



**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas
Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel
Intervening**

(Studi Pada Peserta Didik Lembaga Bimbingan Belajar Ganesha
Operation Cilacap)

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan

Pendidikan Strata I

Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

Adella Diesta Cahya Mulia

14020217120020

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2021

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adella Diesta Cahya Mulia
NIM : 14020217120020
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas
Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening
(Studi Pada Peserta Didik Lembaga Bimbingan Belajar Ganesha Operation
Cilacap)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, 25 Juli 2021

Pembuat Pernyataan,



Adella Diesta Cahya Mulia

14020217120020

PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening** (Studi Pada Peserta Didik Lembaga Bimbingan Belajar Ganesha Operation Cilacap)

Nama Penyusun : Adella Diesta Cahya Mulia

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 27 September 2021

Dekan



Dr. Hardi Warsono, M.T.P

NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I

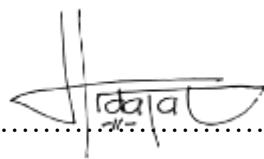


Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si

(..........)

Dosen Penguji

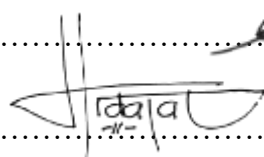
1. Agung Budiarmo, S.Sos., M.M

(..........)

2. Drs. Saryadi, M.Si

(..........)

3. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si

(..........)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dan aku belum pernah kecewa dalam berdoa kepada-Mu ya Tuhanku..”

(QS. Maryam : 4)

“Selama dalam hati kita masih tersisa ruang untuk percaya dan berbaik sangka pada setiap ketetapan-Nya, maka akan selalu ada celah untuk setiap kemungkinan terindah dari-Nya”

(Kang Ihsan)

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas rahmat dan karunia-Nya, skripsi ini saya persembahkan untuk :

- *Teruntuk diri saya sendiri, yang telah berjuang dan pantang menyerah dalam menyusun skripsi ini*
- *Orang tua tercinta (Alm) Papa Sudiran dan Mama Esti Larasati yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, doa dan motivasi semangat serta pelajaran hidup yang sangat berharga kepada saya hingga bisa sampai pada titik ini.*
- *Mas Allen, Mba Ade, Auddy, dan Nadra saudara serta keponakan yang selalu memberikan semangat dan cerita asik dirumah*
- *Untuk orang terdekat saya Mas Patra, Celien, Dhea, Dilla, Fiki, Monik yang selalu mensupport dan mendengar keluh kesah penulis.*
- *Untuk teman seperjuangan saya Tita, Elin, Ria, Helmi, Agus, Anggi, Dede, Ismi, Zahra, dan Yayang terimakasih untuk cerita dan kenangannya selama masa kuliah. Sukses selalu buat kalian guys!*
- *Pak Agung Budiatmo selaku dosen wali, Pak Wahyu Hidayat selaku dosen pembimbing 1 dan Pak Saryadi selaku dosen pembimbing 2. Terimakasih sudah membimbing dan mengarahkan saya dengan baik.*
- *Seluruh dosen Administrasi Bisnis dan teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2017*
- *Semua teman-teman terdekat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan serta dukungannya selama ini.*

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Pada Peserta Didik Lembaga Bimbingan Belajar Ganesha Operation
Cilacap)**

ABSTRAK

Seiring dengan berkembangnya dunia di era globalisasi yang semakin maju dan modern, peran penting sumber daya manusia dibutuhkan guna membawa perubahan terhadap pembangunan suatu negara. Untuk memajukan sumber daya manusia yang ada maka diperlukan adanya peningkatan kualitas pendidikan. Industri yang bergerak di bidang jasa pendidikan (non-formal) merupakan salah satu alternatif untuk mengatasi permasalahan tersebut yakni dengan mendirikan sebuah lembaga bimbingan belajar yang bertujuan untuk membantu siswa yang kesulitan belajar dan meningkatkan prestasi. Tujuan perusahaan dalam mempertahankan usahanya adalah memberikan kepuasan terhadap konsumen agar kemudian akan loyal, yang dapat di memperhatikan beberapa aspek seperti kualitas pelayanan dan harga.

Penelitian ini memiliki tujuan yakni untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Peserta Didik Lembaga Bimbingan Belajar Ganesha Operation Cilacap). Populasi yang digunakan adalah seluruh siswa yang mengikuti bimbingan belajar di Ganesha Operation Cilacap pada tahun ajaran 2020/2021 yang berjumlah 156 siswa sedangkan sampelnya yakni 72 siswa SMA/SLTA yang mengikuti bimbingan belajar di Ganesha Operation tahun ajaran 2020/2021 dengan menggunakan teknik pengambilan sampel Sensus atau Sampel Jenuh.

Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Analisis data dilakukan menggunakan *SPSS 23.0 for Windows*, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi koefisien determinasi, regresi sederhana dan berganda, uji sinifikansi (uji t dan uji F) serta analisis jalur. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai F hitung (25,426) > F tabel (3,13). Hasil pengujian analisis jalur membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga mengalami peningkatan apabila menjadikan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

Saran yang diberikan dalam penelitian ini yakni bimbek Ganesha Operation Cilacap untuk mengupayakan peningkatan kualitas pelayanan secara maksimal dan konsisten, menyesuaikan harga program bimbingan, serta kepuasan dalam diri konsumen sehingga dapat tercipta konsumen yang loyal.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON CONSUMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE

(Study on Ganesha Operation Cilacap Guidance Institute Students)

ABSTRACT

Along with the development of the world in an increasingly advanced and modern era of globalization, the important role of human resources is needed to bring change to the development of a country. To advance existing human resources, it is necessary to improve the quality of education. An industry engaged in education services (non-formal) is one alternative to overcome these problems, namely by establishing a tutoring institution that aims to help students who have learning difficulties and improve achievement. The company's goal is to maintain. Its business is to provide satisfaction to consumers so that they will be loyal, which can be considered in several aspects such as service quality and price.

This study has a purpose, namely to determine the effect of service quality and price on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable (study of Ganesha Operations Guidance Institute Students, Cilacap). The population used was all students who took tutoring at Ganesha Operation Cilacap in the 2020/2021 academic year, totaling 156 students while the sample was 72 high school/high school students who took tutoring at Ganesha Operation for the 2020/2021 academic year using the Census sampling technique or Saturated Sample.

The type of research used is explanatory research. Data analysis was performed using SPSS 23.0 for Windows, where previously the validity test, reliability test, correlation coefficient determination coefficient, simple and multiple regression, significance test (t test and F test) and path analysis were carried out. The results of the study indicate that service quality, price, and customer satisfaction simultaneously have a significant effect on consumer loyalty with the calculated F value (25,426) > F table (3,13). The results of the path analysis test prove that the service quality and price variables have increased when making customer satisfaction an intervening variable.

Suggestions given in this study are Ganesha Operation Cilacap tutoring to seek to improve the quality of service optimally and consistently, adjust the price of the guidance program, and satisfaction in consumers so that loyal consumers can be created.

Key Words : Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Peserta Didik Lembaga Bimbingan Belajar Ganesha Operation Cilacap)”**.

Dalam penyusunan laporan ini, tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak yang dengan tulus dan ikhlas, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, tidak ada kata yang lebih mulia selain ucapan terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang telah memberikan bantuan serta dukungan kepada saya dalam menyelesaikan penelitian ini, terkhusus kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.T.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Drs. Wahyu Hidayat, M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dengan sabar dalam penyusunan skripsi.
4. Drs. Saryadi, M.Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dengan sabar dalam penyusunan skripsi.
5. Agung Budiarmo, S.Sos., M.M selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Administrasi Bismis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh pihak lembaga bimbingan belajar Ganesha Operation Cilacap yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktunya kepada penulis selama proses penelitian.

8. Serta berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan karya ilmiah ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini bermanfaat nyata bagi kemajuan kita bersama.

Semarang, 25 Juli 2021

Penulis



Adella Diesta Cahya Mulia

NIM 14020217120020

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	i
KEASLIAN.....	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAKSI	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	17
1.1 Latar Belakang	17
1.2 Perumusan Masalah	26
1.3 Tujuan Penelitian	27
1.4 Kegunaan Penelitian	27
1.5 Kerangka Teori	28
1.5.1 Perilaku Konsumen	28
1.5.2 Loyalitas Konsumen	29
1.5.3 Kualitas Pelayanan	31
1.5.4 Harga.....	33
1.5.5 Kepuasan Konsumen.....	35
1.5.6 Hubungan Antar Variabel Penelitian	38
1.5.7 Penelitian Terdahulu	41
1.5.8 Kerangka Pemikiran.....	42
1.6 Hipotesis	43
1.7 Definisi Konseptual	44
1.8 Definisi Operasional	44
1.9 Metode Penelitian	48
1.9.1 Tipe Penelitian	48
1.9.2 Populasi dan Sampel.....	48
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel	49
1.9.4 Jenis dan Sumber Data	50

1.9.5 Skala Pengukuran.....	51
1.9.6 Teknik Pengumpulan Data.....	51
1.9.7 Instrumen Penelitian.....	52
1.9.8 Teknis Analisis.....	54
BAB II DESKRIPSI BIMBEL GANESHA OPERATION CILACAP.....	62
2.1 Gambaran Umum dan Sejarah Perusahaan.....	62
2.2 Lokasi Usaha.....	63
2.3 Visi, Misi dan Nilai Perusahaan.....	63
2.4 Logo Perusahaan.....	64
2.5 Struktur Organisasi Ganesha Operation Cilacap.....	65
2.6 Jam Operasional.....	67
2.7 Program bimbingan yang ditawarkan.....	68
2.8 Fasilitas – fasilitas yang diberikan oleh Ganesha Operation.....	74
2.9 Jumlah Tenaga Kerja.....	75
2.10 Analisis Deskriptif Responden.....	78
2.10.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	78
2.10.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
2.10.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas.....	80
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	81
3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	81
3.1.1 Uji Validitas.....	81
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	86
3.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	87
3.2.1 Analisis Deskriptif Variabel.....	87
3.3 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	142
3.3.1 Analisis Korelasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	142
3.3.2 Analisis Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	143
3.3.3 Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	144
3.3.4 Uji Signifikansi (Uji Statistik t) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	145
3.4 Analisis Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	146
3.4.1 Analisis Korelasi Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	146
3.4.2 Analisis Koefisien Determinasi Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	147

3.4.3 Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	148
3.4.4 Uji Signifikansi (Uji Statistik t) Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	149
3.5 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	149
3.5.1 Analisis Korelasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	149
3.5.2 Analisis Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	150
3.5.3 Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	151
3.5.4 Uji Signifikansi (Uji Statistik t) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	152
3.6 Analisis Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	153
3.6.1 Analisis Korelasi Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen....	153
3.6.2 Analisis Koefisien Determinasi Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	154
3.6.3 Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	155
3.6.4 Uji Signifikansi (Uji Statistik t) Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	156
3.7 Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	156
3.7.1 Analisis Korelasi Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	156
3.7.2 Analisis Koefisien Determinasi Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	157
3.7.3 Analisis Regresi Sederhana Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	158
3.7.4 Uji Signifikansi (Uji Statistik t) Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	159
3.8 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	160
3.8.1 Analisis Korelasi Ganda Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	160
3.8.2 Analisis Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	161
3.8.3 Analisis Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	162

3.8.4 Uji F (Uji Simultan) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	163
3.9 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	165
3.9.1 Analisis Jalur Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	165
3.10 Pembahasan.....	172
BAB IV PENUTUP	180
4.1 Kesimpulan	180
4.2 Saran	182
DAFTAR PUSTAKA	184
LAMPIRAN.....	187

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Siswa Per Jenjang Pendidikan Pada Ganesha Operation Cilacap	24
Tabel 1.2. Penelitian Terdahulu	41
Tabel 1.3 Penentuan Skor dengan menggunakan Skala Likert.....	51
Tabel 1.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	55
Tabel 2.1 Jabatan Dan Jumlah Karyawan Ganesha Operation Cilacap	76
Tabel 2.2 Karakteristik Karyawan Ganesha Operation Cilacap Berdasarkan Kategori Pendidikan	77
Tabel 2.3 Karakteristik Karyawan Ganesha Operation Cilacap Berdasarkan Umur	77
Tabel 2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	80
Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	82
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Harga.....	84
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	85
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	85
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas Variabel.....	87
Tabel 3.6 Tanggapan Responden Terhadap Ruang Kelas yang Memadai Dengan Fasilitas Lengkap	88
Tabel 3.7 Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan Ruang Kelas Untuk Proses Belajar Mengajar	89
Tabel 3.8 Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan Di Dalam dan Di Luar Lingkungan Bimbel	90
Tabel 3.9 Tanggapan Responden Terhadap Kelengkapan Sarana dan Prasarana Penunjang	91
Tabel 3.10 Tanggapan Responden Terhadap Kerapian dan Penampilan Pengajar	92
Tabel 3.11 Tanggapan Responden Terhadap Ketepatan Waktu Mengajar.....	93
Tabel 3.12 Tanggapan Responden Terhadap Ketepatan dan Keakuratan Metode Pembelajaran	95
Tabel 3.13 Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan dan Keandalan Pengajar	96
Tabel 3.14 Tanggapan Responden Terhadap Pengajar yang Bersikap Ramah dan Simpatik.....	97
Tabel 3.15 Tanggapan Responden Terhadap Kecepatan dan Ketepatan Layanan Kepada Peserta Didik	99
Tabel 3.16 Tanggapan Responden Terhadap Kesediaan Dalam Membantu Peserta Didik	100

Tabel 3.17 Tanggapan Responden Terhadap Ketanggapan Pada Permasalahan Peserta Didik	101
Tabel 3.18 Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan dan Pengetahuan Pengajar	103
Tabel 3.19 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Dalam Mengikuti Bimbel	104
Tabel 3.20 Tanggapan Responden Terhadap Kepastian Rasa Aman Mengikuti Bimbel	105
Tabel 3.21 Tanggapan Responden Terhadap Pemahaman Pengajar Pada Kebutuhan Peserta Didik.....	107
Tabel 3.22 Tanggapan Responden Terhadap Perhatian Pengajar Kepada Peserta Didik.....	108
Tabel 3.23 Tanggapan Responden Terhadap Sikap Ganesha Operation Cilacap Yang Mengutamakan Kepentingan Peserta Didik	109
Tabel 3.24 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	110
Tabel 3.25 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan	114
Tabel 3.26 Tanggapan Responden Terhadap Keterjangkauan Harga Yang Ditawarkan Ganesha Operation Cilacap Sesuai Dengan Program Bimbingan Yang Tersedia.....	116
Tabel 3.27 Tanggapan Responden Terhadap Variasi Harga Yang Ditawarkan Sesuai Dengan Tipe Program Bimbingan	117
Tabel 3.28 Tanggapan Responden Terhadap Daya Saing Harga yang ditawarkan Ganesha Operation Cilacap Dengan Jenis Bimbel Lainnya.....	119
Tabel 3.29 Tanggapan Responden Terhadap Harga Program Bimbingan Yang Ditawarkan Ganesha Operation Cilacap Sesuai Dengan Manfaat Yang Diberikan.....	120
Tabel 3.30 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga.....	121
Tabel 3.31 Kategorisasi Variabel Harga	123
Tabel 3.32 Tanggapan Responden Terhadap Perasaan Puas Dengan Kualitas Pelayanan Yang Diberikan Ganesha Operation Cilacap.....	125
Tabel 3.33 Tanggapan Responden Terhadap Perasaan Puas Dengan Harga Program Bimbingan Belajar Yang Ditawarkan	126
Tabel 3.34 Tanggapan Responden Terhadap Perasaan Emosional Dengan Jasa Yang Diberikan Bimbel Ganesha Operation Cilacap	128
Tabel 3.35 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen.....	129
Tabel 3.36 Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen.....	131
Tabel 3.37 Tanggapan Responden Terhadap Keteraturan Dalam Mengikuti Bimbingan Belajar.....	132
Tabel 3.38 Kemauan Membicarakan/Menyampaikan Hal Positif Mengenai Kualitas Bimbel Ganesha Operation Cilacap Kepada Orang Lain ..	134

Tabel 3.39 Kemauan Merekomendasikan Bimbel Ganesha Operation Cilacap Kepada Orang Lain	136
Tabel 3.40 Tetap Menggunakan Jasa Ganesha Operation Cilacap Dan Menolak Tawaran Pesaing Sejenis	137
Tabel 3.41 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Konsumen..	138
Tabel 3.42 Kategorisasi Variabel Loyalitas Konsumen.....	140
Tabel 3.43 Hasil Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen	143
Tabel 3.44 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	143
Tabel 3.45 Hasil Regresi Sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	144
Tabel 3.46 Hasil Uji Signifikansi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	146
Tabel 3.47 Hasil Korelasi Variabel Harga Dan Kepuasan Konsumen	146
Tabel 3.48 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	147
Tabel 3.49 Hasil Regresi Sederhana Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	148
Tabel 3.50 Hasil Uji Sginifikansi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	149
Tabel 3.51 Hasil Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	150
Tabel 3.52 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	150
Tabel 3.53 Hasil Regresi Sederhana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	151
Tabel 3.54 Hasil Uji Signifikansi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	152
Tabel 3.55 Hasil Korelasi Variabel Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	153
Tabel 3.56 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	154
Tabel 3.57 Hasil Regresi Sederhana Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	155
Tabel 3.58 Hasil Uji Signifikansi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	156
Tabel 3.59 Hasil Korelasi Variabel Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	157
Tabel 3.60 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	158
Tabel 3.61 Hasil Regresi Sederhana Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	158
Tabel 3.62 Hasil Uji Signifikansi Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	159

Tabel 3.63 Hasil Korelasi Ganda Variabel Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	160
Tabel 3.64 Hasil Koefisien Determinasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	161
Tabel 3.65 Hasil Regresi Berganda Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	162
Tabel 3.66 Hasil Uji F Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	164
Tabel 3.67 Hasil Pengujian Analisis Jalur	165
Tabel 3.68 Perhitungan Regresi Dalam Analisis Jalur Substruktur I	167
Tabel 3.69 Perhitungan Regresi Dalam Analisis Jalur Substruktur II	169
Tabel 3.71 Ringkasan Perolehan Hasil Uji Hipotesis	172

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Top Brand Index Bimbel di Indonesia Kategori Anak- Anak..	23
Gambar 1.2 Data Top Brand Index Bimbel di Indonesia Kategori Remaja	23
Gambar 1.3 Data Loyalitas Siswa Ganesha Operation Cilacap Tahun Ajaran 2020/2021	24
Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran Penelitian	42
Gambar 1.5 Uji Statistik t	58
Gambar 1.6 Diagram Jalur Paradigma Hubungan Antar Variabel	60
Gambar 2.1 Logo Ganesha Operation.....	65
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Ganesha Operation Cilacap.....	66
Gambar 3.1 Diagram Jalur Persamaan Substruktur I.....	168
Gambar 3.2 Diagram Jalur Persamaan Substruktur II	171