALL Hotel Kota Padang menarik bagi saya					
3	Promosi yang disampaikan oleh MY ALL Hotel Kota Padang Mudah saya pahami					
Penjualan perseorangan (<i>personal selling</i>)						
4	Karyawan MY ALL Hotel Kota Padang memberikan pelayanan yang baik bagi saya					
5	Manager MY ALL Hotel Kota Padang yang memberikan waktu luang kepada saya untuk memberikan sejumlah informasi					
6	Manager MY ALL Hotel Kota Padang ramah dalam memberikan informasi kepada saya					
Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations and publicity</i>)						
7	Para tamu sering diundang oleh MY ALL Hotel Kota Padang pada event – event tertentu yang diselenggarakan di MY ALL Hotel tersebut					
8	Berita – berita yang berhubungan dengan MY ALL Hotel kota Padang membantu saya untuk mendapatkan informasi tentang MY ALL Hotel tersebut					
9	Situs MY ALL Hotel Kota Padang membantu saya dalam memberikan informasi					
Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>)						
10	Pemberian potongan harga oleh MY ALL Hotel Kota Padang mempengaruhi saya dalam memilih hotel ini					
11	MY ALL Hotel Kota Padang memberikan banyak potongan harga untuk pelanggannya					
12	MY ALL Hotel Kota Padang memberikan paket harga menginap kepada pelanggan setia MY ALL Hotel Kota Padang					

Penjualan Langsung (<i>direct marketing</i>)						
13	MY ALL Hotel Kota Padang dalam mempromosikan jasa via telemarketing mempengaruhi keputusan saya dalam memilih MY ALL Hotel Kota Padang ini					
14	MY ALL Hotel Kota Padang mempromosikan jasa via Media sosial mempengaruhi keputusan saya dalam memilih MY ALL Hotel Kota Padang ini					
15	MY ALL Hotel Kota Padang memberikan informasi tentang keuntungan menginap di MY ALL Hotel melalui <i>sales and marketing</i> secara langsung					

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Bentuk Fisik (<i>Tangibles</i>)						
1	MY ALL Hotel Kota Padang memiliki fasilitas yang lengkap					
2	Fasilitas fisik MY ALL Hotel Kota Padang memiliki daya tarik tersendiri					
3	Karyawan MY ALL Hotel Kota Padang berpakaian dan berpenampilan rapi					
Keandalan (<i>Reability</i>)						
4	MY ALL Hotel Kota Padang menepati janji mereka untuk melakukan sesuatu pada waktu yang ditentukan					
5	MY ALL Hotel Kota Padang dapat diandalkan atau dipercaya					
6	MY ALL Hotel Kota Padang bersikap simpatik terhadap masalah pelanggan					
Empati (<i>Emphaty</i>)						
7	MY ALL Hotel Kota Padang memberikann perhatian individual atau personal kepada pelanggan					

8	MY ALL Hotel Kota Padang memahami kebutuhan pelanggan					
9	MY ALL Hotel Kota Padang bersungguh – sungguh memperhatikan kepentingan pelanggan					
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)						
10	Pihak MY ALL Hotel Kota Padang selalu siap dalam memberikan pelayanan					
11	Pihak MY ALL Hotel Kota Padang selalu bersedia membantu para pelanggan					
12	MY ALL Hotel Kota Padang menanggapi setiap permintaan pelanggan secara cepat					
Jaminan dan kepastian (<i>Assurance</i>)						
13	Pelanggan merasa aman melakukan transaksi dengan karyawan MY ALL Hotel Kota Padang					
14	Karyawan MY ALL Hotel Kota Padang mendapatkan dukungan yang memadai dari institusinya sehingga dapat melaksanakan tugasnya dengan baik					
15	Pelanggan dapat mempercayai karyawan MY ALL Hotel Kota Padang					

4. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Kenyaman yang dirasakan pelanggan pada saat pelayanan diberikan						
1	Terjadinya komunikasi yang baik antar pelanggan dengan karyawan pada MY ALL Hotel Kota Padang membuat hubungan baik dan kenyamanan di MY ALL Hotel Kota Padang					
2	Ketanggapan karyawan MY ALL Hotel Kota Padang sangat cepat kepada pelanggan					
3	Fasilitas lengkap yang diberikan MY ALL Hotel Kota Padang membuat nyaman ketika menginap di MY ALL Hotel Kota Padang					
Keyakinan pelanggan atas pelayanan yang diberikan						
4	MY ALL Hotel Kota Padang Memberikan rasa nyaman dan aman kepada pelanggannya					
5	Resepsionis MY ALL Hotel Kota Padang secara konsisten berperilaku ramah dan sopan					
6	Pelayanan yang baik yang dilakukan oleh pihak MY ALL Hotel Kota Padang akan menimbulkan keyakinan pelanggan untuk menginap pada MY ALL Hotel Kota Padang					
Minat untuk selalu menggunakan jasa						
7	Pelayanan yang diberikan MY ALL Hotel Kota Padang sangat puas dan membuat pelanggan ingin selalu menggunakan MY ALL Hotel Kota Padang sebagai tempat menginap					
8	Lokasi MY ALL Hotel Kota Padang sangat strategis dan membuat kenyamanan menginap pada MY ALL Hotel Kota Padang					
9	Harga yang ditawarkan MY ALL Hotel Kota Padang sangat terjangkau					

Kepuasan atas perhatian yang diberikan oleh pihak perusahaan					
10	Pelanggan MY ALL Hotel Kota Padang sangat merasa puas dengan perhatian yang diberikan oleh pihak MY ALL Hotel Kota Padang kepada pelanggannya				
11	Karyawan MY ALL Hotel Kota Padang cepat tanggap bila pelanggan membutuhkan bantuan				
12	MY ALL Hotel Kota Padang selalu memberikan simpati atau perhatian kepada pelanggan yang menginap di MY ALL Hotel Kota Padang				

LAMPIRAN 3

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan, Promotion ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.386 ^a	.149	.129	4.125

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promotion

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	259.216	2	129.608	7.617	.001 ^a
	Residual	1480.440	87	17.017		
	Total	1739.656	89			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promotion

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.133	4.180		6.252	.000
	Promotion	.152	.066	.238	2.303	.024
	Kualitas Pelayanan	.149	.063	.243	2.355	.021

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Regression 2

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Loyalitas Pelanggan	44.99	4.884	90
Promotion	55.14	6.934	90
Kualitas Pelayanan	52.50	7.213	90
Kepuasan Pelanggan	42.32	4.421	90

Correlations

		Loyalitas Pelanggan	Promotion	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Pearson Correlation	Loyalitas Pelanggan	1.000	.427	.527	.045
	Promotion	.427	1.000	.288	.308
	Kualitas Pelayanan	.527	.288	1.000	.312
	Kepuasan Pelanggan	.045	.308	.312	1.000
Sig. (1-tailed)	Loyalitas Pelanggan	.	.000	.000	.335
	Promotion	.000	.	.003	.002
	Kualitas Pelayanan	.000	.003	.	.001
	Kepuasan Pelanggan	.335	.002	.001	.
N	Loyalitas Pelanggan	90	90	90	90
	Promotion	90	90	90	90
	Kualitas Pelayanan	90	90	90	90
	Kepuasan Pelanggan	90	90	90	90

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan Pelanggan, Promotion, Kualitas Pelayanan ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.633 ^a	.401	.380	3.846	1.336

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Promotion, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	850.742	3	283.581	19.169	.000 ^a
	Residual	1272.247	86	14.794		
	Total	2122.989	89			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Promotion, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	23.907	4.692		5.095	.000		
	Promotion	.248	.063	.352	3.918	.000	.865	1.157
	Kualitas Pelayanan	.334	.061	.494	5.492	.000	.862	1.160
	Kepuasan Pelanggan	-.239	.100	-.217	-2.395	.019	.851	1.175

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Coefficient Correlations^a

Model			Kepuasan Pelanggan	Promotion	Kualitas Pelayanan
1	Correlations	Kepuasan Pelanggan	1.000	-.240	-.245
		Promotion	-.240	1.000	-.212
		Kualitas Pelayanan	-.245	-.212	1.000
	Covariances	Kepuasan Pelanggan	.010	-.002	-.001
		Promotion	-.002	.004	.000
		Kualitas Pelayanan	-.001	.000	.004

Coefficient Correlations^a

Model			Kepuasan Pelanggan	Promotion	Kualitas Pelayanan
1	Correlations	Kepuasan Pelanggan	1.000	-.240	-.245
		Promotion	-.240	1.000	-.212
		Kualitas Pelayanan	-.245	-.212	1.000
	Covariances	Kepuasan Pelanggan	.010	-.002	-.001
		Promotion	-.002	.004	.000
		Kualitas Pelayanan	-.001	.000	.004

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Collinearity Diagnostics^a

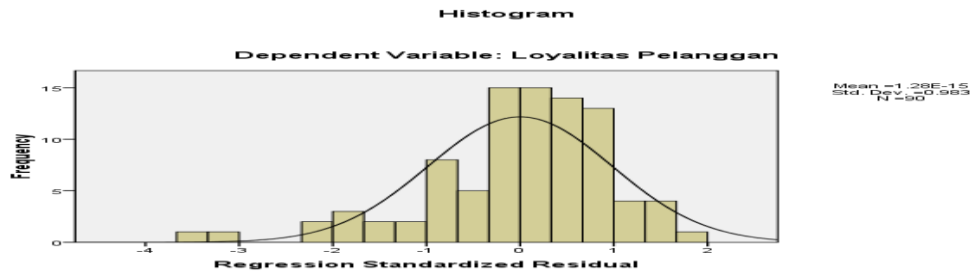
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Promotion	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
1	1	3.973	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.012	17.970	.01	.30	.87	.02
	3	.009	20.672	.08	.65	.12	.37
	4	.005	27.717	.91	.05	.01	.61

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

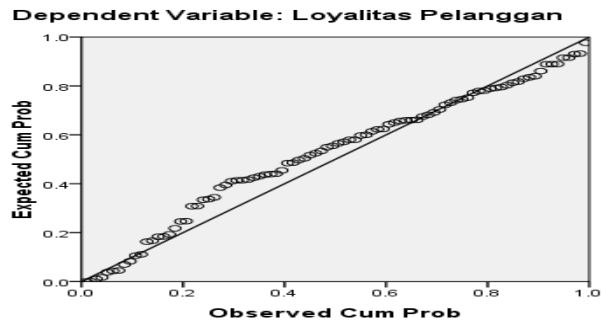
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	34.69	51.44	44.99	3.092	90
Std. Predicted Value	-3.330	2.086	.000	1.000	90
Standard Error of Predicted Value	.435	1.599	.775	.241	90
Adjusted Predicted Value	35.67	51.47	45.02	3.027	90
Residual	-13.504	7.612	.000	3.781	90
Std. Residual	-3.511	1.979	.000	.983	90
Stud. Residual	-3.587	2.020	-.003	1.011	90
Deleted Residual	-14.099	7.931	-.027	4.004	90
Stud. Deleted Residual	-3.868	2.058	-.010	1.035	90
Mahal. Distance	.147	14.392	2.967	2.705	90
Cook's Distance	.000	.204	.015	.035	90
Centered Leverage Value	.002	.162	.033	.030	90

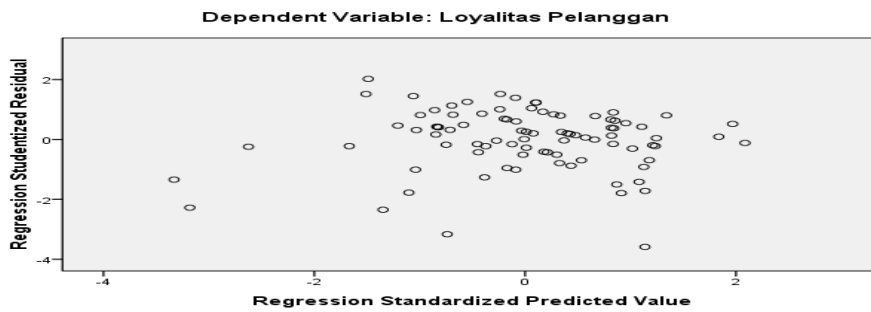
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	90

Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.78086042
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.056
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		1.135
Asymp. Sig. (2-tailed)		.152
a. Test distribution is Normal.		

LAMPIRAN 4

Dokumentasi Di MY ALL Hotel Kota Padang

