BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) secara resmi berdiri pada hari selasa, tanggal 8 Agustus 2000 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional nomor 126/D/O/2000.

Awalnya dimulai pada bulan juli tahun 1994 ketika didirikan Lembaga Pendidikan Komputer Indonesia Jerman, disingkat LPKIG, bertempat dijalan Dipatiukur 102 Bandung. Dengan ruang kelas berkapasitas 50 orang dan 1 laboratorium komputer dengan 25 unit komputer, lembaga ini membuka program pendidikan 1 tahun dengan 5 program studi yaitu Ahli Komputer Aplikasi Bisnis, Ahli Komputer Keuangan & Perbankan, Ahli Komputer Akuntansi & Perpajakan, Ahli Komputer Manajemen & Pemasaran dan Sekretaris Eksekutif. Jumlah peserta pendidikan pada tahun pertama ini sebanyak 233 siswa.

Pada tahun kedua, 1995 dibuka jenjang pendidikan 3 tahun untuk memenuhi animo siswa tahun pertama yang ingin memperdalam ilmunya, disamping pemikiran jangka panjang pengambangan istitusi. Pada tahun ini juga dibuka program studi baru meliputi: ahli komputer teknik informatika, Ahli Komputer Manajemen Informatika dan Sekretaris Eksekutif. Ruang kelas ditambah menjadi 2 buah dan laboratorium komputer menjadi menjadi 2 buah dengan jumlah siswa sebanyak 457 orang.

Pada tahun ketiga 1996 dilakukan penambahan geudng kuliah baru bertempat dijalan dipatiukur 116 (gedung FISIP sekarang), sekaligus pemindahan pusat administrasi dan perkantoran. Digedung baru ini dilakukan penambahan 1(satu) Lab. Komputer, 5(lima) ruang kuliah, ruang dosen dan ruang kepelangganan. Jumlah siswa dari tahun 1995 hingga tahun 1998 bertambah dari 632 menjadi 1184 orang.

Pada tahun kelima, 1998 dimulai pembangunan kampus baru (Gedung Rektorat/Kampus 1 Sekarang) berlantai 6(enam) dijalan Dipatiukur 114. Pembangunan kampus baru ini dapat diselesaikan pada bulan Agustus 1999, sehingga pada awal perkuliahan bulan September 1999 telah dapat digunakan.

Mencermati dinamika peserta didik dan pengembangan institusi kedepan, pada tanggal 24 desember 1998 dibentuklah Yayasan Science dan Teknologi dan dilanjutkan dengan pengajuan pendirian STMIK IGI dan STIE IGI ke DIKTI.

Pada bulan Juli 1999 STIE IGI diresmikan dengan keluarnya SK Mendiknas no. 119/D/O/1999 dengan 5 program studi: Akuntasi S1, Manajemen S1, Manajemen Pemasaran D3, Keuangan Perbankan D3 serta Akuntansi D3.

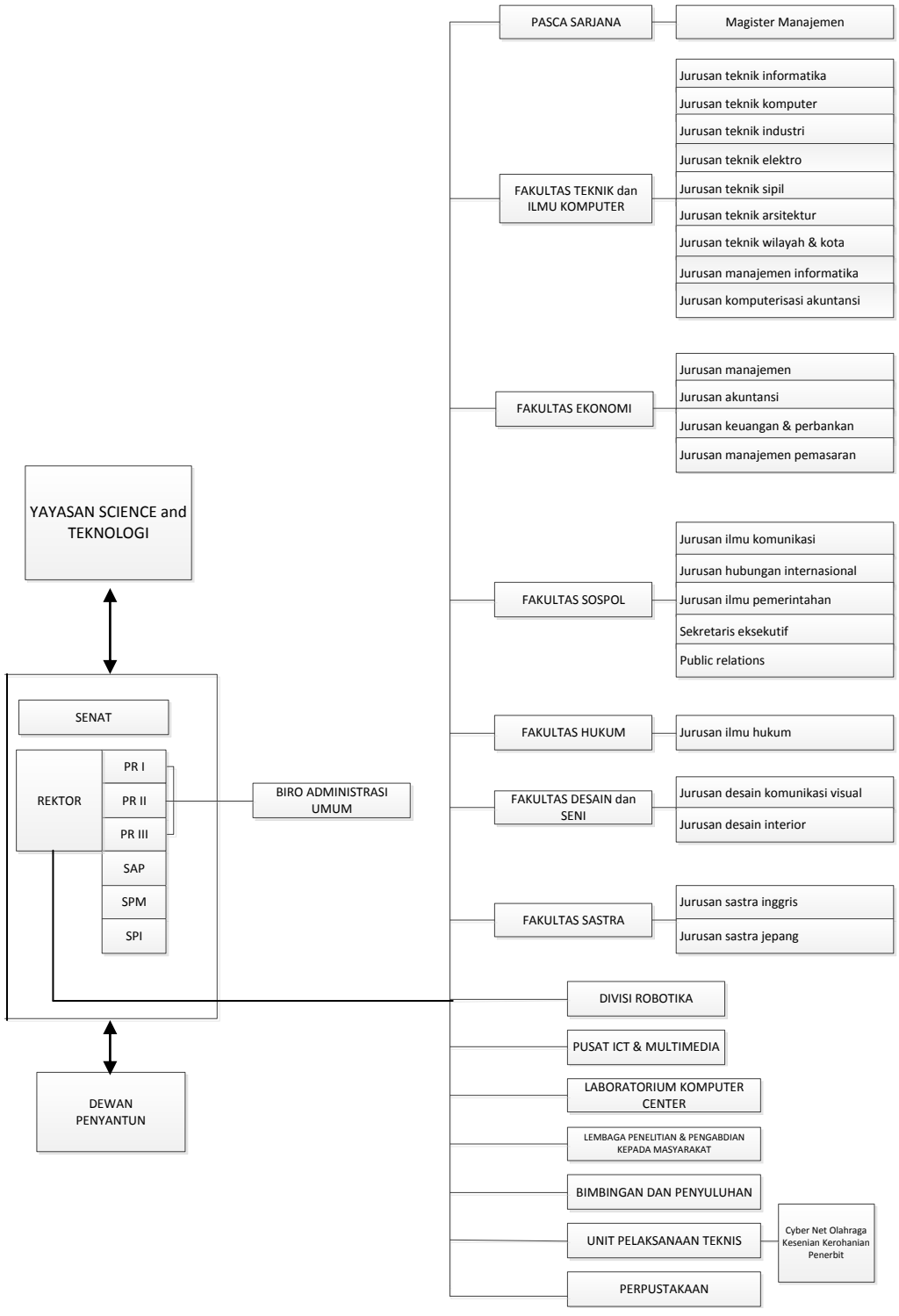
Pada bulan Agustus 1999 STIMIK IGI diresmikan dengan keluarnya SK mendiknas no.143/D/O/1999 dengan 5 program studi: Teknik Informatika S1, Manajemen Informatika D3, Teknik Komputer D3, Komputerisasi Akuntansi D3 Serta Teknik Informatika D3.Agar sistem pendidikan lebih efisiensi, efektif, produktif dengan struktur organisasi yang lebih baik, enam bulan kemudian dilakukan usulan ke DIKTI untuk melakukan Merger kedua sekolah tinggi diatas menjadi Universitas.

Pada hari selasa tanggal 8 Agustus 2000 keluarlah SK MENDIKNAS no. 126/D/O/2000 atas Universitas Komputer Indonesia yang disingkat dengen nama UNIKOM. Pada SK tersebut sekaligus diijinkan dibukanya 11 program studi baru: Teknik Komputer S1, Manajemen Informatika S1, Teknik Industri S1, Teknik Arsitektur S1, Perencanaan Wilayah dan Kota S1, Ilmu Hukum S1, Ilmu Komunikasi S1, Ilmu Pemerintahan S1, Desain Interior D3, Desain Komunikasi Visual S1 Dan Komunikasi D3.

Sejak berdirinya pada tahun 2000, setiap tahunnya UNIKOM menerima kurang lebih 2.000 pelanggan baru. Terakhir pada tahun 2009 yang lalu diterima sebanya 3.108 pelanggan baru. Hingga tahun akademik 2009/2012 terdapat 7 fakultas dan 28 program studi di UNIKOM dengan jumlah pelanggan sebanyak 15.000 orang yang berasal dari berbagai pelosok tanah air dan dari luar negeri yang sedang menempuh pendidikan di UNIKOM.

4.1.2 Struktur Organisasi

Dibawah ini adalah gambar struktur organisasi Universitas Komputer Indonesia.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

4.2. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian, berikut ini adalah Jawaban responden atas sejumlah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner yang akan ditampilkan dalam bentuk tabel *distribusi frekuensi*. karakteristik responden tersebut dikelompokkan berdasarkan beberapa hal diantaranya jenis kelamin dan usia.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

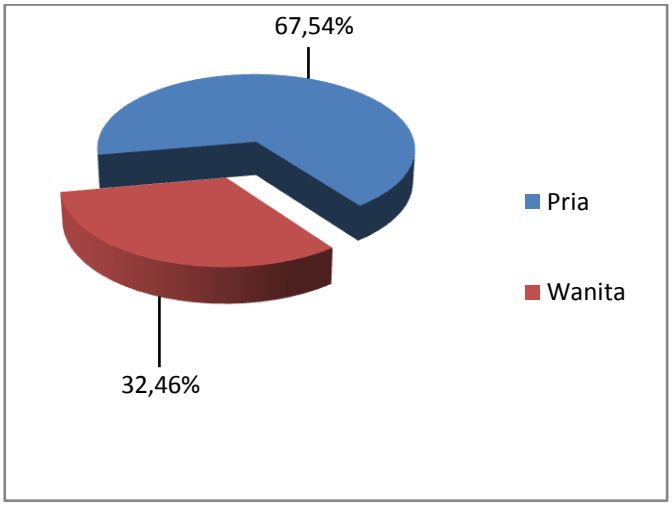
Dari data hasil penelitian yang diperoleh, berikut ini adalah hasil data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1
Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Pria	77	67.54%
2	Wanita	37	32.46%
Total		**114**	**100%**

Sumber : Data Penelitian Diolah

Tabel 4.1 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan jenis kelamin. Mayoritas responden sebanyak 77 orang atau 67,54% adalah responden priadan paling sedikit adalah responden wanita yakni sebanyak 37 orang atau 32,46%. Hal ini dikarenakan jumlah pelanggan yang ada di fakultas teknik dan desain lebih di dominasi oleh pria daripada wanita.



Gambar 4.2
Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

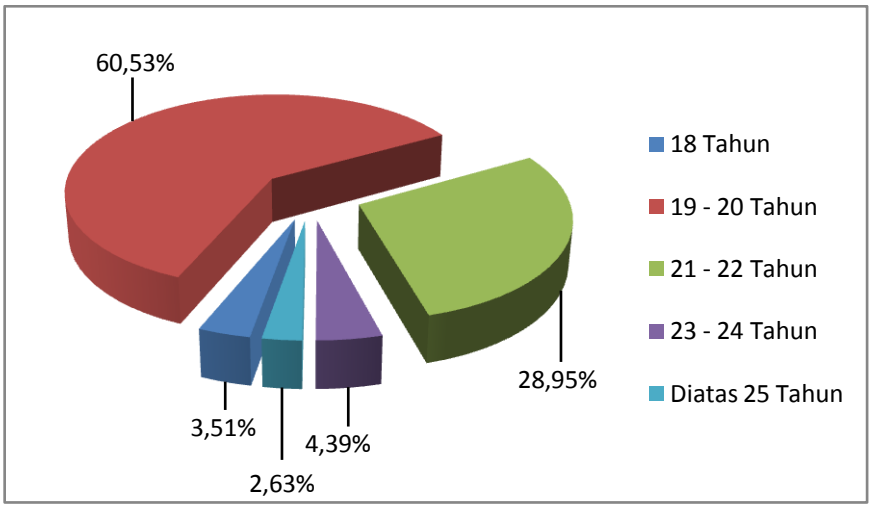
Untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Profil Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	18 Tahun	4	3.51%
2	19 - 20 Tahun	69	60.53%
3	21 - 22 Tahun	33	28.95%
4	23 - 24 Tahun	5	4.39%
5	Diatas 25 Tahun	3	2.63%
Total		**114**	**100%**

Sumber : Data Penelitian Diolah

Tabel 4.2diatas dapat diketahui bahwa yang menjadi responden usia18 tahun sebesar 3,51%, usia 19 - 20 tahun sebesar 60,53%, usia 21 - 22 tahun sebesar 28,95%, usia 23 - 24 tahun sebesar 4,39%, dan sisanya usia diatas 25 tahun sebesar 2,63%. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berusia antara 19 - 20 tahun dengan persentase skor sebesar 60,53%.Hal ini dikarenakan pembagian kuesioner mayoritas pada pelanggan tingkat I dan II.



Gambar 4.3
Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Usia

4.3. Analisis Deskriptif pengaruh nilai pelanggan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan universitas komputer indonesia

Statistik Deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran responden dan deskripsi data yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah nilai pelanggan,citra perusahaandan loyalitas pelanggan dapat dilihat pada uraian berikut:

4.3.1 Deskriptif Variabel Nilai Pelanggan

Dalam penelitian yang dilakukan, variabel nilai pelanggan diukur dengan 17item pernyataan. Untuk mengetahui gambaran empiris secara menyeluruh tentang nilai pelangganmaka dilakukan perhitungan persentase skor jawaban responden pada setiap item pertanyaan. Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil seperti tampak dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Persentase Skor Jawaban Responden Mengenai Nilai Pelanggan

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual
Nilai produk	885	1140	77.63%
Nilai layanan	970	1710	56.73%
Nilai personil	1464	2280	64.21%
Nilai citra	743	1140	65.18%
Biaya moneter	854	1140	74.91%
Biaya waktu	343	570	60.18%
Biaya penghematan energi	464	570	81.40%
Biaya psikis	766	1140	67.19%
Total	**6489**	**9690**	**66.97%**

(Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2012

Tabel diatas memperlihatkan bahwa hasil perhitungan persentase total skor dari variabel nilai pelanggan sebesar 66,97% berada diantara interval 52,01%-68,00%.Dengan demikian penilaian pelanggan tentang UNIKOM cukup tinggi, dimana skor tertinggi ada pada indikator biaya energi dengan persentasi sebesar 81,40% dan terendah pada indikator nilai layanan sebesar 56,73%. Sedangkan untuk indikator nilai citra dengan persentasi 65,18%.Artinya bahwa aspek nilai citra memberikan kontribusi yang cukup baik sesuai dengan yang diharapkan oleh mahasiswa, karena semakin baik citra perusahaan yang terbentuk maka tingkat loyalitas mahasiswa juga akan meningkat.

1. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Nilai Produk

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek nilai produk mengenai pertanyaan manfaat ilmu yang dirasakan dantingkat kompetensi kurikulum adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Manfaat ilmu yang dirasakan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat bermanfaat	35	30.70%
Bermanfaat	62	54.39%
Cukup bermanfaat	17	14.91%
Tidak bermanfaat	0	0.00%
Sangat tidak bermanfaat	0	0.00%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa ilmu yang dirasakan selama kuliah di UNIKOM bermanfaat dengan presentase 54,39%. Hal ini dikarenakan para pelangganberpendapat bahwa selama mereka mengikuti proses belajar mengajar di UNIKOM tingkat pengetahuan keilmuan mereka semakin bertambah terutamadibidang komputer yang tentunya hal ini sangat berguna sekali dan terasa manfaatnya.

Tabel 4.5
Tingkat Kompetensi Kurikulum

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat tinggi	10	8.77%
Tinggi	52	45.61%
Cukup tinggi	49	42.98%
Tidak tinggi	3	2.63%
Sangat tidak tinggi	0	0.00%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa tingkat kompetensi kurikulum adalah tinggi dengan persentase sebesar 45,61%. Hal ini dikarenakan tingkat kompetensi kurikulum yang diterapkan oleh UNIKOM dianggap memiliki tingkat kompetensi yang baik dalam hal proses pembelajaran. Terbukti dari setiap jurusan yang ada di UNIKOM mendapatkan mata kuliah wajib mengenai komputer, hardware serta mata kuliah kewirausahaan yang sangat penting dalam menunjang perubahan dunia kerja dimasa mendatang.

Tabel 4.6
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Nilai Produk

No.	Indikator	Skor
1	Manfaat ilmu yang dirasakan	474
2	Tingkat kompetensi kurikulum	411
Total		**885**

Tabel 4.7
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Nilai Produk

Skor/Total	Skor dalam %
885	$\frac{885}{(114\ x\ 2)\ 5} x\ 100\% = 77{,}63\%$

Tabel 4.8
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • 52% - < 68% • **68% - < 84%** • 84% - < 100%	• Tidak baik • kurang Baik • Cukup Baik • **Baik** • Sangat Baik

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 885, dengan pertanyaan sebanyak 2 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 1140. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 77,63%. Nilai 77,63% berada pada interval 68% - 84% termasuk pada kategori baik. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai produk yang diberikan oleh UNIKOM dinilai baik, karena pelanggan sangat merasakan manfaat dari ilmu yang mereka pelajari pada saat perkuliahan serta tingkat kurikulum yang diterapkan oleh UNIKOM dinilai baik karena adanya mata kuliah wajib yang tidak diterapkan diperguruan tinggi lain.

2. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Nilai Layanan

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek nilai layanan mengenai fasilitas laboratorium yang tersedia di kampus, perpustakaan memiliki literatur yang cukup lengkap sehingga jarang diperlukan referensi dari perpustakaan universitas lainserta tempat parkir kendaraan luas dan bersih, sehingga motor yang diparkir tidak berdesakan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Fasilitas laboratorium yang tersedia di kampus

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat baik	17	14.91%
Baik	41	35.96%
Cukup	38	33.33%
Kurang baik	17	14.91%
Sangat kurang baik	1	0.88%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa fasilitas laboratorium yang tersedia di kampusUNIKOM ada dalam kategori baik dengan persentase sebesar 35,96%. Hal ini sesuai dengan hasil peninjauan langsung serta dukungan dari jawaban mayoritas pelanggan dimana laboratorium yang ada telah menggunakan AC dan proyektor serta dukungan perangkat komputer yang dinilai baik dalam mendukung proses belajar mengajar. Tetapi selain itu ada sebanyak 14,91% yang menyatakan kurang baik, karena pelanggan menilai di beberapa laboratorium tertentu fasilitas komputer yang digunakan dinilai tidak menggunakan teknologi terkini.

Tabel 4.10
Perpustakaan memiliki literatur yang cukup lengkap sehingga jarang diperlukan referensi dari perpustakaan universitas lain

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	4	3.51%
Setuju	28	24.56%
Cukup setuju	44	38.60%
Kurang setuju	36	31.58%
Sangat tidak setuju	2	1.75%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa perpustakaan memiliki literatur yang cukup lengkap sehingga jarang diperlukan referensi dari perpustakaan universitas lain dengan persentase sebesar 38,60%. Hal ini dikarenakan perpustakaan yang disediakan bagi pelanggan sebagai pendukung dalamproses belajar mengajar dinilai sudah cukup baik, baik dari segi ketersediaan buku yang disediakan dan komputer dalam mempermudah mengakses ketersediaan buku yang mereka cari serta adanya fasilitas internet yang dapat digunakan dalam mencari berbagai sumber ilmu.

Tabel 4.11
Tempat parkir kendaraan luas dan bersih, sehingga motor yang diparkir tidak berdesakan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	3	2.63%
Setuju	4	3.51%
Cukup setuju	19	16.67%
Kurang setuju	58	50.88%
Sangat tidak setuju	30	26.32%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa tempat parkir kendaraan luas dan bersih, sehingga motor yang diparkir tidak berdesakan adalah kurang setuju dengan persentase sebesar 50,88%. Hal ini dikarenakan kurangnya ketersediaan lahan parkir bagi pelanggan yang ingin menggunakan sehingga mereka harus berdesak-desakan dalam memarkir kendaraannya.

Tabel 4.12
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Nilai Layanan

No.	Indikator	Skor
3	Fasilitas laboratorium yang tersedia di kampus	398
4	Perpustakaan memiliki literatur yang cukup lengkap sehingga jarang diperlukan referensi dari perpustakaan universitas lain	338
5	Tempat parkir kendaraan luas dan bersih, sehingga motor yang diparkir tidak berdesakan	234
Total		**970**

Tabel 4.13
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Nilai Produk

Skor/Total	Skor dalam %
970	$\frac{970}{(114\ x\ 3)\ 5} x\ 100\% = 56{,}73\%$

Tabel 4.14
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • **52% - < 68%** • 68% - < 84% • 84% - < 100%	• Tidak baik • kurang Baik • **Cukup Baik** • Baik • Sangat Baik

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 970, dengan pertanyaan sebanyak 3 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 1710. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 56,73%. Nilai 56,73% berada pada interval 52% - 68% termasuk pada kategori cukup baik. Maka dapat disimpulkan bahwa aspek nilai layanan yang diberikan oleh UNIKOM sudah cukup baik, karena

fasilitas laboratorium komputer dan perpustakaan yang tersedia serta bagi pelanggan dinilai menunjang proses belajar mengajar mereka.

3. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Nilai Personil

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek nilai personil mengenai Kualitas dosen dalam proses belajar mengajar, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, keramahan karyawan dalam melayani pelangganserta kesopanan karyawan dalam melayani pelangganadalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Kualitas dosen dalam proses belajar mengajar

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat berkualitas	18	15.79%
Berkualitas	55	48.25%
Cukup berkualitas	41	35.96%
Tidak berkualitas	0	0.00%
Sangat tidak berkualitas	0	0.00%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa dosen di UNIKOM dinilai berkualitas dengan persentase sebesar 48,25%. Hal ini dikarenakan staf dosen pengajar di UNIKOM memiliki sumber daya manusia yang berkualitas, sehingga output yang dihasilkanmemiliki kualitas yang unggul dan bersaing. Hal ini terbukti dari banyaknya pelanggan UNIKOM yang berprestasi dengan menjuarai berbagai perlombaan baik tingkat nasional maupun internasional.

Tabel 4.16
Kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat tinggi	4	3.51%
Tinggi	13	11.40%
Cukup tinggi	71	62.28%
Tidak tinggi	19	16.67%
Sangat tidak tinggi	7	6.14%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa karyawan di UNIKOM dalam melayani pelanggandinilai cukup tinggi dengan persentase sebesar 62,28%.Karena pada dasarnya kecepatan karyawan dinilai penting dalam menyelesaikan berbagai permasalahan pelanggan baik dari segi administrasi ataupun hal lainnya yang berkenaan dengan akademik.

Tabel 4.17
Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat tinggi	4	3.51%
Tinggi	27	23.68%
Cukup tinggi	53	46.49%
Tidak tinggi	27	23.68%
Sangat tidak tinggi	3	2.63%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa keramahan karyawan dalam melayani pelanggandinilai cukup tinggi dengan persentase sebesar 46,49%. Hal ini dikarenakan karyawan UNIKOM dalam melayani pelanggan dinilai ramah dalam menangani setiap masalah akademik yang mereka hadapi.

Tabel 4.18
Kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat tinggi	5	4.39%
Tinggi	23	20.18%
Cukup tinggi	70	61.40%
Tidak tinggi	14	12.28%
Sangat tidak tinggi	2	1.75%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa karyawan UNIKOM dinilai cukup tinggi dengan persentase sebesar 61,40%. Hal ini dikarenakan karyawan UNIKOM dalam melayani pelanggandinilai sopan dalam menangani setiap permasalahan pelanggan baik dari segi administrasi ataupun hal lainnya yang berkenaan dengan akademik.

Tabel 4.19
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Nilai Personil

No.	Indikator	Skor
6	Kualitas dosen dalam proses belajar mengajar	433
7	Kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan	330
8	Keramahan karyawan dalam melayani pelanggan	344
9	Kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan	357
Total		**1464**

Tabel 4.20
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Nilai Personil

Skor/Total	Skor dalam %
1464	$\frac{1464}{(114 \; x \; 4) \; 5} \; x \; 100\% = 64{,}21\%$

Tabel 4.21
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • **52% - < 68%** • 68% - < 84% • 84% - < 100%	• Tidak baik • kurang Baik • **Cukup Baik** • Baik • Sangat Baik

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 1464, dengan pertanyaan sebanyak 4 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 2280. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 64,21%. Nilai 64,21% berada pada interval 52% - 68% termasuk pada kategori cukup baik. Maka dapat disimpulkan bahwa aspek nilai personil di UNIKOM dinilai cukup baik, hal ini dikarenakan staf dosen yang dimiliki mempunyai sumber daya manusia yang berkualitas serta karyawan UNIKOM memiliki keramahan, kecepatan serta sopan dalam memberikan setiap layanan kepada pelanggan.

4. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Biaya Moneter

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek biaya moneter mengenai tingkat biaya semester yang ditetapkan oleh pihak universitasdan tingkat biaya SKS yang ditetapkan oleh pihak universitasadalah sebagai berikut:

Tabel 4.22
Tingkat Biaya semester yang ditetapkan oleh pihak Universitas

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat tinggi	17	14.91%
Tinggi	43	37.72%
Cukup tinggi	44	38.60%
Tidak tinggi	8	7.02%
Sangat tidak tinggi	2	1.75%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.22 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa biaya semester yang ditetapkan oleh UNIKOM dinilai cukup tinggi dengan persentase sebesar 38,60%.Karena pelanggan yang ada di UNIKOM merasa biaya semester yang dikenakan kepada mereka cukup tinggi, tetapi sebanyak 7,02% menilai biaya semester yang ditetapkan sangat wajar dan tidak tinggi mengingat fasilitas yang disediakan oleh UNIKOM dinilai baik.

Tabel 4.23
Tingkat Biaya SKS yang ditetapkan oleh pihak Universitas

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat tinggi	35	30.70%
Tinggi	42	36.84%
Cukup tinggi	30	26.32%
Tidak tinggi	7	6.14%
Sangat tidak tinggi	0	0.00%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.23 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa tingkat biaya SKS yang ditetapkan oleh UNIKOM dinilai tinggi dengan persentase sebesar 36,84%.Hal ini dikarenakan biaya per SKS yang dibebankan kepada mereka dinilai tinggi jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya sebelum adanya kebijakan baru dari pihak UNIKOM. Tetapi sebanyak 6,14% menyatakan bahwa biaya SKS yang ditetapkan dinilai tidak tinggi dan wajar.

Tabel 4.24
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Biaya Moneter

No.	Indikator	Skor
12	Tingkat Biaya semester yang ditetapkan oleh pihak Universitas	407
13	Tingkat Biaya SKS yang ditetapkan oleh pihak Universitas	447
Total		**854**

Tabel 4.25
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Biaya Moneter

Skor/Total	Skor dalam %
854	$\frac{854}{(114\ x\ 2)\ 5} x\ 100\% = 74{,}91\%$

Tabel 4.26
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • 52% - < 68% • **68% - < 84%** • 84% - < 100%	• Tidak tinggi • kurangtinggi • Cukup tinggi • **Tinggi** • Sangat tinggi

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 854, dengan pertanyaan sebanyak 2 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 1140. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 74,91%. Nilai 74,91% berada pada interval 52% - 68% termasuk pada kategori tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa aspek biaya moneter dinilai tinggi, hal ini dikarenakan pelanggan menilai biaya semester dan biaya SKS yang dibebankan dirasa tinggi.

5. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Biaya Waktu

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek biaya waktu mengenai Penanganan keluhan yang anda rasakanadalah sebagai berikut:

Tabel 4.27
Penanganan keluhan yang anda rasakan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat cepat	2	1.75%
Cepat	26	22.81%
Cukup cepat	64	56.14%
Tidak cepat	15	13.16%
Sangat tiadak cepat	7	6.14%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.27 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa waktu penanganan keluhan dirasa cukup cepatdengan persentase sebesar 56,14%. Hal ini dikarenakan karyawan UNIKOM dalam melayani masalah akademik pelanggan dirasa cukup cepat.

Tabel 4.28
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Biaya Waktu

No.	Indikator	Skor
14	Penanganan keluhan yang anda rasakan	343
Total		**343**

Tabel 4.29
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Biaya Waktu

Skor/Total	Skor dalam %
343	$\frac{343}{(114\ x\ 1)\ 5} x\ 100\% = 60{,}18\%$

Tabel 4.30
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36%	• Tidak baik
• 36% - < 52%	• kurang Baik
• **52% - < 68%**	• **Cukup Baik**
• 68% - < 84%	• Baik
• 84% - < 100%	• Sangat Baik

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 343, dengan pertanyaan sebanyak 1 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 570. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 60,18%. Nilai 60,18% berada pada interval 52% - 68% termasuk pada kategori cukup baik. Maka dapat disimpulkan bahwa aspek biaya waktu masuk dalam kategori cukup baik, hal ini dikarenakan waktu dalam menangani keluhan serta permasalahan akademik pelanggan dinilai sudah cukup cepat.

6. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Biaya Psikis

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek biaya psikis mengenai bagaimana tingkat stres yang dirasakandan bagaimana tingkat kejenuhan yang dirasakanadalah sebagai berikut:

Tabel 4.31
Bagaimana tingkat stres yang dirasakan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat tinggi	17	14.91%
Tinggi	30	26.32%
Cukup tinggi	52	45.61%
Tidak tinggi	13	11.40%
Sangat tidak tinggi	2	1.75%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.31 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa tingkat stres yang dirasakandinilai cukup tinggi dengan persentase sebesar 45,61%. Hal ini dikarenakan beban mata kuliah yang dirasakan serta tingkat kesuliatan yang diterima membuat tingkat stres cukup tinggi khususnya pelangganyang ada di fakultas teknik. Tetapi sebanyak 11,40% pelanggan menilai mereka tingkat stres yang mereka rasakan dinilai tidak tinggi.

Tabel 4.32
Bagaimana tingkat kejenuhan yang dirasakan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat tinggi	15	13.16%
Tinggi	28	24.56%
Cukup tinggi	50	43.86%
Tidak tinggi	19	16.67%
Sangat tidak tinggi	2	1.75%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.32 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa tingkat kejenuhan yang dirasakandinilai cukup tinggi dengan persentase sebesar 43,86%. Hal ini dikarenakan beban stres yang cukup tinggi sehingga berdampak pada tingkat kejenuhan yang dirasakan oleh mahasiswa/i cukup tinggi

khususnya pelanggandari fakultas teknik. Selain itu sebanyak 16,67% pelanggan menilai bahwa mereka tidak memiliki tingkat jenuh dalam menempuh studi di UNIKOM.

Tabel 4.33
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Biaya Psikis

No.	Indikator	Skor
16	Bagaimana tingkat stres yang dirasakan	389
17	Bagaimana tingkat kejenuhan yang dirasakan	377
Total		**766**

Tabel 4.34
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Biaya Moneter

Skor/Total	Skor dalam %
766	$\frac{766}{(114\ x\ 2)\ 5} x\ 100\% = 67{,}19\%$

Tabel 4.35
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • **52% - < 68%** • 68% - < 84% • 84% - < 100%	• Tidak tinggi • kurangtinggi • **Cukup tinggi** • Tinggi • Sangat tinggi

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 766, dengan pertanyaan sebanyak 2 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 1140. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 67,19%. Nilai 67,19% berada pada interval

52% - 68% termasuk pada kategori cukup tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa aspek biaya psikis yang termasuk dalam kategori cukup tinggi, hal ini dikarenakan tingkat stres dan jenuh yang dirasakan oleh pelanggandinilai cukup tinggi.

7. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Biaya Penghematan Energi

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek biaya energi mengenai lokasi kampus mudah dijangkau dengan mudahadalah sebagai berikut:

Tabel 4.36
Lokasi kampus mudah dijangkau dengan mudah

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	30	26.32%
Setuju	64	56.14%
Cukup setuju	18	15.79%
Kurang setuju	2	1.75%
Sangat tidak setuju	0	0.00%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.36 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa lokasi kampus UNIKOM dinilai mudah dijangkau dengan persentase sebesar 56,14%. Hal ini dikarenakan lokasi kampus UNIKOM mudah dijangkau oleh pelangganserta tersedianya sarana transportasi yaitu berupa angkot dan BUS yang melewati kampus.

Tabel 4.37
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Biaya Energi

No.	Indikator	Skor
15	Lokasi kampus mudah dijangkau dengan mudah	464
Total		**464**

Tabel 4.38
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Biaya Waktu

Skor/Total	Skor dalam %
464	$\frac{464}{(114\ x\ 1)\ 5} x\ 100\% = 81{,}40\%$

Tabel 4.39
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • 52% - < 68% • **68% - < 84%** • 84% - < 100%	• Tidak tinggi • kurangtinggi • Cukup tinggi • **Tinggi** • Sangat tinggi

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 464, dengan pertanyaan sebanyak 1 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 570. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 81,40%. Nilai 81,40% berada pada interval 52% - 68% termasuk pada kategori tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa aspek biaya penghematan energi masuk dalam kategori tinggi, maksudnya adalah semakin tinggi penghematan biaya energi yang dibebankan maka semakin kecil pengorbanan yang dikeluarkan oleh pelanggan.

4.3.2 Deskriptif Variabel Citra Perusahaan

Dalam penelitian yang dilakukan, variabel citra perusahaan diukur dengan 5item pernyataan. Untuk mengetahui gambaran empiris secara menyeluruh tentang citra perusahaan maka dilakukan perhitungan persentase skor jawaban responden pada setiap item pertanyaan. Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil seperti tampak dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.40
Persentase Skor Jawaban Responden Mengenai Citra Perusahaan

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual
Kesan	402	570	70.53%
Kepercayaan	928	1140	81.40%
Sikap	811	1140	71.14%
Total	**2141**	**2850**	**75.12%**

(Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2012)

Tabel diatas memperlihatkan bahwa hasil perhitungan persentase total skor dari variabel citra perusahaan sebesar 75,12% berada diantara interval 68,01% – 84,00%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa citra UNIKOM masuk dalam kategori baik. Demikian juga bila dilihat berdasarkan indikator yang menunjukkan bahwa persentase skor tanggapan responden pada ketiga indikator berada di interval 70,53% – 81,40%, artinya bahwa aspek kesan, kepercayaan serta sikap mayoritas pelanggan UNIKOM sudah baik.

1. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Kesan

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek kesan mengenai pertanyaan Bagaimana kesan anda terhadap UNIKOM adalah sebagai berikut:

Tabel 4.41
Bagaimana kesan anda terhadap UNIKOM

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat baik	12	10.53%
Baik	47	41.23%
Cukup baik	47	41.23%
Tidak baik	5	4.39%
Sangat tidak baik	3	2.63%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.41 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa mereka memiliki kesan yang baik terhadap UNIKOM dengan persentase sebesar 41,23% dan masuk kedalam kategori baik. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan meningkatnya kesan yang baik terhadap UNIKOM maka citra UNIKOM kedepannya akan semakin baik lagi.

Tabel 4.42
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Kesan

No.	Pernyataan	Jumlah
1	Bagaimana kesan anda terhadap UNIKOM	402
Total		**402**

Tabel 4.43
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Kesan

Skor/Total	Skor dalam %
402	$\frac{402}{(114\ x\ 1)\ 5} x\ 100\% = 70{,}53\%$

Tabel 4.44
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • 52% - < 68% • **68% - < 84%** • 84% - < 100%	• Tidak baik • kurang Baik • Cukup Baik • **Baik** • Sangat Baik

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 402, dengan pertanyaan sebanyak 1 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 570. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 70,53%. Nilai 70,53% berada pada interval 68% - 84% termasuk pada kategori baik. Maka dapat disimpulkan bahwa aspek kesan pelanggan terhadap UNIKOM dalam kategori baik. Hal tersebut tentunya akan berimplikasi pada citra UNIKOM dimasa mendatang.

2. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Kepercayaan

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek kepercayaan mengenai pertanyaan Setelah menjadi sarjana anda akan mendapatkan perkerjaan yang lebih baik dan dengan semakin banyaknya perguruan tinggi baik negeri maupun swasta, anda percaya UNIKOM mampu bersaing dengan baik adalah sebagai berikut:

Tabel 4.45
Setelah menjadi sarjana anda akan mendapatkan perkerjaan yang lebih baik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	26	22.81%
Setuju	64	56.14%
Cukup setuju	22	19.30%
Kurang setuju	2	1.75%
Sangat tidak setuju	0	0.00%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.45 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan mereka percaya setelah menjadi sarjana di UNIKOM akan mendapatkan perkerjaan yang lebih baik dengan persentase sebesar 56,14%. Hal ini dikarenakan tingginya tingkat kepercayaan pelanggan kepada UNIKOM, dimana mereka merasa yakin setelah lulus dari UNIKOM nantinya akan mendapatkan pekerjaan yang baik sesuai dengan program studi yang ditempuh.

Tabel 4.46
Dengan semakin banyaknya perguruan tinggi baik negeri maupun swasta, anda percaya UNIKOM mampu bersaing dengan baik

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat percaya	30	26.32%
Percaya	71	62.28%
Cukup percaya	12	10.53%
Tidak percaya	1	0.88%
Sangat tidak percaya	0	0.00%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.46 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa mereka percaya UNIKOM mampu bersaing dengan perguruan tinggi lain dengan persentase sebesar 62,28%. Hal ini dikarenakan segudang prestasi yang telah diraih oleh UNIKOM baik dari dalam maupun luar negeri menunjukkan

bahwa UNIKOM mampu bersaing dengan perguruan tinggi lain dan semakin menaikkan citra UNIKOM.

Tabel 4.47
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Kepercayaan

No.	Pernyataan	Jumlah
2	Setelah menjadi sarjana anda akan mendapatkan perkerjaan yang lebih baik	456
3	Dengan semakin banyaknya perguruan tinggi baik negeri maupun swasta, anda percaya UNIKOM mampu bersaing dengan baik	472
Total		**928**

Tabel 4.48
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Kepercayaan

Skor/Total	Skor dalam %
928	$\frac{928}{(114\ x\ 2)\ 5} x\ 100\% = 81{,}40\%$

Tabel 4.49
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • 52% - < 68% • **68% - < 84%** • 84% - < 100%	• Tidak tinggi • kurangtinggi • Cukup tinggi • **Tinggi** • Sangat tinggi

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 928, dengan pertanyaan sebanyak 2 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 1140. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 81,40%. Nilai 81,40% berada pada interval 68% - 84% termasuk pada kategori tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa aspek

kepercayaan dalam kategori tinggi dimana mayoritas pelanggan percaya bahwa dengan kuliah di UNIKOM mereka akan mendapatkan pekerjaan yang baik. Selain itu pelanggan UNIKOM percaya bahwa UNIKOM mampu bersaing dengan perguruan tinggi lain yang ada di Indonesia.

3. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Sikap

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek sikap mengenai pertanyaan bagaimana tingkat kepedulian anda terhadap UNIKOM dan bagaimana tingkat kebanggan anda terhadap UNIKOM adalah sebagai berikut:

Tabel 4.50
Bagaimana tingkat kepedulian anda terhadap UNIKOM

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat tinggi	7	6.14%
Tinggi	41	35.96%
Cukup tinggi	56	49.12%
Tidak tinggi	10	8.77%
Sangat tidak tinggi	0	0.00%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.50 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa mereka memiliki tingkat kepedulian yang tinggi terhadap UNIKOM dengan persentase sebesar 49,12%.Dimana rasa tingkat kepedulian mereka diwujudkan dalam bentuk prestasi demi mengharumkan nama UNIKOM sehingga citra UNIKOM dapat terpelihara dengan baik.

Tabel 4.51
Bagaimana Tingkat kebanggan anda terhadap UNIKOM

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat bangga	14	12.28%
Bangga	58	50.88%
Cukup bangga	38	33.33%
Tidak bangga	4	3.51%
Sangat tidak bangga	0	0.00%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.51 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa mereka cukup bangga terhadap UNIKOM dengan persentase sebesar 50,88%. Hal ini dikarenakan UNIKOM selalu berprestasi dalam setiap ajang perlombaan baik di dalam maupun luar negeri, sehingga mereka merasa bangga menjadi bagian dari UNIKOM.

Tabel 4.52
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Sikap

No.	Pernyataan	Jumlah
4	Bagaimana tingkat kepedulian anda terhadap UNIKOM	387
5	Bagaimana Tingkat kebanggan anda terhadap UNIKOM	424
Total		**811**

Tabel 4.53
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Sikap

Skor/Total	Skor dalam %
811	$\frac{811}{(114\ x\ 2)\ 5} x\ 100\% = 71{,}14\%$

Tabel 4.54
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • 52% - < 68% • **68% - < 84%** • 84% - < 100%	• Tidak baik • kurang Baik • Cukup Baik • **Baik** • Sangat Baik

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 811, dengan pertanyaan sebanyak 2 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 1140. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 71,14%. Nilai 71,14% berada pada interval 68% - 84% termasuk pada kategori tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa aspek sikap dalam kategori tinggi, dimana mayoritas pelanggan memiliki tingkat kepedulian serta kebanggaan terhadap UNIKOM yang mereka wujudkan dengan prestasi yang ditorehkan.

4.3.3 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan

Dalam penelitian yang dilakukan, variabel loyalitas pelanggan diukur dengan 4item pernyataan. Untuk mengetahui gambaran empiris secara menyeluruh tentang loyalitas pelangganmaka dilakukan perhitungan persentase skor jawaban responden pada setiap item pertanyaan. Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil seperti tampak dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.55
Persentase Skor Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan

Indikator	Skor Aktual	Skor Ideal	% Skor Aktual
Merekomendasikan Kepada Orang Lain	361	570	63.33%
Kebal terhadap produk pesaing	336	570	58.95%
Melakukan pembelian ulang	440	570	77.19%
Membeli diluar lini produk/jasa	385	570	67.54%
Total	**1522**	**2280**	**66.75%**

(Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2012)

Tabel diatas memperlihatkan bahwa hasil perhitungan persentase total skor dari variabel loyalitas pelanggan sebesar 66,75% berada diantara interval 52,01% – 68,00%. Dimana skor tertinggi ada pada indikator melakukan pembelian ulang dengan presentase 77,19% serta skor terendah ada pada indikator kebal terhadap produk pesaing dengan presentase 58,95%.

1. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Merekomendasikan Kepada Orang Lain

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek merekomendasikan kepada orang lain mengenai pertanyaan bagaimana tingkat rekomendasi anda kepada orang lain untuk kuliah di UNIKOM adalah sebagai berikut:

Tabel 4.56
Bagaimana tingkat rekomendasi anda kepada orang lain untuk kuliah di UNIKOM

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat tinggi	5	4.39%
Tinggi	31	27.19%
Cukup tinggi	58	50.88%
Tidak tinggi	18	15.79%
Sangat tidak tinggi	2	1.75%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.56 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa tingkat rekomendasi kepada orang lain untuk kuliah di UNIKOM cukup tinggi dengan persentase sebesar 50,88%. Hal ini dikarenakan para pelangganUNIKOM memiliki tingkat rekomendasi yang cukup tinggi dalam mengajak orang lain untuk kuliah di UNIKOM.

Tabel 4.57
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Merekomendasikan Kepada Orang Lain

No.	Pernyataan	Jumlah
1	Bagaimana tingkat rekomendasi anda kepada orang lain untuk kuliah di UNIKOM	361
Total		**361**

Tabel 4.58
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Merekomendasikan Kepada Orang Lain

Skor/Total	Skor dalam %
361	$\frac{361}{(114\ x\ 1)\ 5} x\ 100\% = 63{,}33\%$

Tabel 4.59
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • **52% - < 68%** • 68% - < 84% • 84% - < 100%	• Tidak tinggi • kurangtinggi • **Cukuptinggi** • Tinggi • Sangat tinggi

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 361, dengan pertanyaan sebanyak 1 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 570. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 63,33%. Nilai 63,33% berada pada interval 68% - 84% termasuk pada kategori cukup tinggi. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa aspek rekomendasi kepada orang lain dalam kategori cukup tinggi. Dimana mahasiswa/i UNIKOM merekomendasikan orang lain untuk kuliah di UNIKOM.

2. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Kebal Terhadap Produk Pesaing

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek kebal terhadap produk pesaing mengenai pertanyaan bagaimana tingkat ketertarikan anda untuk pindah ke universitas lain adalah sebagai berikut:

Tabel 4.60
Bagaimana tingkat ketertarikan anda untuk pindah ke Universitas lain

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat tinggi	16	14.04%
Tinggi	18	15.79%
Cukup tinggi	29	25.44%
Tidak tinggi	46	40.35%
Sangat tidak tinggi	5	4.39%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.60 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa mereka tidak memiliki tingkat ketertarikan untuk pindah ke universitas lain dengan persentase sebesar 40,35%. Hal ini dikarenakan para pelangganpercaya terhadap UNIKOM dan mereka memiliki tingkat ketertarikan yang rendah untuk pindah ke perguruan tinggi lain.

Tabel 4.61
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Kebal Terhadap Produk Pesaing

No.	Pernyataan	Jumlah
2	Bagaimana tingkat ketertarikan anda untuk pindah ke Universitas lain	336
Total		**336**

Tabel 4.62
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Kebal Terhadap Produk Pesaing

Skor/Total	Skor dalam %
336	$\frac{336}{(114\ x\ 1)\ 5} x\ 100\% = 58{,}95\%$

Tabel 4.63
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • **52% - < 68%** • 68% - < 84% • 84% - < 100%	• Tidak tinggi • kurangtinggi • **Cukuptinggi** • Tinggi • Sangat tinggi

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 336, dengan pertanyaan sebanyak 1 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 570. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 58,95%. Nilai 58,95% berada pada interval 68% - 84% termasuk pada kategori cukup tinggi.Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa aspek kekebalan terhadap produk pesaing dalam kategori cukup tinggi. Dimana mahasiswa/i UNIKOM cukup memiliki ketertarikan untuk pindah ke perguruan tinggi lain.

3. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Melakukan Pembelian Ulang

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek melakukan pembelian ulang mengenai pertanyaan Anda akan melanjutkan studi ke semester berikutnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.64
Anda akan melanjutkan studi ke semester berikutnya

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	27	23.68%
Setuju	53	46.49%
Cukup setuju	26	22.81%
Kurang setuju	7	6.14%
Sangat tidak setuju	1	0.88%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.64 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa mereka akan melanjutkan studi ke semester berikutnya dengan persentase sebesar 46,49%. Hal ini dikarenakan mayoritas pelanggan UNIKOM selalu melanjutkan studi ke semester yang berikutnya dan jarang sekali dari mereka yang memutuskan untuk cuti akademik atau berhenti kuliah.

Tabel 4.65
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Melakukan Pembelian Ulang

No.	Pernyataan	Jumlah
3	Anda akan melanjutkan studi ke semester berikutnya	440
Total		**440**

Tabel 4.66
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Melakukan Pembelian Ulang

Skor/Total	Skor dalam %
440	$\frac{440}{(114\ x\ 1)\ 5} x\ 100\% = 77{,}19\%$

Tabel 4.67
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • 52% - < 68% • **68% - < 84%** • 84% - < 100%	• Tidak tinggi • kurangtinggi • Cukup tinggi • **Tinggi** • Sangat tinggi

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 440, dengan pertanyaan sebanyak 1 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 570. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 77,19%. Nilai 77,19% berada pada interval 68% - 84% termasuk pada kategori tinggi. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa aspek pembelian ulang dalam kategori tinggi, dimana mayoritas pelanggan selalu melanjutkan studi ke semester berikutnya.

4. Tanggapan Responden Mengenai Aspek Membeli Diluar Lini Produk/Jasa

Berikut ini adalah tanggapan responden terhadap setiap item pertanyaan yang diajukan pada indikator aspek membeli diluar lini produk/jasa mengenai pertanyaan selain kuliah anda mengikuti kegiatan yang diadakan oleh jurusan anda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.68
Selain kuliah anda mengikuti kegiatan yang diadakan oleh jurusan anda

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	13	11.40%
Setuju	35	30.70%
Cukup setuju	48	42.11%
Kurang setuju	18	15.79%
Sangat tidak setuju	0	0.00%
Total	**114**	**100%**

Sumber : Data kuesioner yang telah diolah, 2012

Berdasarkan tabel 4.68 diatas, mayoritas tanggapan responden menyatakan bahwa selain kuliah anda mereka mengikuti kegiatan yang diadakan oleh jurusananda adalah cukup setuju dengan persentase sebesar 42,11%. Hal ini dikarenakan pelanggan UNIKOM mayoritas selain kuliah yang biasa dilakukan mereka juga selalu mengikuti berbagai program kegiatan yang diadakan oleh jurusan mereka masing-masing.

Tabel 4.69
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Membeli Diluar Lini Produk/Jasa

No.	Pernyataan	Jumlah
4	Selain kuliah anda mengikuti kegiatan yang diadakan oleh jurusan anda	385
Total		**385**

Tabel 4.70
Skor Tanggapan Responden Terhadap Aspek Membeli Diluar Lini Produk/Jasa

Skor/Total	Skor dalam %
385	$\frac{385}{(114\ x\ 1)\ 5} x\ 100\% = 67{,}54\%$

Tabel 4.71
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36% • 36% - < 52% • **52% - < 68%** • 68% - < 84% • 84% - < 100%	• Tidak tinggi • kurangtinggi • Cukup tinggi • **Tinggi** • Sangat tinggi

Berdasarkan hasil keseluruhan dari jawaban responden didapat nilai skor aktual sebesar 385, dengan pertanyaan sebanyak 1 item, 114 responden dan skor tertinggi adalah 5, maka didapat nilai skor ideal sebesar 570. Untuk menarik kesimpulan keseluruhan, maka skor aktual dibagi dengan skor ideal kemudian dikali 100% sehingga didapat nilai 67,54%. Nilai 67,54% berada pada interval 68% - 84% termasuk pada kategori tinggi. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwamayoritas pelanggan UNIKOM selain kuliah yang biasa dilakukan mereka juga selalu mengikuti berbagai program kegiatan yang diadakan oleh jurusan mereka masing-masing misalnya mengikuti program seminar, mentoring keagamaan, brevet pajak, kunjungan industri, dll.

4.4 Analisis Verifikatif

4.4.1 Keterkaitan Nilai Pelanggandan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pada bagian ini akan diestimasi koefisien regresi pengaruh nilai pelanggan dan citra perusahaanterhadap loyalitas pelangganmenggunakan regresi linear berganda. Data yang digunakan dalam analisis regressi berdasarkan data hasil konversi skor hasil tanggapan 114 responden. Hasil perhitungan koefisien *regresi linierberganda* dengan menggunakan bantuan program software*SPSS* berdasarkan data penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.72
Hasil Perhitungan Koefisien Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,942	1,493		-1,300	,196
	Nilai Pelanggan (X1)	,179	,024	,516	7,440	,000
	Citra Perusahaan (X2)	,319	,055	,401	5,786	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Mahasiswa (Y)

Sumber : Lampiran Output SPSS

Diperoleh persamaan *regresi* taksiran untuk melihat pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Perusahaanterhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -1{,}942 + 0{,}179\ X_1 + 0{,}319\ X_2$$

Nilai a, b_1 dan b_2 dalam persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a = -1,942artinya: jika nilai pelanggan dan citra perusahaan bernilai 0 maka loyalitas pelanggan akan bernilai -1,942 satuan.

b_1 = 0,179 artinya: jika nilai pelanggan meningkat sebesar satu, sementara citra perusahaan konstan, maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,179satuan.

b_2 = 0,319 artinya: jika citra perusahaan meningkat sebesar satu satuan, sementara nilai pelanggan konstan maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,319satuan.

4.4.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengukur mengetahui sejauhmana/ seberapa kuat hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berikut akan di uraikan hasil analisis korelasi untuk masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

4.4.2.1 Analisis Korelasi Simultan Antara Nilai Pelanggan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berikut disajikan hasil analisis korelasi simulan nilai pelanggan dan citra perusahaan dengan loyalitas pelanggan Universitas Komputer Indonesia.

Tabel 4.73
Hasil Korelasi Simultan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,688[a]	,473	,464	1,87772

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan (X2), Nilai Pelanggan (X1)

Dari tabel 4.73 di atas, diperoleh informasi bahwa nilai korelasi yang diperoleh secara simultan antara nilai pelanggan dan citra perusahaan dengan loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,688. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah. Dimana semakin tinggi nilai pelanggan dan citra perusahaan, maka akan diikuti pula oleh semakin tingginya loyalitas pelanggan (pelanggan). Nilai korelasi sebesar 0,688 berdasarkan *Sugiono (2009:250)*termasuk kedalam kategori hubungan yang kuat.

4.4.2.2 Analisis Korelasi Parsial Antara Nilai Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan

Dengan menggunakan bantuan *soft ware SPSS for window,* diperoleh hasil analisis korelasi sebagai berikut:

Tabel 4.74
Korelasi Parsial Antara Nilai Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan

Correlations

		Nilai Pelanggan (X1)	Loyalitas Mahasiswa (Y)
Nilai Pelanggan (X1)	Pearson Correlation	1	,560**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	114	114
Loyalitas Mahasiswa (Y)	Pearson Correlation	,560**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	114	114

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

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,560. Nilai korelasi bertanda positif yang menandakan bahwa hubungan yang terjadi antara keduanya adalah searah. Dimana semakin baik nilai pelanggan, maka akan diikuti pula oleh semakin tingginya loyalitas pelangganterhadap kampus. Nilai korelasi sebesar 0,560 berdasarkan *Sugiono*

*(2009:250)*termasuk kedalam kategori hubungan yang sedang.

4.4.2.3 Analisis Korelasi Parsial Antara Citra Perusahaan dengan Loyalitas Pelanggan

Dengan menggunakan bantuan *soft ware SPSS for window,* diperoleh hasil analisis korelasi sebagai berikut:

Tabel 4.75
Korelasi Parsial Antara Citra Perusahaan dengan Loyalitas Pelanggan

Correlations

		Citra Perusahaan (X2)	Loyalitas Mahasiswa (Y)
Citra Perusahaan (X2)	Pearson Correlation	1	,458**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	114	114
Loyalitas Mahasiswa (Y)	Pearson Correlation	,458**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	114	114

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

Dari tabel di atas, diperoleh informasi bahwa nilai koefisien korelasi yang diperoleh antara citra perusahaan dengan loyalitas adalah sebesar 0,458. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukan bahwa arah hubungan yang terjadi antara citra perusahaan dengan loyalitas adalah searah. Dimana semakin baik citra perusahaan, maka akan diikuti pula oleh semakin tingginya loyalitas pelanggan. Nilai korelasi sebesar 0,458 menurut interpretasi *Sugiono (2009:250)*termasuk kedalam kategori hubungan yang sedang.

4.4.3 Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara nilai pelanggandan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Universitas Komputer Indonesia, dapat dilihat dengan mengalikan nilai *beta* dengan nilai *zero order*, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.76
Pengaruh Parsial Nilai Pelanggan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas

Coefficients[a]

Model		Standardized Coefficients	Correlations
		Beta	Zero-order
1	Nilai Pelanggan (X1)	,516	,560
	Citra Perusahaan (X2)	,401	,458

a. Dependent Variable: Loyalitas Mahasiswa (Y)

Berdasarkan tabel output di atas dapat diketahui pengaruh dari setiap masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan langkah-langkah perhitungan sebagai berikut:

Pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas = 0,516 x 0,560 = 0,289 atau 28,9%

Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas = 0,401 x 0,458 = 0,184 atau 18,4%

Dari hasil perhitungan di atas, terlihat bahwa nilai pelanggan memberikan pengaruh terbesar terhadap loyalitas pelanggan dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 28,9% sedangkan pengaruh terkecil diberikan oleh variabel citra perusahaan dengan besar pengaruh yang diberikan sebesar 19,4%.

4.4.4 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas menggunakan uji F dan pada tahap kedua dilakukan uji secara parsial untuk melihat kebermaknaan masing-masing variabel bebas dalam model *regresi*yang diperoleh menggunakan uji T.

4.4.4.1 Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Untuk menguji apakah nilai pelanggan dan citra perusahaan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (pelanggan), maka dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$, Artinya, tidak terdapat pengaruh dari nilai pelanggandan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Universitas Komputer Indonesia.

$H_1 : \beta \neq 0$, Artinya, terdapat pengaruh dari nilai pelanggandan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Universitas Komputer Indonesia.

Taraf signifikansi (α) : 0,05

Kriteria uji : tolak H_0 jika nilai F-hitung > F-tabel, terima H_1 jika nilai F-hitung < F-tabel

Nilai statistik uji F dapat diketahui dari tabel output berikut:

Tabel 4.77
Hasil Pengujian Hipotesis Simultan

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	351,261	2	175,630	49,812	,000[a]
	Residual	391,367	111	3,526		
	Total	742,628	113			

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan (X2), Nilai Pelanggan (X1)

b. Dependent Variable: Loyalitas Mahasiswa (Y)

Berdasarkan tabel output di atas, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 49,812. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai F tabel. Dengan α=0,05, db_1=2 dan db_2=111, diketahui nilai F tabel sebesar 3,078. Dari nilai-nilai di atas, diketahui nilai F hitung (49,812) > F tabel (3,101), sehingga H_0 ditolak dan H_1diterima, artinya terdapat pengaruh simultan yang signifikan dari nilai pelanggan (X_1) dan citra perusahaan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (variabel Y). Untuk melihat lebih rinci pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat, berikut disajikan uji hipotesis secara parsial menggunakan uji t.

4.4.4.2 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

a. Pengaruh Nilai pelanggan (X_1)Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Dugaan sementara nilai pelangganberpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, karena itu peneliti menetapkan hipotesis penelitian untuk pengujian dua pihak dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H_{02}: β = 0,nilai pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Universitas Komputer Indonesia.

H_{12}: β ≠0,nilai pelanggan berpengaruh terhada loyalitas pelanggan Universitas Komputer Indonesia.

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak Ho jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_1 sebagaiberikut:

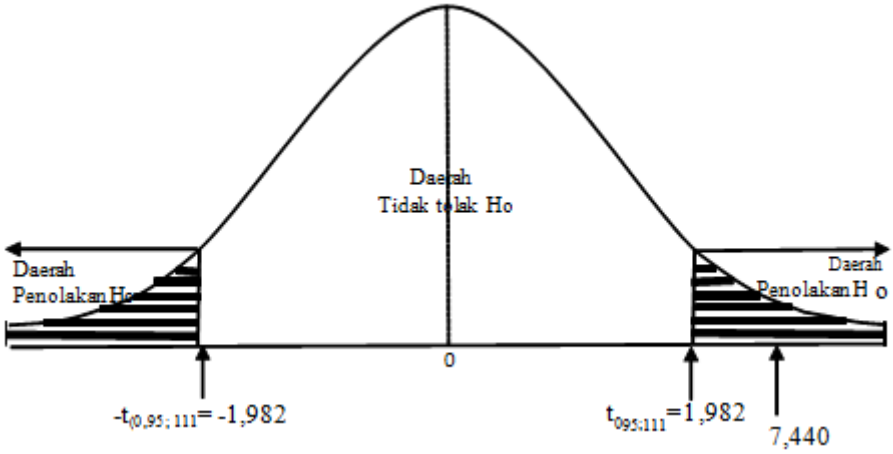
Tabel 4.78
Pengujian Hipotesis Parsial X_1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,942	1,493		-1,300	,196
	Nilai Pelanggan (X1)	,179	,024	,516	7,440	,000
	Citra Perusahaan (X2)	,319	,055	,401	5,786	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Mahasiswa (Y)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t hitung untuk nilai pelanggan sebesar 7,440. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=114-2-1=111, diperoleh nilai t tabel sebesar ± 1,982. Diketahui bahwa t hitung untuk X_1 sebesar 7,440> nilai t tabel (1,982), maka Ho ditolak artinya nilai pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Universitas Komputer Indonesia. Jika digambarkan, nilai t hitung dan t tabel untuk pengujian parsial X_1 tampak sebagai berikut:



Gambar 4.4
Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Parsial
Nilai Pelangganterhadap Loyalitas Pelanggan

b. Pengaruh Citra Perusahaan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Dugaan sementara Citra Perusahaanberpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan, karena itu peneliti menetapkan hipotesis penelitian untuk pengujian dua pihak dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H_{03}: β = 0,citra perusahaan tidak berpengaruh terhadaployalitas pelanggan Universitas Komputer Indonesia.

H_{13}: β ≠0,citra perusahaan berpengaruh terhadaployalitas pelanggan Universitas Komputer Indonesia.

Dengan taraf signifikansi 0,05

Kriteria : Tolak Ho jika t hitung > t tabel, terima dalam hal lainnya

Dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji hipotesis parsial X_2 sebagai berikut:

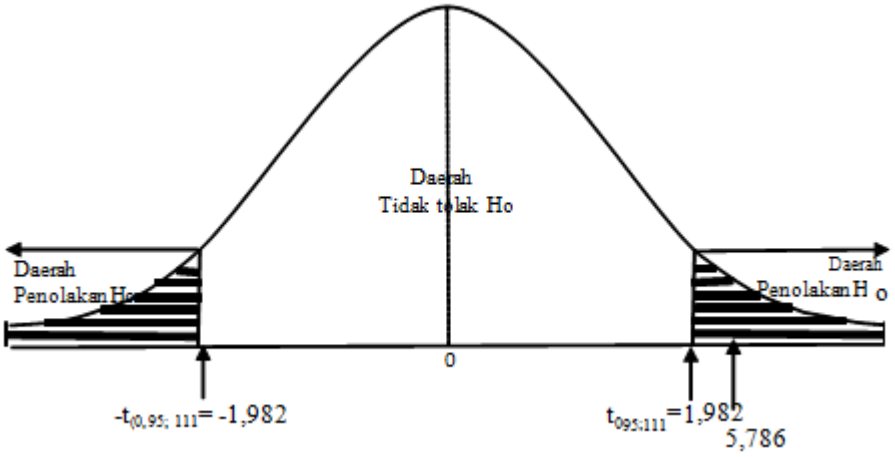
Tabel 4.79
Pengujian Hipotesis Parsial X_2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,942	1,493		-1,300	,196
	Nilai Pelanggan (X1)	,179	,024	,516	7,440	,000
	Citra Perusahaan (X2)	,319	,055	,401	5,786	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Mahasiswa (Y)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai t hitung untuk citra perusahaan sebesar 5,786. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada tabel distribusi t. Dengan α=0,05, df=n-k-1=114-2-1=111, diperoleh nilai t tabel sebesar ± 1,982. Diketahui bahwa t hitung untuk X_2 sebesar 5,786> nilai t tabel (1,982), maka Ho ditolak artinya citra perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Universitas Komputer Indonesia. Jika digambarkan, nilai t hitung dan t tabel untuk pengujian parsial X_2 tampak sebagai berikut:



Gambar 4.5
Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Parsial
Citra Perusahaanterhadap Loyalitas Pelanggan