

**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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI DIVA CLINIC
SKIN & BODY CARE PEKANBARU RIAU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral
Comprehensif Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

OLEH

SITI FATIMAH
NIM. 11571204785

**PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2019



**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI DIVA CLINIC
SKIN & BODY CARE PEKANBARU RIAU**

SKRIPSI



OLEH

SITI FATIMAH
NIM. 11571204785

PROGRAM S1

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2019

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 atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SITI FATIMAH
 NIM : 11571204785
 KONSENTRASI : PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : SI MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : IX (SEMBILAN)
 JUDUL : PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI DIVA CLINIC SKIN & BODY CARE PEKANBARU RIAU
 HARI/TANGGAL : SELASA/ 31 DESEMBER 2019

PANITIA PENGUJI

KETUA

AINUN MARDIAH, SE, MM
 NIP.19781203 200604 2 001

ANGGOTA

PENGUJI I

RIKI HANRI MALAU, S.E., MM
 NIP. 19710124 200701 1 020

PENGUJI II

DR. MUHAMMAD APRIL, SH, M.HUM
 NIK.130712072



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SITI FATIMAH
 NIM : 11571204785
 KONSENTRASI : PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : IX (SEMBILAN)
 JUDUL : PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI DIVA CLINIC SKIN & BODY CARE PEKANBARU

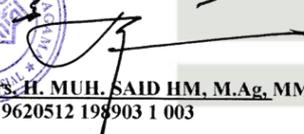
**DISETUJUI OLEH
 PEMBIMBING**


ASTUTI MEFLINDA, SE, MM
 NIP. 19720513 200701 2018

MENGETAHUI



DEKAN


Dr. Drs. H. MUH. SAID HM, M.Ag, MM
 NIP. 19620512 198903 1 003

KETUA PRODI S1 MANAJEMEN


AINUN MARDIAH, SE, MM
 NIP.19781203 200604 2 001



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

**Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Diva Clinic Skin&Body Care Pekanbaru Riau
Oleh:**

SITI FATIMAH
11571204785

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen Di Diva Clinic Skin&Body Care Pekanbaru. Sampel Dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Dengan menggunakan metode Accidental Sampling. Adapun analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linear berganda dan data tersebut dianalisis dengan menggunakan program SPSS V.23. Berdasarkan Uji t menunjukkan bahwa Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen Pada Diva Clinic Skin&Body Care Pekanbaru. Secara simultan variabel independen (Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Loyalitas Konsumen) pada jasa Di Diva Clinic Skin&Body Care Pekanbaru. Nilai R 56,5% variabel Loyalitas Konsumen dipengaruhi oleh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan sementara sisanya 43,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Kualitas pelayanan dan Loyalitas Konsumen

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Ahamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, karena berkah dan limpahan rahmat dan hidayah-nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Selanjutnya salawat beriring salam kepada baginda Rasulluah SAW yang menjadi pimpinan umat islam sepanjang masa serta guru bagi semua mahluk dimuka bumi ini atas segala ilmu yaang telah beliau titiskan untuk umat manusia.

Skripsi ini berjudul **Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Diva Clinic Skin&Body Care Paekanbaru** yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari tanpa adanya doa dan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang memberikan rahmat dan nikmat-nya yang tak terhingga sehingga menjadikan kelancaran dalam penulisan skripsi ini.serta Rasulullah SAW yang menjadi suri tauladan bagi seluruh umat manusia dan menjadi inspirasi dalam berprilaku.
2. Terimakasih kepada kedua orang tua papa tercinta Ahmad Damhuri dan Mama tercinta Rabbi Yuni, yang membesarkan dan membimbing dengan penuh kasih sayang serta pengorbanan yang tiada terkira, sungguh mulia pengorbananmu dengan kesabaran,ketabahan dan kasih sayanag dan do'a untuk keberhasilan ananda.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bapak Prof. Dr. KH. Ahmad Mujahidin, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Drs. H. Almasri, H.Si selaku Ketua Senat Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Drs. H. Muh. Said HM,M.Ag. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Dr. Hj. Leny Nofianti, Ms, SE, M.Si, AK, CA selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Ibu Dr. Hj. Julina, SE, Msi selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Dr. Amrul Muzar, SHI, MA Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Ibu Ainun Mardiah, SE, MM Selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Pemping Skripsi yang telah banyak membantu, mengarahkan, membimbing dengan penuh kesabaran dan keikhlasan serta memberikan saran hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

**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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Bapak Riki Hanri Malau, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Proposal yang telah banyak membantu dan membimbing sampai proposal diseminarkan.
12. Ibuk Ade Ria Nirmala, SE, MM selaku Penasehat Akademik saya yang telah banyak mendukung dan memberi arahan kepada saya selama kuliah.
13. Ibuk Wenny Desty Febrian, SE, MM selaku Penasehat Akademik saya yang telah banyak mendukung dan memberi arahan kepada saya selama kuliah.
14. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen selaku staf pengajar Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau..
15. Untuk Abang, Kakak dan Adik tercinta Damara Ahmad, Ahmad Kautsar, Artha Arwinda dan Nurfadila, serta keponakan tersayang Althaf Davin Ghifari. Serta terimakasih atas dukungan seluruh keluarga baik moril maupun materiil yang diberikan,
16. Buat teman-teman saya dan sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terkhusus Friendly Reborn yaitu Anisa Surya Gusti, Yosi Ana Lestari, Setya Fernando, Muhamad Ihsan, Seri Wahyuni, Imelda Lestari dan Zico Septiandi yang telah menjadi keluarga dan bagian dari perjalanan hidup penulis. Dan Body Goals yang udah ganti nama menjadi Wisuda Pada Saatnya yaitu Anisa Surya Gusti, Melly Syahfitri, Nindy Aziz Saputri dan Febri Nurfitriani, yang sudah memberi semangat setiap hari. Seluruh teman-teman Kosentrasi Manajemn pemasaran A dan teman kelas Manajemen D. terimakasih atas dukunganya untuk saya mudah – mudahan kalian selalu dalam lindungan Allah SWT.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

17. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktunya untuk penulis, terimakasih atas kerjasamanya.

Penulis sangat berterimakasih atas segala keiklasan serta do'a yang diberikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu diperlukan kritik dan saran yang membangun untuk skripsi ini kedepannya. Atas kritik dan saran, penulis mengucapkan terimakasih. Mudah mudahan skripsi ini dapat bermanfaat oleh berbagai pihak.

Pekanbaru, Desember,2019
Penulis,

SITI FATIMAH
NIM. 11571204785

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	9
2.1.2 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	10
2.1.3 Indikator loyalitas pelanggan	11
2.1.4 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	12
2.1.5 Pengelolaan Loyalitas pelanggan	12
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa	12
2.2.1 Karakteristik jasa	13
2.2.2 Macam-macam Jasa	14
2.3 Citra Perusahaan	14
2.3.1 Pengertian Citra Perusahaan	14
2.3.2 Faktor yang mempengaruhi citra	16
2.3.3 Indikator Citra Perusahaan	17
2.3.4 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	18

- 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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4	Kualitas Pelayanan	18
2.4.1	Pengertian Kualitas	18
2.4.2	Pengertian Pelayanan	19
2.4.3	Dimensi kualitas pelayanan dan Indikator kualitas pelayanan	20
2.4.4	Model Kualitas Pelayanan	21
2.4.5	Faktor – Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan	22
2.5	Penelitian Terdahulu	25
2.6	Pandangan Islam	27
2.7	Variabel Penelitian	30
2.7.1	Defenisi konsep operasional variabel penelitian ..	31
2.8	Kerangka Berfikir	32
2.9	Hipotesis	32
BAB III	METODE PENELITIAN	35
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.2	Jenis dan Sumber Data	34
3.2.1	Data Primer	34
3.2.2	Data Sekunder	34
3.3	Populasi dan Sampel	34
3.3.1	Populasi	34
3.3.2	Sampel	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	36
3.5	Teknik Analisis Data	38
3.5.1	Analisis Kuantitatif	38
3.6	Uji Kualitas Data	39
3.6.1	Uji Validitas	39
3.6.2	Uji Reliabilitas	39
3.7	Uji Asumsi Klasik	40
3.7.1	Uji Normalitas	40



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7.2 Uji Multikolinieritas	40
3.7.3 Uji Autokorelasi	40
3.7.4 Uji Heterokedastisitas	41
3.8 Uji Hipotesis	42
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.8.2 Koefisian Determinasi	43
3.8.3 Uji t (uji parsial)	43
3.8.4 Uji F	44
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	46
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	45
4.2. Visi dan Misi Perusahaan	46
4.2.1 Visi	46
4.2.2 Misi	46
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan	47
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	50
5.1 Hasil Observasi	49
5.2 Karakteristik Responden.....	51
5.2.1 Responden Berdasarkan Usia.....	51
5.2.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
5.2.3 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	53
5.2.4 Responden Berdasarkan Biaya Perbulan.....	53
5.3 Analisis Deskripsi Variabel	54
5.3.1 Analisis Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen(Y)	54
5.3.2 Analisis Deskripsi Variabel Citra Perusahaan (X1).....	56
5.3.3 Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	57
5.4 Teknik Analisis Data	60
5.4.1 Uji Validitas	60



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.4.2 Uji Reliabilitas.....	62
5.5 Uji Asumsi Klasik.....	62
5.5.1 Uji Normalitas	62
5.5.2 Uji Multikolinieritas	63
5.5.3 Uji Heteroskedastisitas	64
5.5.4 Uji Autokorelasi	66
5.6 Analisis Data Penelitian.....	67
5.6.1 Regresi Linier Berganda.....	67
5.7 Uji Hipotesis	68
5.7.1 Uji Secara Parsial (uji T)	68
5.7.2 Uji Secara Simultan (Uji F).....	70
5.7.3 Koefisien korelasi (Uji R) dan Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	71
5.8 Pembahasan	72
5.8.1 Pengaruh Citra Perusahaan (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen.....	72
5.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen.....	74
5.8.3 Pengaruh Variabel Indenden Secara Simultan Terhadap Loyalitas Konsumen(Y).....	75
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	78
6.1 Kesimpulan	78
6.2 Saran	80

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pengunjung Di Diva Clinic Skin&Body Care	3
Tabel 1.2	Jumlah Pengunjung Di Aira Skin Clinic Pekanbaru	4
Tabel 2.1 :	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2.2	Konsep Operasional Variabel Penelitian	31
Tabel 5.1 :	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 5.2 :	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 5.3 :	Jumlah Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	53
Tabel 5.4 :	Jumlah Responden Berdasarkan Biaya Perbulan	53
Tabel 5.5 :	Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Konsumen(Y) ..	55
Tabel 5.6 :	Tanggapan Responden Variabel Citra Perusahaan(X1)	56
Tabel 5.7 :	Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan(X2) ..	58
Tabel 5.8 :	Rekapitulasi Uji Validitas	61
Tabel 5.9 :	Rekapitulasi Uji Reliabilitas	62
Tabel 5.10 :	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	63
Tabel 5.11 :	Uji Multikolinieritas	64
Tabel 5.12 :	Uji Autokorelasi	66
Tabel 5.13 :	Uji Regresi Linier Berganda	67
Tabel 5.14 :	Uji T (Parsial)	69
Tabel 5.15 :	Uji F (Simultan)	71
Tabel 5.16 :	Uji Koefisien Korelasi	72

- 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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	32
Gambar 5.1 Uji Heterokedastisitas	65



UIN SUSKA RIAU

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I**PENDAHULUAN****1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi yang semakin maju saat ini, persaingan bisnis semakin meningkat dan ketat ditandai dengan kompetisi setiap perusahaan menggali keuntungan yang sebesar-besarnya dengan cara memunculkan strategi bisnis masing-masing. Perusahaan yang konsep pemasarannya berorientasi pada pembentukan kemitraan dengan pelanggan (*market driven partnership*) melalui pengembangan komunikasi yang interaktif dan intensif dengan konsumen, di sisi lain diyakini oleh para ahli maupun praktisi pemasaran dapat dengan mudah membentuk dan memperkuat loyalitas pelanggan perusahaan yang sudah mempunyai mitra di mata konsumen akan mendapatkan citra yang baik di mata konsumen tersebut.

Gaya hidup kaum wanita pada saat ini menuntut untuk lebih memperhatikan penampilan, untuk itu perawatan kulit sangat penting bagi setiap orang. Terlebih lagi untuk mengatasi berbagai keluhan yang menyebabkan masalah pada kulit yang dapat mengurangi kecantikan, maka itu setiap orang membutuhkan produk dan perawatan yang tepat.

Seiring berkembangnya zaman dengan persaingan yang ketat, perusahaan harus mampu mengenal apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dan konsumen saat ini maupun yang akan datang. Begitu juga dengan dunia kecantikan yang berkembang cukup pesat. Kesadaran terhadap sebuah penampilan dirasa sangat penting, baik bagi kaum hawa maupun kaum adam

sebagai penunjang penampilan. Kecantikan sangat luas artinya, dapat berarti perawatan kulit tubuh maupun wajah ataupun hanya dekoratif atau tata rias pada wajah.

Sehingga banyak bermunculan klinik-klinik kecantikan yang merambah di berbagai daerah yang menawarkan perawatan kecantikan yang aman dan ditangani oleh dokter spesialis kulit langsung. Dengan banyaknya permintaan konsumen obat-obatan juga tersedia diklinik tersebut.

Salah satu klinik kecantikan dipekanbaru adalah *Diva Clinic Skin & Body Care* Pekanbaru. Klinik perawatan kulit ini adalah tempat untuk melakukan perawatan kulit yang siap memberikan pelayanan terbaik pada pelanggannya. *Diva Clinic* berada dibawah naungan PT. *Aura Diva Indonesia*, sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perawatan kecantikan dan Kosmetika. untuk menjawab kebutuhan para wanita pada umumnya melalui merek *Diva Clinic* perusahaan memberikan pelayanan total untuk membantu kaum hawa dalam mendapatkan pesona kecantikan yang lebih sempurna. Nama *Diva Clinic* adalah nama yang muncul dengan inspirasi bahwa semua wanita menginginkan dirinya menjadi *Diva* yang artinya adalah ratu.

Untuk para wanita yang ingin melakukan perawatan kecantikan pada *Diva Clinic Skin & Body Care* Pekanbaru, yang Terletak di Pekanbaru Jl.Arifin Ahmad No 138D, Sidomolyo Timur, Marpoyan damai.

Diva Clinic memberikan pelayanan perawatan kulit wajah antara lain Facial, Peeling, Pengobatan Jerawat, Pencerahan Wajah, membantu menghilangkan flek-flek pada wajah, Totok Wajah untuk pelancaran

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peredaran darah dan melayani juga slimming dalam bentuk *massage slimming* dan *wrapping*. Dalam pengalaman yang dialami, Diva Clinic selalu mendapatkan penghargaan dari para pasien, ini terbukti dari waktu ke waktu pasien Diva Clinic semakin bertambah. Bahkan tak jarang promosi dari mulut ke mulut adalah ungkapan rasa puas dari pasien yang berdampak positif,

Berikut merupakan tabel data konsumen yang menggunakan member Diva Clinic Skin & Body Care Pekanbaru Januari s/d Desember 2017-2018.

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung Di Diva Clinic Skin&Body Care

Bulan	2017	2018
Januari	105	125
Febuari	95	121
Maret	100	111
April	115	130
Mei	117	134
Juni	103	110
Juli	111	130
Agustus	115	136
September	100	145
Oktober	120	140
November	118	155
Desember	124	167
Total	1,323	1,607

Sumber : Diva Clinic Skin&Body Care 2019

Dari tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan pasien Januari s/d Desember Tahun 2017-2018 Diva Clinic Skin&Body Care Pekanbaru mengalami 10% peningkatan dari tahun sebelumnya.

Maka Diva Clinic Skin&Body Care disamping mempertahankan Citra perusahaan harus lebih meningkatkan pelayanan yang ditawarkan sehingga konsumen tetap loyal dengan produk yang ditawarkan.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari beberapa klinik kecantikan yang ada di Pekanbaru adanya klinik kecantikan yang sejenis memiliki kualitas yang sama dengan *Diva Clinic Skin&Body Care* dan diminati oleh masyarakat Pekanbaru yaitu *Aira Skin Clinic Pekanbaru*, klinik ini terletak di jalan Tuanku Tambusai (Nangka) No 18EF, Tangkerang Barat, Marpoyan Damai Pekanbaru.

Aira Skin Clinic Pekanbaru, memiliki kualitas yang sama dengan *Diva Clinic*, dari mulai treatment yang ditawarkan sampai ke dokter spesialis kecantikan. Yang membuat *Diva clinic* dan *Aira Skin Clinic* ini juga sama-sama di kenal masyarakat.

Dari hasil jumlah pengunjung yang didapat di *Aira Skin Clinic* adalah sebagai berikut.

Tabel 1.2
Jumlah Pengunjung Di Aira Skin Clinic Pekanbaru

Bulan	2017	2018
Januari	100	110
Febuari	115	126
Maret	100	111
April	98	108
Mei	123	135
Juni	130	127
Juli	110	135
Agustus	111	122
September	118	155
Oktober	105	140
November	101	114
Desember	100	120
Total	1,311	1,503

Sumber : *Aira Skin Clinic 2019*

Berdasarkan 1.2 diatas dapat diketahui bahwa jumlah kunjungan pasien *Aira Skin Clinic* mengalami peningkatan sama dengan *Diva Clinic*,

dapat diartikan bahwa kedua klinik ini memiliki kualitas yang sama di mata konsumennya sehingga mengalami peningkatan di setiap tahunnya.

Hal yang tidak kalah penting agar jasa itu dapat disampaikan dengan baik oleh klinik yaitu keberadaan fasilitas penunjang. Adanya fasilitas yang terpenuhi untuk tersampainya komunikasi itu adalah menyediakan kotak saran. Agar informasi mengenai hal-hal apa saja yang diinginkan, kebersihan peralatan, kebersihan tenaga kerja, dan kerapian susunan fasilitas akan dan menjadi kebutuhan pelanggan. Peningkatan sarana dan prasarana Klinik perlu dilakukan untuk mencegah timbulnya kendala teknis.

Berdasarkan hal di atas maka penulis melakukan penelitian di klinik kecantikan Diva Clinic *Skin&Body Care* Pekanbaru dengan judul: **“(Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada Diva Clinic *Skin&Body Care* Pekanbaru)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas Konsumen pada Diva Clinic *Skin&Body Care* Pekanbaru?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas Konsumen pada Diva Clinic *Skin&Body Care* Pekanbaru?
3. Apakah citra perusahaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas Konsumen pada Diva Clinic *Skin&Body Care* Pekanbaru?

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari peneliti di atas adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas Konsumen Diva Clinic *Skin&Body Care* Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas Konsumen pada Diva Clinic *Skin&Body Care* Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap loyalitas Konsumen pada Diva Clinic *Skin&Body Care* Pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah wawasan, pengetahuan mengenai citra perusahaan dan kualitas pelayanan dalam memebentuk suatu loyalitas dalam benak konsumen.

2. Bagi Pihak Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan manajemen khususnya yang berkaitan dengan konsumen, sehingga dapat menerapkan strategi yang efektif untuk meningkatkan jumlah konsumen dimasa yang akan datang.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pembanding bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian di bidang pemasaran khususnya tentang loyalitas konsumen.

4. Bagi para pembaca dan konsumen, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam suatu produk.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun rencana sistematika dalam penulisan proposal penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Merupakan bab uraian teori yang berhubungan dengan variabel penelitian, serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang muncul dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Merupakan uraian mengenai kerangka penelitian, tahapan penelitian, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan

data, metode pengambilan populasi dan sampel, metode pengujian kuisioner, metode pengolahan dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Merupakan gambaran umum mengenai pelayanan perawatan di Diva Clinic Skin&Body Care.

BAB V : HASIL PENELITIAN

Merupakan uraian mengenai hasil dari penelitian yaitu pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan uraian tentang kesimpulan dan saran yang merupakan pernyataan singkat yang diambil dari analisis dan pembahasan penelitian dan mencoba memberikan saran yang mungkin bermanfaat bagi para konsumen.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Pengertian tentang loyalitas, ada beberapa ahli yang telah memaparkan tentang loyalitas ini. Pengertian tentang seorang pelanggan yang loyal menurut **Griffin (2005)** adalah pelanggan yang memiliki ciri-ciri antara lain melakukan pembelian secara berulang-ulang pada badan usaha yang sama secara teratur, membeli lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh badan usaha yang sama, memberitahukan kepada orang lain tentang kepuasan-kepuasan yang didapat dari badan usaha, dan menunjukkan kekebalan terhadap tawaran-tawaran dari badan usaha pesaing.

Tjiptono (2014) mengatakan bahwa perilaku pembelian ulang kerap kali dihubungkan dengan loyalitas merek (*brand loyalty*). Akan tetapi, ada perbedaan diantara keduanya. Bila loyalitas merek mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, maka perilaku pembelian ulang semata-mata menyangkut pembelian merek tertentu yang sama secara berulang kali (bisa dikarenakan memang karena satu-satunya merek yang tersedia, merek yang termurah, dan sebagainya).

Oliver (1997) dalam **Ishak dan Luthfi (2011)** menyatakan bahwa loyalitas merupakan suatu komitmen yang kuat yang mendorong untuk terjadinya pembelian kembali. Loyalitas konsumen secara umum dapat diartikan sebagai kesetiaan konsumen terhadap suatu produk, baik barang

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maupun jasa tertentu. Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh **Singh (1991)** dalam **Ishak dan Luthfi (2011)** bahwa kepuasan merupakan faktor yang berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen.

Dr. Lusiah.S.E,M. (2018). Loyalitas merupakan suatu kondisi dimana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa yang akan datang.

Berdasarkan definisi-definisi di atas terlihat bahwa loyalitas lebih ditujukan pada suatu perilaku, yang ditunjukkan dengan pembelian rutin atau pembelian berulang-ulang dan didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

2.1.2 Faktor – faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi loyalitas, Menurut **Zikmund dalam Vanessa (2007:72)** loyalitas pelanggan dipengaruhi lima faktor yaitu :

1. Kepuasan (*satisfaction*)

Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang dirasakan.

2. Ikatan emosi (*emotional bonding*)

Konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik sendiri sehingga konsumen dapat di identifikasikan dalam sebuah

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut. Ikatan yang tercipta dari sebuah merek ialah ketika konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama.

3. Kepercayaan (*trust*)

Kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.

4. Kemudahan (*choice reduction and habit*)

Jika konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan.

5. Pengalaman dengan perusahaan (*history with company*)

Sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika kita mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka kita akan mengulangi perilaku kita terhadap perusahaan tersebut.

1.3 Indikator loyalitas pelanggan

Tjiptono (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:115)

mengemukakan enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen, yaitu:

1. Pembelian ulang
2. Kebiasaan mengonsumsi merek
3. Rasa suka yang besar pada merek
4. Ketetapan pada merek
5. Keyakinan bahwa merek tertentu merek yang terbaik

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



6. Perekomendasian merek kepada orang lain.

2.1.4 Karakteristik Loyalitas Pelanggan

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. **Griffin (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:105)** menyatakan bahwa konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*)
2. Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa (*purchases across product and service lines*)
3. Merekomendasikan produk kepada yang lain (*refers other*)
4. Menunjukkan kekebalan dari daya Tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates on immunity to the full of the competition*)

2.1.5 Pengelolaan Loyalitas pelanggan

Menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang loyal, Merupakan jantung setiap bisnis. Manajer terus berupaya untuk membina pelanggan yang loyal, yang merupakan pelanggan retensi dengan kemampuan untuk dapat memberikan rekomendasi. Upaya tersebut dilakukan oleh manajer, karena manjer yakin bahwa pelanggan merupakan pusat dari pusat laba perusahaan, sehingga perusahaan perlu lebih berorientasi pda pelanggan.

2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran Jasa

Menurut **Freddy Rangkuti (2008:19)** pemasaran jasa tidak sama dengan pemasaran produk. Pertama, pemasaran jasa lebih bersifat *intangible* dan *immaterial* karena produknya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba.

Kedua, produksi jasa dilakukan saat konsumen dan petugas adalah penting untuk mewujudkan produk yang dibentuk. Lovelock dalam **Mts. Arief (2007:11)** mendeskripsikan jasa sebagai proses sebagai proses dari produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output. Dua kategori yang diproses oleh jasa adalah orang dan objek. Menurut **Fandy Tjiptono (2008 : 1)** pengertian dari jasa adalah ”service umumnya mencerminkan produk tak berwujud fisik (*intangible*) atau sektor industri spesifik, seperti pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, perbankan, perhotelan, konstruksi, perdagangan rekreasi dan seterusnya”.

2.2.1 Karakteristik jasa

Kotler dan Keller (2009:288-289) mengemukakan ada 4 karakteristik jasa yaitu:

1. Lebih bersifat tidak berwujud yaitu bahwa jasa bersifat abstrak atau tidak dapat dilihat, diraba, dirasakan atau di sentuh. Karena sifat ini membuat jasa tidak dapat disimpan dalam persediaan, tidak dapat dipatenkan, tidak dapat diletakan dalam *display* dan lebih kompleks dalam penetapan harga.
2. Keanekaragaman yaitu kinerja yang sering kali dihasilkan oleh manusia tidak ada dua jasa yang akan sama persis.
3. Produksi dan konsumsi secara bersamaan yaitu proses produksi dan konsumsi terjadi secara bersamaan, seringkali ini juga berarti bahwa pelanggan hadir dan kemungkinan juga mengambil bagian dalam proses produksi jasa.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Tidak tahan lama, menunjuk pada fakta bahwa jasa tidak dapat disimpan, dijual kembali atau dikembalikan.

2.2.2 Macam-macam Jasa

Menurut kotler (2009:6) macam-macam jasa dapat dikelompokan sebagai berikut:

1. *Personalized service*, jasa ini sangat bersifat profesional yang tidak dapat dipisahkan dari orang yang menghasilkan jasa tersebut.
2. *Financial service*
3. *Public utility and transportation service*
4. *Entertainment*
5. *Hotel service*

2.3 Citra Perusahaan

2.3.1 Pengertian Citra Perusahaan

Mempertahankan citra juga penting artinya dalam menarik atau mempertahankan karyawan-karyawan yang berpresepsi dalam persaingan pasar tenaga kerja, begitu juga untuk menarik para investor serta pihak-pihak lain yang ingin memberikan bantuan kepada perusahaan. Akhirnya citra yang baik ini berguna untuk menepatkan perusahaan pada perusahaan yang kedudukan yang baik di masyarakat dan menanamkan pengaruh kedudukan yang baik bagi masyarakat dan untuk menanamkan perusahaan yang positif dalam kaitannya dengan pengambilan keputusan dibidang politik.

Normasari (2013) Citra perusahaan menurut Adona (2006:107) adalah kesan atau impresi mental atau suatu gambaran dari sebuah perusahaan di

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mata para khalayaknya yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalaman mereka sendiri. Citra dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif (Sukatendel dalam Soemirat, 2003:113). Hal positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan melalui keberhasilan perusahaan dan sejarah atau riwayat perusahaan. Dengan demikian, citra suatu perusahaan merupakan representasi dari suatu lembaga dengan harapan mampu mendorong citra perusahaan yang positif.

Menurut **Farida (2016)** dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Jasa* mendefinisikan citra ialah representasi penilaian-penilaian dari konsumen, baik konsumen yang potensial maupun konsumen yang kecewa, dan termasuk kelompok-kelompok lain yang berkaitan dengan perusahaan seperti pemasok, agen maupun para investor.

Menurut **Rhenald Kasali (2009)** dalam bukunya menjelaskan bahwa citra perusahaan adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan, dalam sebuah perusahaan mampu memiliki beberapa citra yang berbeda-beda dimata publik.

Menurut **Andriasan Sudarso (2016)** Citra yang baik akan menambahkan kepercayaan kepada perusahaan, sedangkan citra yang buruk justru menurunkan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan.

Citra perusahaan sangat diperlukan untuk mempengaruhi pikiran pelanggan melalui kombinasi dari periklanan, humas, bentuk fisik, kata-mulut, dan berbagai pengalaman aktual selama menggunakan barang dan jasa. Dari pernyataan-pernyataan tersebut tersirat bahwa pelanggan mempertimbangkan

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk mempengaruhi persepsi mereka terhadap apa yang ditawarkan dan akan memiliki dampak terhadap perilaku pembelian pelanggan.

3.2 Faktor yang mempengaruhi citra

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi citra, Menurut **Prof. Dr. Farida Jasfar, M.E.**

1. Kepemimpinan (*leadership*) seorang manajer yang berhasil harus mempunyai kemampuan yang luar biasa agar dapat membawa organisasinya meraih sukses dalam membangun citra.
2. Kebijakan dan strategi (*policy and strategy*) agar perusahaan dapat dibina dan dikembangkan, kebijakan-kebijakan maupun strategi yang dijalankan haruslah berfokus kepada kepentingan dan keinginan konsumen.
3. Kebijakan sumber daya manusia (*personal policy*) sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang penting dalam membangun dan mempertahankan citra.
4. Pengelolaan kepercayaan (*asset management*) pengelolaan kekayaan berkaitan dengan keputusan jangka panjang yang meliputi investasi dalam jumlah besar untuk membangun teknologi informasi, otomatisasi, pemerdayaan bangunan maupun mesin-mesin.
5. Pengelolaan proses (*process management*) salah satu kesulitan dalam proses jasa adalah tidak dapat dibuat atau dirancang sebelumnya karena sifatnya yang tidak dapat disimpan ketirlibatan konsumen dalam proses jasa secara langsung.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



6. Kepuasan konsumen (*employee responsibility*) keputusan konsumen adalah salah satu ukuran dan kualitas jasa yang disampaikan.
7. Kepuasan Karyawan (*employee satisfaction*) pada saat penilain terhadap kualitas jasa oleh konsumen menurun, maka penyebab utamanya adalah penurunan kualitas tenaga kerja. Tenaga kerja yang baik pada suatu perusahaan jasa adalah aset yang paling berharga.
8. Tanggung jawab sosial (*societal responsibility*) kepedulian terhadap lingkungan pada manajemen modern merupakan faktor yang tidak dapat diabaikan.
9. Hasil usaha (*business result profit*) keberhasilan usaha tergantung kepada
10. kemampuannya untuk mengelola konsumen, karyawan dan hasil usahanya.

2.3.3 Indikator Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah fungsi pengaruh kumulatif dari ketidapuasan atau kepuasan nasabah. Citra perusahaan diyakini menjadi faktor penting yang mempengaruhi evaluasi kepuasan nasabah dengan pelayanan. Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Citra merek menurut **(Kotler and Keller 2009:403)** adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang tercerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam di benak konsumennya. Biel's (1992) dalam Xian (2011:1876) berpendapat bahwa brand image terdiri dari tiga komponen yakni :

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. *Corporate Image* (Citra Perusahaan)
- b. *User Image* (Citra Pemakai)
- c. *Product Image* (Citra Produk)

3.4 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kurniawati (2014) Hubungan citra merek dengan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh pengalaman penggunaan produk yang memuaskan. Konsumen yang memiliki loyalitas terhadap suatu merek akan terus melakukan pembelian ulang karena sudah percaya dan merasa puas sehingga konsumen tidak mudah tergiur dengan promosi dari pihak pesaing dan adanya kemauan untuk merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. Sehingga menciptakan dari kepuasan menjadi loyalitas pelanggan yang di timbulkan dari citra merek tersebut.

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas

Tjiptono Fandy (2014), Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran dalam keberhasilan dalam memeberikan jaminan atas kepusan bagi konsumen, melalui kualitas pelayanan seorang konsumen dapat memberikan penilaian secara objektif dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik- karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dengan menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakain.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dimensi kualitas pelayanan :

1. Kinerja (*performance*), yakni efesiensi pencapain tujuan utama sebuah produk
2. Fitur (*feature*), yaitu atrinut produk yang melengkapi kinerja dasar sebuah produk.
3. Realibilitas (*realibility*), yaitu kemampuan sebuah produk untuk tetap berfungsi secara konsisten selama usia desainnya.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*confourmance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristkik desain dan operasi sebuah produk memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan tingkat kemampuan sebuah produk menekankan, stres atau trauma tanpa mengalami kerusakan berarti.
6. Serviceability, yakni kemudahan mereparasi sebuah produk.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik, menarik, model/desain yang artistik, warna yang sesuai preferensi masing-masing produk.
8. Persepsi kualitas (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggapan perusahaan terhadapnya.

2.4.2 Pengertian Pelayanan

Menurut **Drs. M. N. Naasution, M.Sc., A.P,U (2010)**. Ada tiga kunci dalam memberikan pelayanan pelanggan yang unggul, yaitu berikut:

1. Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, termasuk didalamnya tipe-tipe pelanggan yang loyal.

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 atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pengembangan databes yang lebih akurat dari pada pesaing, yang mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan peubahan kondisi persaingan.
3. Pemanfaatan informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu karangka strategi.

Menurut **Tjiptono(2011:59)**. Kualitas Pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut **Lewis dan Booms (dalamTjiptono,2012:157)** menyatakan bahwa ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Goeth dan Davis yang dikutip Tjiptono (2012:51) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

2.4.3 Dimensi kualitas pelayanan dan Indikator kualitas pelayanan

Konsep dan pengukuran kualitas pelayanan telah berkembang sangat pesat. Telah dikembangkan suatu alat ukur kualitas pelayanan disebut SERQUAL (service Quality) yang dapat digunakan untuk memahami harapan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan.

Menurut **Parasuraman, dkk dalam Fandy Tjiptono dan Greogorios Chandra (2007:133)** menentukan bahwa ada 5 penentu mutu jasa. Kelimanya disajikan secara berurut berdasarkan tingkat kepentingannya, diantaranya :

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. *Tangibles* (bukti langsung) adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Emphaty* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
3. *Reliability* (keandalan) adalah konsistensi dari penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
4. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
5. *Assurance* (jaminan) yaitu kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan.

2.4.4 Model Kualitas Pelayanan

Menurut **Berry, dkk yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2007:55)**

merumuskan model kualitas pelayanan yang diperlukan pada industri jasa.

Pada model tersebut mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan ketidakberhasilan penyerahan jasa :

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.

Manajemen tidak selalu memahami dengan tepat apa yang diinginkan pelanggan.

2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa
Manajemen mungkin memahami dengan tepat keinginan-keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar kerja.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyerahan jasa.
Karyawan mungkin kurang lebih terlatih, tidak mampu atau tidak mau mematuhi standar, seperti menyediakan waktu untuk mendengarkan pelanggan dan melayani mereka dengan cepat.
4. Kesenjangan antara penyerahan jasa dan komunikasi eksternal. Harapan-harapan konsumen dipengaruhi pernyataan-pernyataan dikeluarkan perwakilan dan iklan perusahaan.
5. Kesenjangan antara persepsi jasa dan jasa yang diharapkan. Kesenjangan ini terjadi apabila konsumen tersebut memiliki persepsi yang keliru tentang mutu jasa tersebut.

2.4.5 Faktor – Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan

Menurut **Tjiptono (2012:85)** ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan kualitas suatu jasa menjadi buruk, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Produk dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Salahsatu karakteristik jasa yang sangat penting adalah *inseparability*, yang artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan sehingga dalam memberikan jasa dibutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan. Akibatnya timbul masalah-masalah sehubungan dengan adanya interaksi antara produsen dan konsumen jasa, yang

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



disebabkan karena tidak terampil dalam melayani pelanggan, penampilan yang tidak sopan, kurang ramah, cemberut, dan sebagainya.

2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan tenaga kerja yang intensif dalam penyampaian jasa dapat menimbulkan masalah dalam kualitas, yaitu tingkat variabilitas yang tinggi disebabkan oleh tingkat upah dan pendidikan karyawan yang masih relatif rendah, kurang perhatian, dan tingkat kemahiran karyawan yang tinggi.

3. Dukungan terhadap pelanggan internal yang kurang memadai

Karyawan *frontline* merupakan ujung tombak dari sistem pemberian jasa. Supaya mereka dapat memberikan jasa yang efektif, maka mereka perlu dapat pemberdayaan dan dukungan dari fungsi utama manajemen sehingga nantinya mereka akan dapat mengendalikan dan menguasai cara melakukan pekerjaan, sadar dan konteks dimana pekerjaan dilaksanakan, bertanggung jawab atas *output* kinerja pribadi, bertanggung jawab bersama atas kinerja unit dan organisasi, keadilan dalam distribusi balas jasa berdasarkan kinerja dan kinerja kolektif

4. Kesenjangan komunikasi

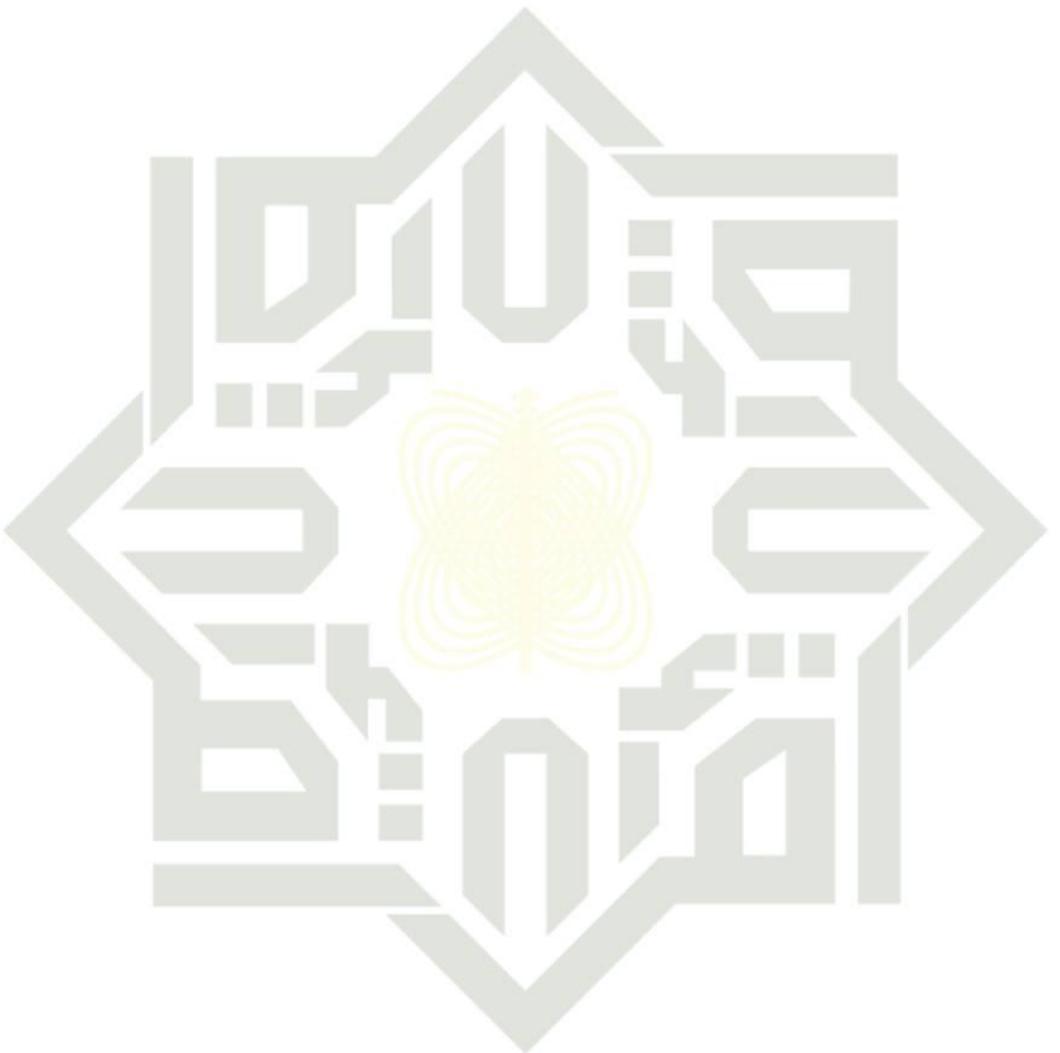
Komunikasi merupakan faktor yang esensial dalam kontrak dengan karyawan. Jika terjadi gap dalam komunikasi, maka akan menimbulkan penilaian dan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan. Kesenjangan komunikasi dalam pelayanan meliputi memberikan janji yang berlebihan sehingga tidak dapat memenuhinya, kurang menyajikan

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



informasi yang baru kepada pelanggan, pesan kurang dipahami pelanggan, dan kurang tanggapnya perusahaan terhadap keluhan pelanggan.



UIN SUSKA RIAU

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.I : Penelitian Terdahulu

	Nama peneliti	Judul	Variabel	Perbedaan	Persamaan	Metode	Hasil penelitian
1	Ita Pahatting Wilu (2007)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan ABC di Malang	X1 kualitas pelayanan, Y loyalitas konsumen	Metode sampel yang digunakan purposive sampling, sedangkan dalam penelitian saya menggunakan accidental sampling	Variabel terikat yang dipakai sama tentang loyalitas pelanggan	Metode purposive sampling	terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada rumah makan ABC di Malang
2	Suranto, Azi Fathoni, Andri Harsono	Pengaruh Citra Perusahaan dan kualitas pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada P. Pelabuhan Indonesia III Semarang 2016	X1 citra perusahaan, X2 kualitas pelayanan, X3 kepuasan pelanggan, Y loyalitas pelanggan	pada penelitian ini menggunakan variabel kepuasan sedangkan penelitian saya tidak menggunakan variabel kepuasan	Variabel bebas sama menggunakan citra perusahaan dan kualitas pelayanan dan variabel terikat loyalitas pelanggan	Metode Accidental sampling	Terdapat pengaruh positif Citra Perusahaan, kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

3	Darlina	Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Perhotelan 2015	X1 citra perusahaan, X2 kualitas pelayanan,, Y loyalitas pelanggan	Pada penelitian ini dilakukan pada perhotelan sedangkan penelitian saya dilakukan di Klinik	Variabel bebas sama menggunakan citra perusahaan dan kualitas pelayanan dan variabel terikat loyalitas pelanggan	Metode Accidental sampling	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Citra Perusahaan, kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan
---	---------	---	--	---	--	----------------------------	---

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6 Pandangan Islam

a. Pandangan islam tentang Kualitas pelayanan

Menurut pandangan islam dalam melakukan sesuatu haruslah didasari /berpedoman dengan al-qur`an, hadits, dan ijtima` ulama. Termasuklah dalam pemasaran yang harus mengikuti aturan, perintah dan larangan islam yang sesuai dengan firman allah :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ
٢٧٥

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhan, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya.(Qs. Al-baqarah: 275).

Rasulullah shalallahu alaihi wasallam juga telah bersabda tentang jual beli ini. Di dalam kitab Bulughul Maram bab ke tujuh tentang jual beli menjelaskan ,bahwa rasullah telah bersabda:

عن رفاعة بن رافع رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه وسلم سئل أي الكسب أطيب؟ قال: (عمل الرجل بيده, وكل بيع مبرور) رواه البزار وصححه الحاكم
“Dari Rifa`ah ibnu Rafi` bahwa nabi Shallallaahu `alaihi wasallam

pernah ditanya: pekerjaan apakah yang paling baik?. Beliau bersabda:

pekerjaan seseorang dengan tangannya dan setiap jual beli yang bersih.”
(Riwayat al-bazzar. Hadits shahih menurut Hakim).

Dari hadits diatas dapat disimpulkan bahwa pekerjaan yang paling baik menurut pandangan islam adalah dengan berjual beli yang bersih. Artinya islam menekankan kepada etika dari jual beli itu dengan cara yang bersih atau jujur.

b. Pandangan islam tentang Citra perusahaan

Dalam melakukan kegiatan komunikasi dalam public relations agar terwujudnya komunikasi yang efektif dan terbentuknya citra yang baik maka perlu adanya kunci sukses dalam berkomunikasi. Kunci sukses tersebut tentunya tergantung pada prinsip-prinsip komunikasi perspektif Islam, Jalaluddin Rahmat menawarkan enam prinsip, dan ditambah dengan beberapa prinsip menurut penulis diantaranya:

1. *Qawlan Syahid* (Surat **An-Nisa’ ayat 9**) ” hendaklah mereka mengucapan perkataan yang benar”.
2. *Qaulan Maysurah* (Surat **Al-Isra’ ayat 28**) “Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhan yang kamu harapkan , maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas”.
3. *Qaulan Baligha* (Surat **An-Nisa’ ayat 63**) “Karena itu berpalinglah dari mereka dan berilah mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”.
4. *Qaulan Karimah* (**Al- Isra’ ayat 23**)“ Jika salah seorang diantara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur, maka janganlah kamu

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengatakan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia”.

5. *Qaulan layyinah* (Surat **Thahah ayat 43-44**) “ Pergilah kamu berdua kepada Firs’un, sesungguhnya ia telah melampaui batas; maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut”
6. *Qaulan Ma’ruf* (Surat **An- Nisa’ ayat 5**) “Berilah mereka belanja dan pakaian dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik”.
7. Mengucapkan salam yang berbunyi “*Assalamua’laikum*” Hal ini berdasarkan hadist yang diriwayatkan oleh **Tirmizi**. Nabi Saw bersabda: ”Ucapkanlah salamsebelum kamu berkata”
8. Konsisten atau mengatakan sesuatu sesuai dengan perbuatan (Surat **Ash Shaff ayat 2-3**) “ Hai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengatakan apa yang tidak kamu perbuat. Amat besar kebencian disisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tiada kamu kerjakan.
9. Memberi pelajaran yang baik. (Surat **An-Nahl ayat 125**) “serulah manusia kepada jalan Tuhannu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik”.
10. Diskusi/berdebat dengan cara yang baik. (Surat **Al- Ankabut ayat 46**)“Dan janganlah kamu berdebat dengan ahli kitab, melainkan dengan cara yang baik, kecuali dengan orang-orang yang zalim diantara mereka”

c. Pandangan islam tentang loyalitas

Masalah *al-wala’* (loyalitas/kecintaan) dan *al-bara’* (berlepas diri/kebencian) adalah masalah yang sangat penting dan ditekankan

kewajibannya dalam Islam, bahkan merupakan salah satu landasan keimanan yang agung, yang dengan melalaikannya akan menyebabkan rusaknya keimanan seseorang.

Syeikhul Islam Ibnu Taimiyyah *rahimahullah* berkata, *al-baraa'ah* (sikap berlepas diri/kebencian) adalah kebalikan dari *al-wilaayah* (loyalitas/kecintaan), asal dari *al-baraa'ah* adalah kebencian dan asal dari *al-wilaayah* adalah kecintaan, yang demikian itu karena hakikat tauhid adalah (dengan) tidak mencintai selain Allah dan mencintai apa dicintai Allah karena-Nya, maka kita tidak (boleh) mencintai sesuatu kecuali karena Allah dan (juga) tidak membencinya kecuali karena-Nya”.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2010:61). Variabel penelitian terdiri dari variable dependen (Y) dan variable independen (X). Variabel dependen yaitu variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variable lainnya dan dinotasikan dengan Y (SrituaArief, 2006), sedangkan variable independen adalah variable bebas (tidak dipengaruhi oleh variable lainnya) dan dinotasikan dengan X (SrituaArief, 2006). Dalam penelitian ini variabelnya adalah:

1. Variable X1 : Citra Perusahaan
2. Variabel X2 : Kualitas Pelayanan
3. Variabel Y : Loyalitas Konsumen

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7.1 Defenisi konsep operasional variabel penelitian

Variabel-variabel yang akan didefinisikan adalah semi variabel yang terkandung dalam hipotesis, yang bertujuan untuk memudahkan membuat kuisisioner. Adapun konsep operaisional variabel pada peneliti ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2
Konsep Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator
1	Loyalitas pelanggan (Y)	adalah pelanggan yang memiliki ciri-ciri antara lain melakukan pembelian secara berulang-ulang pada badan usaha yang sama secara teratur, membeli lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh badan usaha yang sama, memberitahukan kepada orang lain tentang kepuasan-kepuasan yang didapat dari badan usaha, dan menunjukkan kekebalan terhadap tawaran-tawaran dari badan usaha pesaing. Griffin (2005)	1. Pembelian ulang 2. Kebiasaan mengonsumsi merek 3. Rasa suka yang besar pada merek 4. Ketetapan pada merek 5. Keyakinan bahwa merek tertentu merek yang terbaik 6. Perekomendasi merek kepada orang lain (Tjiptono (2005) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:115))
2	Citra perusahaan (X1)	kesan atau impresi mental atau suatu gambaran dari sebuah perusahaan di mata para khalayaknya yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalaman mereka sendiri. Citra dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif Normasari (2013)	1. Citra perusahaan 2. Citra pemakai 3. Citra produk (Kotler and Keller 2009:403)

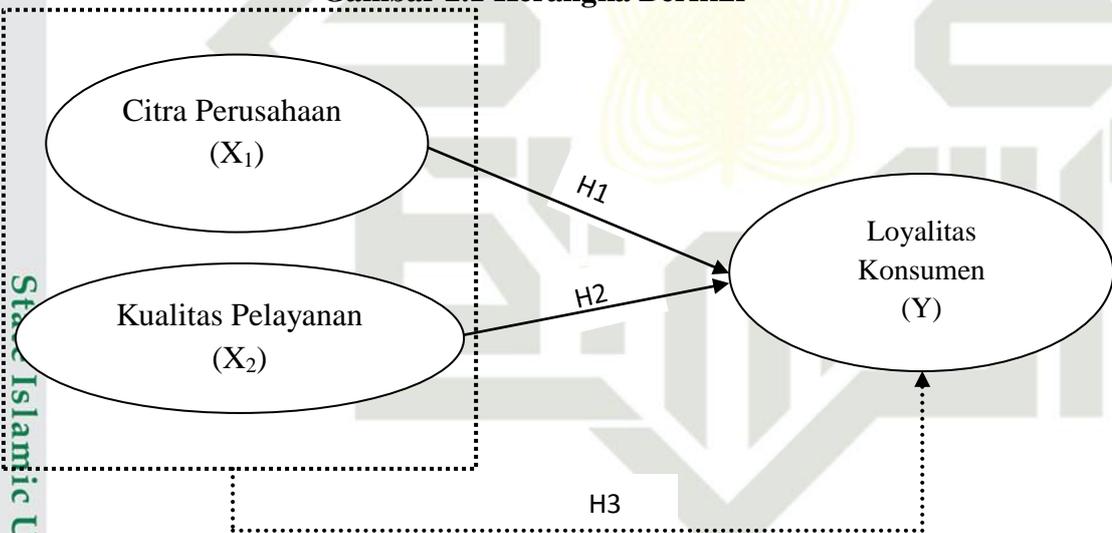
Kualitas pelayanan (X2)	keberhasilan dalam memeberikan jaminan atas kepuasan bagi konsumen, melalui kualitas pelayanan seorang konsumen dapat memberikan penilaian ecara objektif dalam usaha menciptakan kepuasan konsumen.. Tjiptono Fandy(2014)	1.Tangibels (bukti langsung) 2. Emphaty (empati) 3. Realibility (keandalan) 4. Responsiveness (daya tahan) 5. Assurance (jaminan) Parasuraman, dkk dalam Fandy Tjiptono dan Greogorios Chandra (2007:133)
-------------------------	---	---

Sumber : Dirangkum Beberapa Sumber Referensi

2.8 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir



Sumber: Tjiptono Fandy 2014

2.9 Hipotesis

Berdasarkan paradigma penelitian tersebut dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

- 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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- H₁ : Diduga Citra perusahaan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Diva Clinic Skin & Body Care* Pekanbaru
- H₂ : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen Pada *Diva Clinic Skin & Body Care* Pekanbaru
- H₃ : Diduga citra perusahaan dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen Pada *Diva Clinic Skin & Body Care* Pekanbaru

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertempat di *Diva Clinic Skin & Body Care* kota Pekanbaru Provinsi Riau, pada tanggal 9 Mei 2019 sampai 4 Juli 2019.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus (**Istijanto 2009**). Data primer di dapat dengan menggunakan kuosioner yang di isi oleh Responden.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain bukan oleh periset sendiri untuk tujuan lain (**Istijanto 2009**). Data sekunder dalam penelitian ini merupakan data jumlah pengunjung *Diva Clinic Skin & Body Care* Pekanbaru.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut **Mamang dan Sopiah (2010:185)** dalam **Nababan (2017)** menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi atas subjek atau objek dengan kualitas dan kerekteristis tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Hak Cipta Diindungi 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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh member Diva *Clinic Skin & Body Care* Pekanbaru pada tahun 2018-2019 yaitu 1,607 konsumen.

3.2 Sampel

Menurut Mamang dan Sopiha (2010:186) dalam Nababan (2017) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Untuk menentukan jumlah sampel digunakan metode Slovin dalam bukunya Umar (2008) sebagai berikut :

Rumus

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : ukuran Sampel

N : Jumlah Populasi, yang diambil pada tahun 2017-2018 Sebanyak 1607 orang.

e : toleransi pretisi ketepatan rata-rata yang diharapkan tidak menyimpang dari 10%.

$$\begin{aligned} n &= \frac{11.129}{1 + 11.129 (10\%)^2} \\ &= \frac{11.129}{1 + 11.129 (0,01)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{11.129}{112,29} \\
 &= 99,11 \text{ (Digenapkan menjadi 100 orang)}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode Accidental Sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2009:122).

3.4 Metode Pengumpulan Data

Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011:137) dalam Muchlis (2015), pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari *setting*-nya, data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah (*natural setting*) survei atau lain-lain. Bila dilihat dari sumber data, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik-teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara, kuesioner, observasi, dan gabungan ketiganya.

Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiono,2011) dalam Muchlis (2015). Mengumpulkan data dengan mengirim pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden, dilakukan dengan menyebarkan *form* kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang meliputi variabel penelitian kepada nasabah di desa yang berada di Kabupaten Rokan Hulu, Propinsi Riau. Penggunaan kuesioner bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan serta mendukung penelitian.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan model Skala *Likert*. Seperti yang telah dikemukakan oleh Sugiyono (2011:93) dalam Muchlis (2015) Skala *Likert* digunakan untuk mengungkap sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social.

Dalam Skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item-item* instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban atas setiap *item* instrument yang menggunakan Skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negative. Untuk mengukur variabel diatas digunakan Skala *Likert* sebanyak lima tingkat sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Cukup Setuju (CS)

- d. Tidak setuju (TS)
- e. Sangat tidak setuju (STS)

Setiap poin jawaban memiliki skor berbeda-beda, yaitu untuk jawaban SS memiliki skor 5, jawaban S memiliki skor 4, jawaban N memiliki skor 3, jawaban TS memiliki skor 2, dan jawaban STS memiliki skor 1.

Metode ini digunakan agar peneliti dapat mengetahui dan memiliki data mengenai penilaian yang diberikan oleh setiap masyarakat yang untuk selanjutnya dapat ditarik kesimpulan.

2. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut (Siregar,2013) dalam Muchlis (2015). Penelitian melakukan pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan tidak dengan tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Hal ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan dan mengenai keadaan fisik objek penelitian

3. Teknik Analisis Data

3.1 Analisis Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2011:7) dalam Muchlis (2015) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

secara acak (*random sampling*), pengumpulan data berdasarkan instrument penelitian, analisis dan bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.6 Uji Kualitas Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali,2012) dalam Muchlis (2015).

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari kuesioner dan responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai *Corected Item to Total Corelation* atau nilai r_{hitung} harus berada diatas 0.3. hal ini dikarenakan jika r_{hitung} lebih kecil dari 0.3 berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2011).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah tingkat keandalan kuisisioner. Kuisisioner yang reabel adalah kuisisioner yang apabila digunakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Kuisisioner dinyatakan reabel atau handal jika jawaban seseorang dalam kuisisioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu kuisisioner dinyatakan reabel atau handal jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* diatas 0,6

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah, uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut **Suliyanto (2011:69)** berpendapat bahwa, uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan yaitu uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov merupakan uji menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika $K_{hitung} < K_{tabel}$ atau $Sig. > \alpha$ (**Suliyanto, 2011:75**).

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah variabel bebas saling berhubungan secara linear. Apabila sebagian atau seluruh variabel bebas berkorelasi kuat berarti terjadi multikolinieritas akan menjadi masalah. bila derajat rendah maka multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya bagi regresi. Uji multikolinieritas dengan menggunakan *nilai variance inflation factor* (*VIF*) dan nilai *tolerance*. Suatu model dikatakan memiliki kecenderungan adanya gejala multikolinieritas adalah apabila memiliki *VIF* disekitar < 10 dan nilai *tolerance* mendekati 1.

3.7.3 Uji Autokorelasi

Menurut **Suliyanto (2011:125)** berpendapat bahwa Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara anggota serangkaian

data observasi yang diuraikan menurut waktu atau ruang. Kriteria dari pengujian autokorelasi menurut **Suliyanto (2011:151)** adalah sebagai berikut:

Nilai	Kesimpulan
$D_w < D_l$	Terdapat autokorelasi (+)
$dL \leq D_w \leq dU$	Tanpa kesimpulan
$dL \leq D_w \leq 4-dU$	Tidak ada autokorelasi
$4-dU \leq D_w \leq 4-dL$	Tanpa kesimpulan
$D_w > 4-D_l$	Terdapat autokorelasi (-)

3.7.4 Uji Heterokedastisitas

Pengujian Heterokedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan dari suatu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi *heterokedastisitas*. Pengujian ini dilakukan untuk melihat pola tertentu pada grafik dimana sumbu Y adalah yang di prediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distandarizet. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi *heterokedastisitas*.
- 1) Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi *heterokedastisitas*.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan) dan variabel terikat (Loyalitas Pelanggan) dengan rumus sebagai berikut : $Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

X1 = Citra Perusahaan

X2 = Kualitas Pelayanan

e = Faktor pengganggu atau Error

Kategori yang digunakan berdasarkan skala *likert*, dimana responden nantinya diminta untuk menjawab pertanyaan dengan nilai jawaban seperti dibawah ini:

Sangat setuju (SS) dengan skor : 5

Setuju (S) dengan skor : 4

Netral (NT) dengan skor : 3

Tidak Setuju (TS) dengan skor : 2

Sangat tidak setuju (STS) dengan skor : 1

Untuk membantu dalam pengolahan data tersebut digunakan program komputer yakni SPSS Statistik 23.0 (*statistical for product and service solution*)

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.8.2 Koefisien Determinasi

Koefisien regresi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1) (Ghazali, 2012).

Nilai R^2 yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Tingkat korelasi dan nilai R dijelaskan dibawah ini:

0	= Tidak Berkorelasi
0,1 - 0,20	= Sangat Rendah
0,21 - 0,40	= Rendah
0,41 - 0,60	= Agak Rendah
0,61 - 0,80	= Cukup
0,81 - 0,99	= Tinggi
1	= Sangat tinggi

3.8.3 Uji t (uji parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel independen (X1) Citra perusahaan, (X2) Kualitas pelayanan dan variabel (Y) Loyalitas Pelanggan secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi variabel dependen (Ghazali, 2012).

Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ maka:

H_0 ditolak, H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara parsial antara Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ maka:

H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Citra perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

3.3.4 Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yaitu pada penelitian ini (X1) Citra Perusahaan, (X2) Kualitas pelayanan, yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) Loyalitas Pelanggan. (Ghazali, 2012) dalam Muchlis (2015).

Adapun nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05.

Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ maka:

H_0 ditolak, H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ maka:

H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Citra perusahaan dan Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Diva Clinic Skin&Body Care Pekanbaru merupakan salah satu pusat perawatan yang berdiri pada tanggal 6 Oktober 2012 yakni dengan dibukannya *Diva Clinic Skin&Body Care* di jalan Tuanku Tambusai komp. Lancang Kuning No 1, Klinik ini pindah lokasi di jalan Arifin Ahmad No 138D, Sidomulyo Timur, Marpoyan Damai. *Diva Clinic Skin&Body Care* berada dibawah naungan PT. Aura Diva Indonesia, Sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perawatan kecantikan dan kosmetika. Dengan dibukanya klinik yang pindah lokasi ini mendapat respon yang baik oleh para konsumen. Respon positif dari pelanggan tersebut dapat dilihat dari perkembangan *Diva Clinic Skin&Body Care* yang begitu pesat. Dalam kurun waktu tidak lama di tempat pertama *Diva Clinic Skin&Body Care* sudah pindah lokasi yang lebih strategis dan membuka klinik yang lebih besar dari klinik ditempat pertama.

Setelah selang beberapa tahun ditempat yang baru ini *Diva Clinic Skin&Body Care* mengalami kemajuan yang sangat pesat. Konsumen yang ada di *Diva Clinic Skin&Body Care* mulai banyak. Hal itupun dapat diketahui dari data nomer yang ada di member card *Diva*. Kemajuan yang sangat pesat membuat perusahaan memiliki inisiatif untuk membuka cabang di daerah lain. Komitmen *Diva Clinic Skin&Body Care* adalah memberikan pelayanan nomor satu di tangan para profesional yang handal. Mencitrakan diri sebagai

subuah pusat perawatan terdepan dan terkemuka. Pencitraan diri tersebut dilakukan perusahaan untuk membangun image postif dimata masyarakat sebagai pusat perawatan kecantikan terdepan dan modren.

Diva Clinic Skin&Body Care dalam membangun citranya sebagai salah satu pusat perawatan kecantikan terdepan dan modren ditunjukkan dalam beberapa hal seperti melalui visi dan misi, penyediaan alat-alat berteknologi canggih, dan pembangunan gedung respresentatif.

4.2. Visi dan Misi Perusahaan.

Setiap perusahaan tentunya memiliki visi dan misi yang ingin dicapai dalam pendiriannya. Visi tersebut merupakan tonggak yang menjadi awal terciptanya berbagai rencana – rencana yang akan dilakukan. Sementara misi merupakan strategi yang ingin dicapai guna mewujudkan visi yang di impikan. Adapun visi dan misi perusahaan adalah sebagai berikut

4.2.1 Visi

Menjadi perusahaan yang terkemuka di Indonesia dalam bidang perawatan kecantikan wajah dengan kualitas yang utama dan pelayanan yang prima.

4.2.2 Misi

1. Membangun perusahaan terpercaya yang mampu melebihi harapan pelanggan.
2. Meningkatkan kompetensi melalui perbaikan skill, knowledge, attitude dengan melakukan pelatihan yang rutin.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



3. Melakukan inovasi secara berkala baik dalam produk maupun teknologi kecantikan, nature meet technology.
4. Meningkatkan kerjasama antar divisi.
5. Menciptakan nilai tambah dengan integritas tinggi.

4.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam suatu organisasi perusahaan harus diperlukan suatu kerjasama dan koordinasi diantara para anggota dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Kerjasama itu meliputi tugas – tugas yang telah ditetapkan sebelumnya dan dalam pelaksanaannya diperlukan adanya suatu garis ketetapan yang mengatur aktivitas tersebut agar berjalan sebagaimana mestinya. Organisasi merupakan alat yang menghubungkan satuan – satuan kerja yang memberikan mereka kepada orang – orang yang ditetapkan dalam struktur wewenang. Struktur organisasi yang baik haruslah memenuhi syarat efektif dan efisien. Suatu struktur organisasi yang efektif adalah bila masing – masing individu dalam struktur organisasi memberikan sumbangan yang maksimal dalam mencapai sasaran perusahaan. Sedangkan struktur organisasi yang efisien adalah jika struktur tersebut memberikan kemudahan dalam mencapai tujuan perusahaan dengan biaya minimum.

Struktur organisasi sebaiknya juga fleksibel atau hendaknya gampang untuk disesuaikan dengan perubahan – perubahan yang terjadi tanpa mempengaruhi kelancaran aktifitas yang sedang berlangsung. Perubahan – perubahan yang terjadi tanpa mempengaruhi kelancaran aktifitas yang sedang berlangsung. Bentuk oerorganisasi yang baik akan sangat tergantung pada

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

situasi dan kondisi dari tiap - tiap perusahaan dan juga pada tujuan yang hendak dicapai. Hal ini disebabkan karena bentuk organisasi antara satu perusahaan dengan perusahaan lain yang berbeda-beda.

Dari hasil penelitian melalui wawancara awal, *Diva Clinc Skin&Body Care* memiliki 3 Dokter kecantikan, 2 *Beauty Consultant*, 5 *Trapis*, 1 Apoteker, 1 Perawat dan 1 *Office Boy*, Setiap pekerja tersebut memiliki tugas dan tanggung jawab masing- masing.

Setiap pekerja sudah profesional selain ilmu yang didapatkan melalui training terlebih dahulu sebelum masuk kerja, mereka juga mendapatkan ilmu dari luar. Contohnya *Trapis*, sebagian dari mereka pernah sokalah di jurusan kecantikan ditambah training di klinik membuat mereka sangat ahli dibidangnya. Dokter yang ada di klinik inipun sebagian dokter umum tetapi mereka konsentrasi dibagian kesehatan kulit.

Maka dari itu tak heran jika klinik ini dikenal sangat baik dimata konsumen dan masyarakat yang mengenalnya.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Citra Perusahaan (X1)

Dilihat secara deskriptif, tanggapan responden terhadap variabel citra perusahaan(X1) sebesar 92,24% responden menyatakan setuju. Hal ini berarti responden loyal terhadap penggunaan jasa pada diva clinic skin&body care pekanbaru dikarenakan perusahaan tersebut memiliki kompetensi yang tinggi, juga memiliki reputasi yang baik dan paling baik dibandingkan perusahaan yang sejenis lainnya, sehingga konsumen loyal menggunakan jasa pada diva clinic skin&body care pekanbaru.

Dengan menggunakan uji t diketahui nilai t_{hitung} (3,632) > t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikan (0,000) < (0,05), maka citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku loyalitas konsumen di diva clinic skin&body care pekanbaru.

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Dilihat secara deskriptif, tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan(X2) sebesar 92,03% responden menyatakan setuju. Hal ini berarti responden loyal terhadap penggunaan jasa pada diva clinic skin&body care pekanbaru dikarenakan perusahaan tersebut memiliki karyawan yang pandai dalam menangani keluhan yang dihadapi konsumennya, juga memiliki ruangan yang tertata rapi dan penerimaan pasien yang cepat dan tidak berbelit-belit, membuat konsumen

nyaman dan tidak bosan untuk menunggu giliran. Sehingga konsumen loyal menggunakan jasa pada diva clinic skin&body care pekanbaru.

Dengan menggunakan uji t diketahui nilai t_{hitung} (5,587) > t_{tabel} (1,985) dan nilai signifikan (0,000) < (0,05), maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di diva *clinic skin&body care* pekanbaru.

3. Uji Secara Simultan

Berdasarkan uji F, diketahui F_{hitung} sebesar 56,567 dengan signifikan 0,000 dan jumlah F_{tabel} statistik sebesar 3,09. Dengan demikian diketahui F_{hitung} sebesar (56,567) > F_{tabel} (3,09) dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya secara simultan atau bersamaan citra perusahaan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen di diva clinic skin&body care pekanbaru.

4. Uji R dan Adj R²

Nilai R sebesar 0,734 artinya hubungan antara variabel citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,734 dan nilai koefisien berada pada hubungan yang positif yang kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan nilai R Square sebesar 0,538. Hal ini menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan dan kualitas pelayanan secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 53,8% terhadap loyalitas konsumen, Sedangkan sisanya sebesar 46,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Surat Al-Baqarah, ayat 275
- Hadits, Riwayat Al-bazzar, *Bulughul Maram*. Bab I kitab jual beli tentang Syarat-Syarat dan yang dilarang diperjual belikan.
- Prof.Dr.Sofjan Assauri,MBA. *Strategi Marketing*, 2012
- Tjiptono, fandy. *Service Management*, 2004
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. C.V ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Ferrina dewi,Erna, 2008. *Merek& Psikologi Konsumen*, Graha Ilmu, Jakarta
- Nasution. 2010. *Manajemen Jasa Terpadu*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Hidarto. 2013, *Hubungan Relationship Marketing Dengan loyalitas pelanggan Ritel*, Jurnal Jibeka vol 7, No 3
- Mardalis, Ahmad. 2005. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Benefit Vol.9 No.2. Desember 2005.
- Normasari, Selvy. Dkk. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 6, No.2 Desember 2013.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Normasari, Selvy. Dkk. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 6, No.2 Desember 2013.
- Ishak, Asmai dan Luthfi, Zhafiri. 2011. *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi tentang Peran Mediasi Switching Costs*. Jurnal Siasat Bisnis Vol 15 No 1, Januari 2011.
- Sugara, Anang dan Dewantara, Rizki Yudhi. 2017. Analisis **Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli Online(Studi Pada Konsumen "Z")**. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol 52, No 1 November 2017.
- Mcknight.D.H.V. Choudury & CJ Kacmar (2002) *Developing and Validating trust measure for E-Commerce*.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Iswwara, Danu. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian (studi pada pengguna media sosial Instagram di kota Yogyakarta).*

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Alfabeta, Bandung.



UIN SUSKA RIAU

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KUESIONER

Assalamu'aalikum Wr. Wb

Kepada Responden yang Terhormat,

Saya Siti Fatimah, Mahasiswi UIN Suska Riau. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penulisan skripsi dalam rangka salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan Ibu-ibu bisa membantu saya untuk mengisi kuisisioner dibawah ini. mengenai:
“Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Diva Clinic Skin&Body Care Pekanbaru Riau”.

Semua pernyataan atau jawaban berkaitan dengan sikap Ibu-ibu sekalian terhadap keputusan pembelian akan di rahasiakan , jawaban yang diberikan benar-benar hanya untuk kepentingan penelitian.

Demikianlah yang dapat saya sampaikan, atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya

Siti Fatimah

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

IDENTITAS RESPONDEN DAN PETUNJUK KUESIONER

I. Identitas Responden

- a. Nama :
- b. Usia :
- c. Pekerjaan : : IRT PNS Wiraswasta Swasta
 Dagang lain-lain
- d. Lama penggunaan :
- e. Tahun penggunaan:
- f. Biaya yang dikeluarkan perbulan :

II. Petunjuk Kuisisioner

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Ibu-ibu anggap benar dengan menceklis (√) Sesuai dengan ketentuan dibawah ini:

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Cukup Setuju (CS)
4. Tidak Setuju (TS)
5. Sangat Tidak Setuju (STS)

III. Apakah ibu/bapak pernah ke tempat kecantikan lain?

- a. Ya
- b. Tidak

IV. Kuesioner Penelitian

A. Variabel Citra Perusahaan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Menurut saya citra perusahaan Diva Cllinic merupakan klinik kecantikan paling baik di banding perusahaan sejenis					
2	Menurut saya Diva Cllinic memiliki reputasi yang baik					
3	Divia Clinic merupakan klinik kecantikan yang memiliki citra pemakain yang baik					
4	Divia Cllinic adalah perusahaanaan yang berkompentensi tinggi					
5	Divia Clinic memiliki citra produk yang berkualitas					



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

B. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Ruang perawatan tertata rapi dan bersih					
2	Memiliki alat-alat perawatan yang cukup lengkap					
3	Tersedia dokter konsultasi kecantikan					
4	Dokter selalu siap diruangan konsultasi					
5	Dokter berusaha menenangkan rasa cemas konsumen terhadap penyakit kulit yang diderita					
6	Sebelum perawatan karyawan selalu mengingatkan keamanan akan menyimpan barang berharga konsumen					
7	Penampilan karyawan bersih dan rapi					
8	Penampilan dokter bersih dan rapi					
9	Prosedur penerimaan pasien dilayani secara cepat dan tidak berbelit belit					
10	Kesiapan karyawan melayani konsumen setiap saat					
11	Karyawan selalu memberi produk sesuai prosedur pemberian dokter					
12	Karyawan memperhatikan keluhan konsumen					
13	dokter memberikan penjelasan tentang semua pertanyaan					
14	Dokter selalu menanyakan keluhan konsumen					
15	Dokter memberikan kesempatan bertanya kepada konsumen					
16	Karyawan terdidik dan mampu melayani pasien					
17	Memberikan jaminan akan hasil perawatan konsumen					



C. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya sering membeli produk Diva Clinic					
2	Saya akan selalu melakukan perawatan di Diva Clinic					
3	Perawatan yang ditawarkan Diva Clinic memiliki kualitas yang baik					
4	Saya sudah terbiasa menggunakan produk dan jasa di Diva Clinic					
5	Saya yakin produk dan perawatan yang diberikan Diva Clinic adalah produk dan perawatan yang berkualitas baik					
6	Divi Clinic memberikan perawatan yang sesuai dengan yang saya butuhkan					
7	Saya enggan berpindah dari Diva Clinic					
8	Lebih suka menggunakan jasa perawatan dan produk yang ditawarkan Diva Clinic					
9	Saya merekomendasikan kepada orang lain menggunakan jasa perawatan kulit dan produk Diva Clinic					
10	Respon baik yang saya dapatkan setelah orang yang saya rekomendasikan itu melakukan perawatan					

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN

VARIABEL X1

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	5	5,0	5,0	5,0
CS	27	27,0	27,0	32,0
S	64	64,0	64,0	96,0
SS	4	4,0	4,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	7	7,0	7,0	7,0
CS	19	19,0	19,0	26,0
S	66	66,0	66,0	92,0
SS	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	6	6,0	6,0	6,0
CS	28	28,0	28,0	34,0
S	61	61,0	61,0	95,0
SS	5	5,0	5,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	6	6,0	6,0	6,0
CS	24	24,0	24,0	30,0
S	57	57,0	57,0	87,0
SS	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	5	5,0	5,0	5,0
CS	34	34,0	34,0	39,0
S	53	53,0	53,0	92,0
SS	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

VARIABEL X2

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	19	19,0	19,0	19,0
S	64	64,0	64,0	83,0
SS	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	4	4,0	4,0	4,0
CS	23	23,0	23,0	27,0
S	56	56,0	56,0	83,0
SS	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	6	6,0	6,0	6,0
CS	20	20,0	20,0	26,0
S	56	56,0	56,0	82,0
SS	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	6	6,0	6,0	6,0
CS	23	23,0	23,0	29,0
S	55	55,0	55,0	84,0
SS	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	6	6,0	6,0	6,0
CS	21	21,0	21,0	27,0
S	54	54,0	54,0	81,0
SS	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,0	3,0	3,0
CS	18	18,0	18,0	21,0
S	63	63,0	63,0	84,0
SS	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
CS	24	24,0	24,0	25,0
S	60	60,0	60,0	85,0
SS	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2,0	2,0	2,0
CS	27	27,0	27,0	29,0
S	49	49,0	49,0	78,0
SS	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
CS	26	26,0	26,0	27,0
S	58	58,0	58,0	85,0
SS	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1,0	1,0	1,0
TS	6	6,0	6,0	7,0
CS	28	28,0	28,0	35,0
S	48	48,0	48,0	83,0
SS	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X2.11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	17	17,0	17,0	17,0
S	69	69,0	69,0	86,0
SS	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	4	4,0	4,0	4,0
CS	21	21,0	21,0	25,0
S	59	59,0	59,0	84,0
SS	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	6	6,0	6,0	6,0
CS	17	17,0	17,0	23,0
S	60	60,0	60,0	83,0
SS	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	6	6,0	6,0	6,0
CS	21	21,0	21,0	27,0
S	60	60,0	60,0	87,0
SS	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	5	5,0	5,0	5,0
CS	21	21,0	21,0	26,0
S	58	58,0	58,0	84,0
SS	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X2.16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,0	3,0	3,0
CS	19	19,0	19,0	22,0
S	65	65,0	65,0	87,0
SS	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
CS	26	26,0	26,0	27,0
S	61	61,0	61,0	88,0
SS	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

3. VARIABEL Y

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	22	22,0	22,0	22,0
S	56	56,0	56,0	78,0
SS	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	21	21,0	21,0	21,0
S	57	57,0	57,0	78,0
SS	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
CS	21	21,0	21,0	22,0
S	65	65,0	65,0	87,0
SS	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
CS	23	23,0	23,0	24,0
S	54	54,0	54,0	78,0
SS	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
CS	24	24,0	24,0	25,0
S	52	52,0	52,0	77,0
SS	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
CS	21	21,0	21,0	22,0
S	63	63,0	63,0	85,0
SS	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
CS	28	28,0	28,0	29,0
S	56	56,0	56,0	85,0
SS	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1,0	1,0	1,0
CS	25	25,0	25,0	26,0
S	57	57,0	57,0	83,0
SS	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1,0	1,0	1,0
CS	14	14,0	14,0	15,0
S	57	57,0	57,0	72,0
SS	28	28,0	28,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid CS	28	28,0	28,0	28,0
S	55	55,0	55,0	83,0
SS	17	17,0	17,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

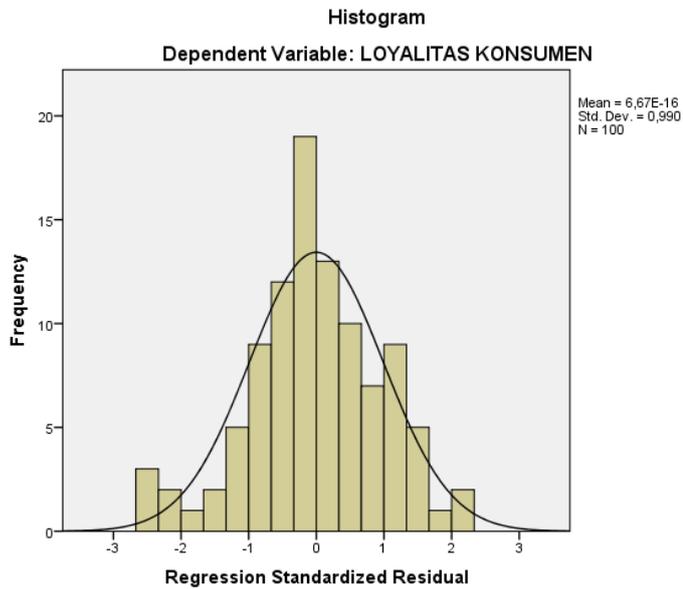
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. UJI NORMALITAS

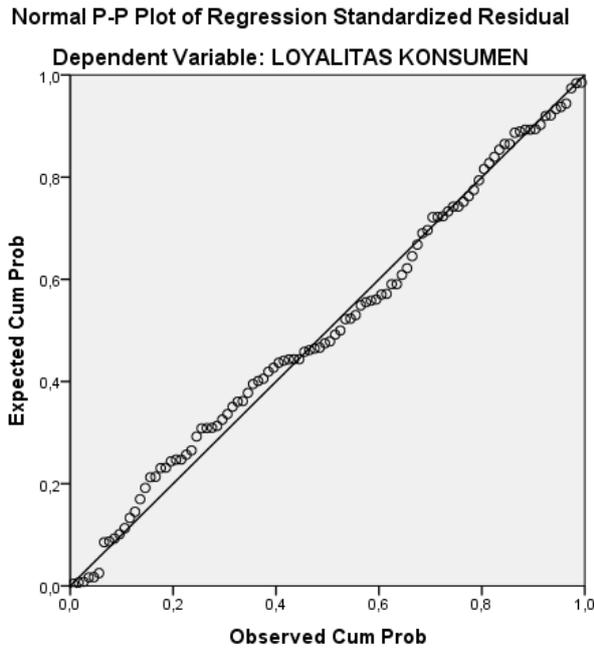
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,18824547
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,049
	Negative	-,060
Test Statistic		,060
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. UJI MULTIKOLINERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9,686	2,714		3,568	,001		
CITRA PERUSAHAAN	,545	,140	,296	3,891	,000	,777	1,286
KUALITAS PELAYANAN	,300	,040	,565	7,436	,000	,777	1,286

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

3. UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,751 ^a	,565	,556	3,221	1,714

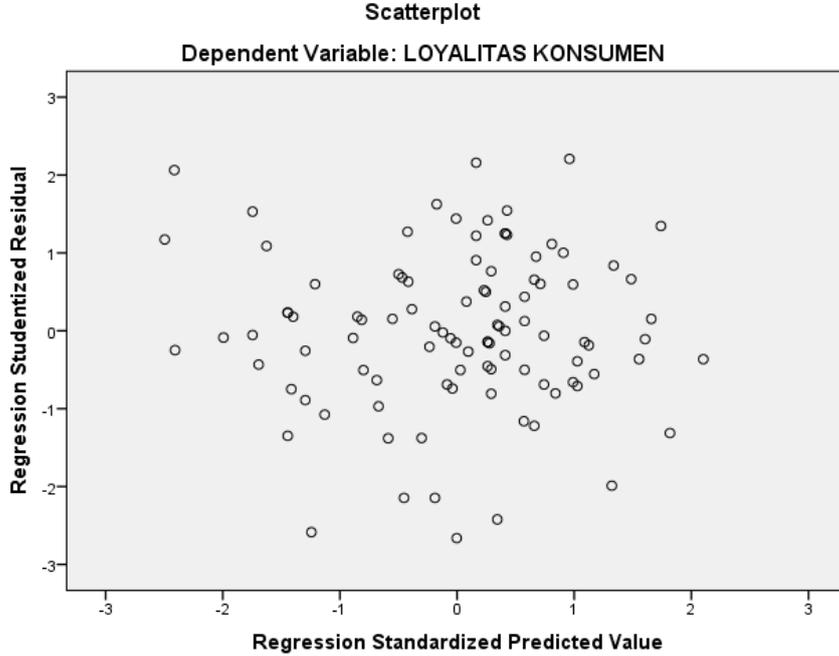
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. UJI HETEROSKEDASTISITAS



5. UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,686	2,714		3,568	,001
CITRA PERUSAHAAN	,545	,140	,296	3,891	,000
KUALITAS PELAYANAN	,300	,040	,565	7,436	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

6. UJI PARSIAL

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,686	2,714		3,568	,001
CITRA PERUSAHAAN	,545	,140	,296	3,891	,000
KUALITAS PELAYANAN	,300	,040	,565	7,436	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. UJI SIMULTAN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1304,664	2	652,332	62,878	,000 ^b
	Residual	1006,326	97	10,374		
	Total	2310,990	99			

- a. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN
- b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN

8. UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,751 ^a	,565	,556	3,221

- a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN
- b. Dependent Variable: LOYALITAS KONSUMEN

UJI VALIDITAS

VARIABEL X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,447**	,506**	,389**	,634**	,774**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,447**	1	,412**	,293**	,470**	,692**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,003	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,506**	,412**	1	,520**	,478**	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,389**	,293**	,520**	1	,530**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,634**	,470**	,478**	,530**	1	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,774**	,692**	,766**	,734**	,822**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

VARIABEL X2

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,447**	,295**	,446**	,418**	,343**	,407**	,330**	,450**	,385**	,838**	,390**	,216**	,377**	,376**	,377**	,390**	,569**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,031	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,447**	1	,492**	,747**	,588**	,563**	,515**	,558**	,686**	,570**	,406**	,896**	,476**	,707**	,550**	,528**	,428**	,802**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,295**	,492**	1	,642**	,640**	,400**	,548**	,615**	,533**	,525**	,199**	,454**	,915**	,548**	,574**	,422**	,488**	,743**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,047	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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 atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X2.4	Pearson Correlation	.446 ^{**}	.747 ^{**}	.642 ^{**}	1	.665 ^{**}	.607 ^{**}	.540 ^{**}	.576 ^{**}	.563 ^{**}	.539 ^{**}	.337 ^{**}	.698 ^{**}	.582 ^{**}	.869 ^{**}	.599 ^{**}	.571 ^{**}	.454 ^{**}	.828 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.416 ^{**}	.588 ^{**}	.640 ^{**}	.665 ^{**}	1	.639 ^{**}	.382 ^{**}	.605 ^{**}	.602 ^{**}	.637 ^{**}	.310 ^{**}	.553 ^{**}	.562 ^{**}	.591 ^{**}	.908 ^{**}	.648 ^{**}	.339 ^{**}	.804 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.343 ^{**}	.563 ^{**}	.400 ^{**}	.607 ^{**}	.639 ^{**}	1	.508 ^{**}	.560 ^{**}	.563 ^{**}	.456 ^{**}	.287 ^{**}	.517 ^{**}	.396 ^{**}	.574 ^{**}	.618 ^{**}	.911 ^{**}	.443 ^{**}	.736 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.407 ^{**}	.515 ^{**}	.548 ^{**}	.540 ^{**}	.382 ^{**}	.508 ^{**}	1	.640 ^{**}	.601 ^{**}	.479 ^{**}	.436 ^{**}	.466 ^{**}	.528 ^{**}	.501 ^{**}	.342 ^{**}	.538 ^{**}	.917 ^{**}	.724 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.330 ^{**}	.558 ^{**}	.615 ^{**}	.576 ^{**}	.605 ^{**}	.560 ^{**}	.640 ^{**}	1	.706 ^{**}	.564 ^{**}	.329 ^{**}	.574 ^{**}	.637 ^{**}	.621 ^{**}	.607 ^{**}	.612 ^{**}	.649 ^{**}	.804 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.450 ^{**}	.686 ^{**}	.533 ^{**}	.563 ^{**}	.602 ^{**}	.563 ^{**}	.601 ^{**}	.706 ^{**}	1	.641 ^{**}	.481 ^{**}	.664 ^{**}	.554 ^{**}	.587 ^{**}	.597 ^{**}	.593 ^{**}	.530 ^{**}	.812 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.385 ^{**}	.570 ^{**}	.525 ^{**}	.539 ^{**}	.637 ^{**}	.456 ^{**}	.479 ^{**}	.564 ^{**}	.641 ^{**}	1	.367 ^{**}	.589 ^{**}	.534 ^{**}	.529 ^{**}	.642 ^{**}	.452 ^{**}	.469 ^{**}	.747 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.11	Pearson Correlation	.838 ^{**}	.406 ^{**}	.199 ^{**}	.337 ^{**}	.310 ^{**}	.287 ^{**}	.436 ^{**}	.329 ^{**}	.481 ^{**}	.367 ^{**}	1	.417 ^{**}	.231 ^{**}	.352 ^{**}	.329 ^{**}	.376 ^{**}	.445 ^{**}	.538 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.047	.001	.002	.004	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.021	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.12	Pearson Correlation	.390 ^{**}	.896 ^{**}	.454 ^{**}	.698 ^{**}	.553 ^{**}	.517 ^{**}	.466 ^{**}	.574 ^{**}	.664 ^{**}	.589 ^{**}	.417 ^{**}	1	.509 ^{**}	.749 ^{**}	.567 ^{**}	.544 ^{**}	.443 ^{**}	.792 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.13	Pearson Correlation	.216 ^{**}	.476 ^{**}	.915 ^{**}	.582 ^{**}	.562 ^{**}	.396 ^{**}	.528 ^{**}	.637 ^{**}	.554 ^{**}	.534 ^{**}	.231 ^{**}	.509 ^{**}	1	.590 ^{**}	.579 ^{**}	.439 ^{**}	.510 ^{**}	.740 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.031	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.021	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.14	Pearson Correlation	.377 ^{**}	.707 ^{**}	.548 ^{**}	.869 ^{**}	.591 ^{**}	.574 ^{**}	.501 ^{**}	.621 ^{**}	.587 ^{**}	.529 ^{**}	.352 ^{**}	.749 ^{**}	.590 ^{**}	1	.607 ^{**}	.597 ^{**}	.494 ^{**}	.815 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.15	Pearson Correlation	.376 ^{**}	.550 ^{**}	.574 ^{**}	.599 ^{**}	.908 ^{**}	.618 ^{**}	.342 ^{**}	.607 ^{**}	.597 ^{**}	.642 ^{**}	.329 ^{**}	.567 ^{**}	.579 ^{**}	.607 ^{**}	1	.888 ^{**}	.357 ^{**}	.792 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.16	Pearson Correlation	.377 ^{**}	.528 ^{**}	.422 ^{**}	.571 ^{**}	.648 ^{**}	.911 ^{**}	.538 ^{**}	.612 ^{**}	.593 ^{**}	.452 ^{**}	.376 ^{**}	.544 ^{**}	.439 ^{**}	.597 ^{**}	.688 ^{**}	1	.515 ^{**}	.767 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X2.17	Pearson Correlation	,390**	,428**	,488**	,454**	,339**	,443**	,917**	,649**	,530**	,469**	,445**	,443**	,510**	,494**	,357**	,515**	1	,686**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,569**	,802**	,743**	,828**	,804**	,736**	,724**	,804**	,812**	,747**	,538**	,792**	,740**	,815**	,792**	,767**	,686**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. VARIABEL Y

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,667	,595	,539	,465	,553	,496	,620	,385	,387	,793
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,667	1	,629	,589	,514	,512	,414	,478	,343	,440	,776
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,595	,629	1	,487	,454	,477	,381	,347	,212	,271	,667
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,034	,006	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,539	,589	,487	1	,619	,473	,418	,520	,311	,252	,730
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,002	,011	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	,465	,514	,454	,619	1	,598	,431	,490	,146	,247	,695
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,148	,013	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	,553	,512	,477	,473	,598	1	,567	,500	,223	,292	,720
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,026	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	,496	,414	,381	,418	,431	,567	1	,707	,395	,618	,758
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	,620	,478	,347	,520	,490	,500	,707	1	,426	,574	,795
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.9	Pearson Correlation	,385	,343	,212	,311	,146	,223	,395	,426	1	,626	,573
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,034	,002	,148	,026	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.10	Pearson Correlation	,387	,440	,271	,252	,247	,292	,618	,574	,626	1	,659
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,006	,011	,013	,003	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,793	,776	,667	,730	,695	,720	,758	,795	,573	,659	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



UJI RELIABILITAS

1. VARIABEL X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,795	6

2. VARIABEL X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,766	18

3. VARIABEL Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,771	11

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RESPONDEN	KUALITAS PELANGGAN (Y)							RESPONDEN	CITRA PERUSAHAAN (X1)					KUALITAS PELAYANAN (X2)																			
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL Y		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	TOTAL X2	
RESPONDEN 1	5	5	5	5	5	5	45	RESPONDEN 1	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
RESPONDEN 2	4	4	4	4	4	4	43	RESPONDEN 2	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	65
RESPONDEN 3	4	4	4	4	4	3	38	RESPONDEN 3	3	3	3	3	3	15	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	79	
RESPONDEN 4	4	4	5	5	5	5	44	RESPONDEN 4	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	65
RESPONDEN 5	3	4	4	4	4	4	39	RESPONDEN 5	4	4	4	2	4	18	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	66
RESPONDEN 6	4	3	4	4	4	4	39	RESPONDEN 6	4	2	4	4	3	17	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	72
RESPONDEN 7	4	4	4	4	3	3	35	RESPONDEN 7	4	4	4	3	3	18	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	57
RESPONDEN 8	4	4	5	5	5	5	45	RESPONDEN 8	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
RESPONDEN 9	5	5	5	5	5	4	47	RESPONDEN 9	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	65
RESPONDEN 10	5	4	4	5	5	5	46	RESPONDEN 10	4	2	4	5	4	19	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	70
RESPONDEN 11	3	4	4	3	4	4	37	RESPONDEN 11	4	4	2	4	4	18	4	3	2	3	2	4	4	3	3	2	4	3	2	3	2	4	4	4	52
RESPONDEN 12	3	3	3	3	3	4	32	RESPONDEN 12	3	3	3	3	3	15	4	2	4	2	2	2	4	3	3	2	4	2	4	2	2	2	2	4	48
RESPONDEN 13	5	5	5	5	5	5	47	RESPONDEN 13	4	4	4	4	3	19	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	81
RESPONDEN 14	5	4	4	5	4	5	46	RESPONDEN 14	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	83
RESPONDEN 15	3	3	3	3	3	4	31	RESPONDEN 15	2	4	4	4	3	17	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
RESPONDEN 16	3	3	3	3	3	3	30	RESPONDEN 16	3	3	3	4	4	17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
RESPONDEN 17	4	4	4	4	4	4	40	RESPONDEN 17	4	4	3	4	4	19	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	75
RESPONDEN 18	5	4	4	4	4	4	38	RESPONDEN 18	3	4	4	4	2	17	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	72
RESPONDEN 19	4	5	4	4	5	5	46	RESPONDEN 19	4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	71	
RESPONDEN 20	5	5	4	4	4	4	43	RESPONDEN 20	4	4	4	3	4	19	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	78
RESPONDEN 21	5	5	5	5	4	4	45	RESPONDEN 21	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75
RESPONDEN 22	4	4	4	4	4	4	40	RESPONDEN 22	4	2	4	4	4	18	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	61
RESPONDEN 23	3	4	4	4	4	3	34	RESPONDEN 23	3	3	3	3	3	15	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	64	
RESPONDEN 24	3	3	3	3	3	5	4	32	RESPONDEN 24	3	4	2	4	3	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
RESPONDEN 25	4	4	5	5	5	4	44	RESPONDEN 25	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	71
RESPONDEN 26	4	4	5	4	5	5	45	RESPONDEN 26	3	4	4	4	4	19	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	73
RESPONDEN 27	4	3	4	4	4	5	40	RESPONDEN 27	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	72
RESPONDEN 28	5	4	4	4	4	5	43	RESPONDEN 28	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	70
RESPONDEN 29	4	3	4	4	4	4	39	RESPONDEN 29	4	4	3	4	3	18	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	62
RESPONDEN 30	4	3	3	4	4	3	35	RESPONDEN 30	3	3	3	2	3	14	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	57
RESPONDEN 31	5	5	5	5	3	4	43	RESPONDEN 31	4	3	4	4	4	19	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	80
RESPONDEN 32	5	4	4	4	4	4	44	RESPONDEN 32	4	5	4	4	4	21	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	80
RESPONDEN 33	4	4	3	4	4	4	38	RESPONDEN 33	3	4	3	4	4	18	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	60
RESPONDEN 34	3	3	3	4	3	4	35	RESPONDEN 34	3	3	3	4	4	17	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	51
RESPONDEN 35	4	3	3	3	3	5	4	34	RESPONDEN 35	3	4	4	4	3	18	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	5	4	3	4	4	3	3	63
RESPONDEN 36	5	4	4	4	4	4	45	RESPONDEN 36	4	4	3	4	4	19	3	4	5	3	4	5	5	5	4	3	3	4	5	3	4	5	3	5	70
RESPONDEN 37	4	3	3	4	4	4	37	RESPONDEN 37	3	3	4	3	3	16	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	60
RESPONDEN 38	3	4	4	3	4	4	38	RESPONDEN 38	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	71
RESPONDEN 39	3	3	3	3	3	4	35	RESPONDEN 39	4	3	3	3	4	17	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	51
RESPONDEN 40	4	5	5	4	4	4	42	RESPONDEN 40	3	4	4	5	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	70
RESPONDEN 41	4	4	4	4	4	5	41	RESPONDEN 41	4	4	3	3	4	18	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
RESPONDEN 42	3	2	3	3	4	5	33	RESPONDEN 42	3	3	3	3	3	15	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	51
RESPONDEN 43	4	4	4	4	4	4	37	RESPONDEN 43	4	4	4	4	3	19	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	55
RESPONDEN 44	3	3	3	3	3	4	32	RESPONDEN 44	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	55
RESPONDEN 45	5	4	4	4	4	5	42	RESPONDEN 45	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73

UIN SUSKA RIAU



RESPONDEN 94	4	4	3	3	3	17	4	2	4	2	2	2	4	3	3	2	4	2	4	2	2	2	4	48
RESPONDEN 95	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	81
RESPONDEN 96	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
RESPONDEN 97	3	4	4	5	4	20	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
RESPONDEN 98	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
RESPONDEN 99	4	4	3	4	4	19	4	4	5	4	5	4	3	3	4	3	4	4	5	4	5	4	3	68
RESPONDEN 100	4	4	4	5	3	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68

ipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan

indungi Undang-Undang dan seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 ipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjau
 ipan tidak merugikan hak-hak penyalang yang wajar UIN Suska Riau.
 mengumumkan dan sebagainya banyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KARAKTERISTIK RESPONDEN

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <17 TAHUN	10	10,0	10,0	10,0
18-27 TAHUN	27	27,0	27,0	37,0
28-37 TAHUN	33	33,0	33,0	70,0
38-47 TAHUN	23	23,0	23,0	93,0
>48 TAHUN	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid IRT	10	10,0	10,0	10,0
PNS	35	35,0	35,0	45,0
WIRASWASTA	20	20,0	20,0	65,0
SWASTA	27	27,0	27,0	92,0
DAGANG	3	3,0	3,0	95,0
DLL	5	5,0	5,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

LAMA PENGGUNAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-6 BULAN	15	15,0	15,0	15,0
7-8 BULAN	31	31,0	31,0	46,0
>1 TAHUN	54	54,0	54,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

BIAYA PERBULAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <500.000	23	23,0	23,0	23,0
600.000-1.000.000	36	36,0	36,0	59,0
>1.000.000	41	41,0	41,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HASIL WAWANCARA

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Ranti sebagai karyawan di Diva Clinic pada tanggal 23 September 2019, hari senin, jam 14.00 Wib. Mengatakan bahwa, Diva clinic disamping memiliki produk yang berkualitas dan alat-alat perawatan kecantikan yang lengkap, juga menyediakan dokter konsultasi kecantikan yang siap memberikan solusi dari setiap keluhan konsumen.

Dan wawancara dari Nurfadila sebagai konsumen, mengatakan bahwa selalu melakukan perawatan di Diva Clinic karena Diva Clinic mempunyai reputasi yang baik. Diva Clinic memberi jaminan akan hasil perawatan kepada konsumen karena produk yang diberikan berkualitas dan cocok dengan kebutuhan konsumen. Begitu juga dengan karyawan yang selalu siap melayani konsumen dengan prosedur penerimaan pasien secara cepat dan tidak berbelit belit.

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية
 FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Tuahmadani Tampar - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9/4375/2019
 Sifat : Biasa
 Lampiran : -
 Hal : **Izin Riset**

Pekanbaru, 11 Juli 2019 M
 8 Zulqaidah 1440 H

Kepada
 Yth. Pimpinan
 Diva Clinic Skin&body Care
 Pekanbaru
 di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa salah seorang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Siti Fatimah
 NIM. : 11571204785
 Jurusan : Manajemen
 Semester : VIII (Delapan)

bermaksud mengadakan **Riset** dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul: **"Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Diva Clinic Skin & body Care Pekanbaru"** Untuk itu kami mohon kiranya Saudara berkenan memberikan bantuan yang diperlukan kepada mahasiswa tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.



Dekan,
Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM
 NIP. 19620512 198903 1 003

- 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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail : fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9/4375/2019
 Sifat : Biasa
 Lampiran : -
 Tujuan : **Izin Riset**

Pekanbaru, 11 Juli 2019 M
 8 Zulqaidah 1440 H

Kepada
 Yth. Pimpinan
 Diva Clinic Skin&body Care
 Pekanbaru
 di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa salah seorang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Siti Fatimah
 NIM. : 11571204785
 Jurusan : Manajemen
 Semester : VIII (Delapan)

bermaksud mengadakan **Riset** dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul: **"Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Diva Clinic Skin & body Care Pekanbaru"** Untuk itu kami mohon kiranya Saudara berkenan memberikan bantuan yang diperlukan kepada mahasiswa tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.



Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM
 NIP. 19620512 198903 1 003

UIN SUSKA RIAU



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : fekonosos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9/4375/2019
Sifat : Biasa
Tempiran : -
Hal : **Izin Riset**

Pekanbaru, 11 Juli 2019 M
8 Zulqaidah 1440 H

Kepada
Yth. Pimpinan
Diva Clinic Skin&body Care
Pekanbaru
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

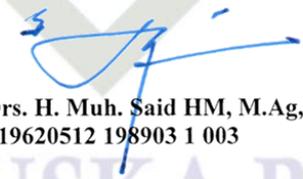
Dengan hormat, disampaikan bahwa salah seorang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Siti Fatimah
NIM. : 11571204785
Jurusan : Manajemen
Semester : VIII (Delapan)

bermaksud mengadakan **Riset** dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul: "**Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Diva Clinic Skin & body Care Pekanbaru**" Untuk itu kami mohon kiranya Saudara berkenan memberikan bantuan yang diperlukan kepada mahasiswa tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.

Dekan,


Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM
NIP. 19620512 198903 1 003

UIN SUSKA RIAU



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES**

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9/4376/2019 Pekanbaru, 11 Juli 2019 M
Sifat : Biasa 8 Zulqaidah 1440 H
Lampiran : -
Perihal : **Bimbingan Skripsi**

Kepada
Yth. **Astuti Meflinda, SE, MM**
Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa :

N a m a : Siti Fatimah
NIM : 11571204785
Jurusan : Manajemen
Semester : VIII (Delapan)

adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi/ menyusun skripsi dengan judul: "**Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Diva Clinic Skin & Bpdy Care Pekanbaru**". Sehubungan dengan itu kami menunjuk Saudara sebagai pembimbing dalam menyelesaikan skripsi mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas bantuan Saudara diucapkan terima kasih.

Dekan

Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM
NIP. 19620512 198903 1 003

UIN SUSKA RIAU



UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية
 FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9/4376/2019 Pekanbaru, 11 Juli 2019 M
 Sifat : Biasa 8 Zulqaidah 1440 H
 Lampiran : -
 Perihal : **Bimbingan Skripsi**

Kepada
 Yth. **Astuti Meflinda, SE, MM**
 Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa :

N a m a : Siti Fatimah
 N I M : 11571204785
 Jurusan : Manajemen
 Semester : VIII (Delapan)

adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi/ menyusun skripsi dengan judul: "**Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Diva Clinic Skin & Bpdy Care Pekanbaru**". Sehubungan dengan itu kami menunjuk Saudarasebagai pembimbingdalam menyelesaikan skripsi mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas bantuan Saudara diucapkan terima kasih.

Dekan

Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM
 NIP. 19620512 198903 1 003

UIN SUSKA RIAU

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : fekonsos@uin-suska.ac.id

: Un.04/F.VII/PP.00.9/4376/2019
: Biasa
: -
: **Bimbingan Skripsi**

Pekanbaru, 11 Juli 2019 M
8 Zulqaidah 1440 H

Kepada
Yth. **Astuti Meflinda, SE, MM**
Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.
Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa :

N a m a	: Siti Fatimah
NIM	: 11571204785
Jurusan	: Manajemen
Semester	: VIII (Delapan)

adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi/ menyusun skripsi dengan judul: "**Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Diva Clinic Skin & Bpdy Care Pekanbaru**". Sehubungan dengan itu kami menunjuk Saudarasebagai pembimbingdalam menyelesaikan skripsi mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas bantuan Saudara diucapkan terima kasih.



Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM
NIP. 19620512 198903 1 003



BIOGRAFI PENULIS

Penulis bernama Siti Fatimah lahir di pekanbaru pada tanggal 14 Mei 1997. Lahir dari pasangan Ayahnda Ahmad Damhuri dan ibunda Rabbi Yuni, Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara. Jenjang pendidikan dimulai dari SDN 033 tampan Kota Pekanbaru dari tahun 2003-2009, dan melanjutkan pendidikan di MTs Diniyah Putri Kota Pekanbaru pada tahun 2009-2012, dan melanjutkan pendidikan Di MA Diniyah Putri Kota Pekanbaru pada tahun 2012-2015, kemudian pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan pada perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.

Dengan rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI DIVA CLINIC SKIN&BODY CARE PEKANBARU”** di bawah bimbingan Ibuk Astuti Meflinda SE,MM dan pada tanggal 31 desember 2019 dipanggil untuk mengikuti ujian *oral comprehensive* dan dinyatakan lulus dengan nilai memuaskan dan menyandang gelar serjana ekonomi (SE).

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 atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.