

**LAMPIRAN**  
**LEMBAR KUESIONER PENELITIAN**

**PETUNJUK PENGISIAN**

Isilah pernyataan dibawah ini dengan sebenar-benarnya.

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin :  Pria  Wanita
3. Usia :  
 < 20 Tahun  31 Tahun – 40  
Tahun  
 21 Tahun – 30 Tahun  41 Tahun – 50  
Tahun
4. Pendidikan Terakhir :  
 SMP  SARJANA  
 SMA  MAGISTER
5. Berapa Kali Menginap :

Berilah tanda centang (☐) dibawah pada salah satu alternatif jawaban yang paling tepat dengan kriteria jawaban:

SS: Sangat Setuju

TS: Tidak Setuju

S: Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

## KUESIONER PENEIITIAN

NO	Pernyataan	STS	TS	S	SS
<b>Customer delight(X1)</b>					
<b>Justice</b>					
1.	Fasilitas Raja Hotel sesuai dengan Informasi yang diberikan.				
2.	Saya merasa mendapatkan kepuasan dari jasa yang digunakan .				
3.	Harga hotel ekonomis				
4.	Promosi yang dilakukan Raja Hotel sesuai dengan kenyataan.				
<b>Esteem</b>					
1.	Saya diperlakukan secara istimewa oleh karyawan Raja Hotel.				
2.	Karyawan Raja Hotel peduli terhadap kebutuhan saya.				
3.	Karyawan Raja Hotel cepat tanggap untuk menolong saya.				
<b>Finishing Touch</b>					
1.	Raja Hotel membangun kepercayaan saya dengan memberikan pelayanan yang konsisten.				
2.	Raja Hotel bertanggung jawab atas keluhan saya memberikan solusi.				
3.	Saya mendapatkan panorama alam yang indah				
<b>Service quality (X2)</b>					
<b>Tangibles</b>					
1.	Perlengkapan yang digunakan Raja Hotel dalam memberikan pelayanan baik.				
2.	Fasilitas yang disediakan Raja Hotel lengkap .				
3.	Penampilan karyawan Raja Hotel rapi				

<b>Reliabilitas</b>				
1.	Jasa yang disediakan Raja Hotel sesuai dengan kebutuhan saya.			
2.	Karyawan Raja Hotel dapat melayani saya dengan cepat.			
3.	Transaksi yang dilakukan Raja Hotel akurat.			
4.	Transaksi yang dilakukan di Raja Hotel mudah.			
<b>Responsiveness</b>				
1.	Karyawan Raja Hotel aktif menawarkan pilihan kamar.			
2.	Karyawan Raja Hotel memberikan pelayanan yang responsif dalam masalah transaksi.			
3.	Karyawan Raja Hotel menyampaikan batas waktu transaksi secara baik dan jelas.			
4.	Karyawan Raja Hotel memberikan tanggapan yang baik dalam melayani.			
<b>Assurance</b>				
1.	Raja Hotel menumbuhkan rasa percaya saya dalam pelayanannya.			
2.	Raja Hotel memberikan informasi yang jelas.			
3.	Raja Hotel memberikan jaminan jasa sesuai dengan janjinya.			
4.	Raja Hotel memberikan rasa aman dalam menginap.			
<b>Empathy</b>				
1.	Raja Hotel memiliki kepedulian terhadap kebutuhan saya.			
2.	Raja Hotel memberikan pelayanan sepenuh hati.			
3.	Raja Hotel mengutamakan kepentingan saya			
4.	Kebutuhan saya akan kualitas pelayanan baik dapat dipenuhi.			
<b>Customer trust (X3)</b>				
<b>Kemampuan (Ability)</b>				

1.	Raja Hotel memiliki kompetensi yang baik dalam bidangnya.				
2.	Raja Hotel memiliki pengalaman yang baik dalam bidangnya.				
3.	Raja Hotel memiliki ilmu bisnis terkait yang mumpuni.				
<b>Integritas</b>					
1.	Raja Hotel bersikap adil kepada semua Pelanggan.				
2.	Raja Hotel memenuhi janji-janjinya kepada Pelanggan.				
3.	Raja Hotel jujur dalam memberikan informasi kepada Pelanggan.				
4.	Raja Hotel dapat diandalkan dalam perkataannya.				
<b>Kebajikan</b>					
1.	Raja Hotel memperhatikan kebutuhan Pelanggan.				
2.	Raja Hotel memahami perasaan Pelanggan.				
3.	Raja Hotel yakin Pelanggan puas akan jasa yang ditawarkannya.				
<b>Loyalitas pelanggan (Y)</b>					
<b>Kepercayaan</b>					
1.	Saya merasa layanan ditawarkan oleh Raja Hotel sangat dapat diandalkan.				
2.	Saya percaya informasi diberikan oleh Raja Hotel selalu jujur.				
3.	Saya puas berinteraksi dengan Raja Hotel.				
<b>Komitmen Emosional</b>					
1.	Saya memiliki keterikatan akan tetap menggunakan layanan Raja Hotel.				
2.	Saya berkomitmen untuk menggunakan layanan Raja Hotel.				
3.	Saya merasa memiliki hubungan baik dengan Raja Hotel.				
<b>Biaya Beralih</b>					

1.	Saya merasa berpindah ke hotel lain akan kehilangan diskon bagi saya.				
2.	Berpindah ke hotel lain akan membutuhkan waktu dan usaha lebih bagi saya.				
3.	Saya kehilangan manfaat telah saya peroleh dari Raja Hotel berpindah ke hotel lain.				
<b>Rekomendasi lisan (<i>Word of Mouth</i>)</b>					
1.	Saya merekomendasikan Raja Hotel kepada teman.				
2.	Saya aktif berbagi pengalaman positif saya tentang Raja Hotel dengan orang lain.				
3.	Saya sarankan orang lain dalam memilih layanan Raja Hotel.				
<b>Kerjasama</b>					
1.	Saya berpartisipasi dalam program diselenggarakan oleh Raja Hotel .				
2.	Saya merasa senang memberikan masukan untuk perbaikan layanan di Raja Hotel.				
3.	Saya merasa senang memberikan saran untuk perbaikan layanan di Raja Hotel.				

## Uji Validitas (X1)

		Correlations										Customer Delight
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
X1.1	Pearson Correlation	1	-.030	.228*	.360**	.243*	-.047	-.058	.460**	-.015	-.021	.507**
	Sig. (2-tailed)		.781	.035	.001	.024	.667	.595	.000	.891	.846	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.2	Pearson Correlation	-.030	1	.116	.081	.230*	.105	.215*	-.049	.491**	.332**	.409**
	Sig. (2-tailed)	.781		.287	.460	.033	.337	.047	.656	.000	.002	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.3	Pearson Correlation	.228*	.116	1	.555**	.060	.137	.038	.116	.180	-.093	.611**
	Sig. (2-tailed)	.035	.287		.000	.583	.209	.726	.287	.098	.393	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.4	Pearson Correlation	.360**	.081	.555**	1	.248*	.210	.033	.081	-.042	-.059	.646**
	Sig. (2-tailed)	.001	.460	.000		.021	.052	.765	.460	.704	.589	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.5	Pearson Correlation	.243*	.230*	.060	.248*	1	.301**	.205	.230*	-.044	.161	.599**
	Sig. (2-tailed)	.024	.033	.583	.021		.005	.059	.033	.690	.140	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.6	Pearson Correlation	-.047	.105	.137	.210	.301**	1	.174	-.076	-.037	.199	.453**
	Sig. (2-tailed)	.667	.337	.209	.052	.005		.109	.490	.735	.066	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.7	Pearson Correlation	-.058	.215*	.038	.033	.205	.174	1	.061	-.046	.150	.414**
	Sig. (2-tailed)	.595	.047	.726	.765	.059	.109		.577	.676	.167	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.8	Pearson Correlation	.460**	-.049	.116	.081	.230*	-.076	.061	1	-.024	-.034	.369**
	Sig. (2-tailed)	.000	.656	.287	.460	.033	.490	.577		.827	.755	.000
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.9	Pearson Correlation	-.015	.491**	.180	-.042	-.044	-.037	-.046	-.024	1	-.017	.161
	Sig. (2-tailed)	.891	.000	.098	.704	.690	.735	.676	.827		.878	.138
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
X1.10	Pearson Correlation	-.021	.332**	-.093	-.059	.161	.199	.150	-.034	-.017	1	.230*
	Sig. (2-tailed)	.846	.002	.393	.589	.140	.066	.167	.755	.878		.033
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Customer Delight	Pearson Correlation	.507**	.409**	.611**	.646**	.599**	.453**	.414**	.369**	.161	.230*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.138	.033	
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86

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

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

$$R \text{ tabel} = n-2 \text{ dengan signifikansi } 0,05$$

$$R \text{ tabel} = 86-2 = 84$$

$$= 0,2120$$

## Uji validitas X2

X2.1	Pearson Correlation	.485**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	86
X2.2	Pearson Correlation	.547**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	86
X2.3	Pearson Correlation	.530**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	86
X2.4	Pearson Correlation	.401**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	86
X2.5	Pearson Correlation	.488**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	86
X2.6	Pearson Correlation	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	86
X2.7	Pearson Correlation	.177
	Sig. (2-tailed)	.102
	N	86
X2.8	Pearson Correlation	.591**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	86
X2.9	Pearson Correlation	.252*
	Sig. (2-tailed)	.019
	N	86
X2.10	Pearson Correlation	.458**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	86
X2.11	Pearson Correlation	.280**
	Sig. (2-tailed)	.009
	N	86
X2.12	Pearson Correlation	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	86
X2.13	Pearson Correlation	.381**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	86
X2.14	Pearson Correlation	.338**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	86
X2.15	Pearson Correlation	.380**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	86
X2.16	Pearson Correlation	.308**
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	86
X2.17	Pearson Correlation	.407**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	86

X2.18	Pearson Correlation	,238 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	,027
	N	88
X2.19	Pearson Correlation	,177
	Sig. (2-tailed)	,102
	N	88
Service Quality	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	88

### Uji validitas X3

		Correlations										
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Customer Trust
X3.1	Pearson Correlation	1	,021	,028	,028	,025	,026	,033	,033	,036	,056	,077
	Sig. (2-tailed)		,851	,797	,797	,816	,810	,764	,762	,745	,607	,481
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X3.2	Pearson Correlation	,021	1	,108	,052	-,045	,027	,011	,220 <sup>*</sup>	,027	,086	,376 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,851		,324	,636	,683	,803	,919	,042	,805	,432	,000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X3.3	Pearson Correlation	,028	,108	1	-,067	-,061	-,063	,046	,089	-,085	,033	,280 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,797	,324		,538	,578	,566	,672	,415	,438	,762	,009
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X3.4	Pearson Correlation	,028	,052	-,067	1	,940 <sup>**</sup>	,023	,002	,029	,229 <sup>*</sup>	,153	,514 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,797	,636	,538		,000	,834	,986	,791	,034	,159	,000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X3.5	Pearson Correlation	,025	-,045	-,061	,940 <sup>**</sup>	1	-,057	-,071	-,072	,144	,106	,385 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,816	,683	,578	,000		,603	,516	,511	,187	,331	,000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X3.6	Pearson Correlation	,026	,027	-,063	,023	-,057	1	,043	,162	,072	-,073	,316 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,810	,803	,566	,834	,603		,692	,136	,508	,502	,003
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X3.7	Pearson Correlation	,033	,011	,046	,002	-,071	,043	1	,055	,185	,136	,428 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,764	,919	,672	,986	,516	,692		,616	,088	,211	,000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X3.8	Pearson Correlation	,033	,220 <sup>*</sup>	,089	,029	-,072	,162	,055	1	,091	,105	,422 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,762	,042	,415	,791	,511	,136	,616		,403	,336	,000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X3.9	Pearson Correlation	,036	,027	-,085	,229 <sup>*</sup>	,144	,072	,185	,091	1	,402 <sup>**</sup>	,537 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,745	,805	,438	,034	,187	,508	,088	,403		,000	,000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X3.10	Pearson Correlation	,056	,086	,033	,153	,106	-,073	,136	,105	,402 <sup>**</sup>	1	,571 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,607	,432	,762	,159	,331	,502	,211	,336	,000		,000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Customer Trust	Pearson Correlation	,077	,376 <sup>**</sup>	,280 <sup>**</sup>	,514 <sup>**</sup>	,385 <sup>**</sup>	,316 <sup>**</sup>	,428 <sup>**</sup>	,422 <sup>**</sup>	,537 <sup>**</sup>	,571 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	,481	,000	,009	,000	,000	,003	,000	,000	,000	,000	
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88

## Uji validitas Y

		Loyalitas			
Y1	Pearson Correlation	,411**	Y8	Pearson Correlation	,248 <sup>+</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,022
	N	85		N	85
Y2	Pearson Correlation	,380**	Y9	Pearson Correlation	,473**
	Sig. (2-tailed)	,001		Sig. (2-tailed)	,000
	N	85		N	85
Y3	Pearson Correlation	,355**	Y10	Pearson Correlation	,135
	Sig. (2-tailed)	,001		Sig. (2-tailed)	,218
	N	85		N	85
Y4	Pearson Correlation	,274 <sup>+</sup>	Y11	Pearson Correlation	,444**
	Sig. (2-tailed)	,011		Sig. (2-tailed)	,000
	N	85		N	85
Y5	Pearson Correlation	,248 <sup>+</sup>	Y12	Pearson Correlation	,135
	Sig. (2-tailed)	,022		Sig. (2-tailed)	,218
	N	85		N	85
Y6	Pearson Correlation	,248 <sup>+</sup>	Y13	Pearson Correlation	,253 <sup>+</sup>
	Sig. (2-tailed)	,022		Sig. (2-tailed)	,019
	N	85		N	85
Y7	Pearson Correlation	,274 <sup>+</sup>	Y14	Pearson Correlation	,135
	Sig. (2-tailed)	,011		Sig. (2-tailed)	,218
	N	85		N	85
Y15	Pearson Correlation	,411**	Y15	Pearson Correlation	,411**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000
	N	85		N	85

## Uji Reliabilitas X1

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,684	11

## Uji Reliabilitas X2

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,711	18

## Uji Reliabilitas X3

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,659	10

## Uji Reliabilitas Y

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,624	13

## Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0200486
	Std. Deviation	1,05417895
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,083
	Negative	-,067
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,380	2,775		1,218	,227
	Customer Delight	-,074	,051	-,170	-1,463	,147
	Service Quality	-,004	,031	-,013	-,118	,906
	Customer Trust	,018	,046	,044	,381	,704

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## Uji Hipotesis dan Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	29,369	2,536		11,579	,000		
	Customer Delight	,213	,046	,419	4,599	,000	,875	1,143
	Service Quality	,096	,029	,289	3,369	,001	,983	1,017
	Customer Trust	,103	,042	,220	2,432	,017	,888	1,127

a. Dependent Variable: Loyalitas

## Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16,858	3	5,619	18,672	,000 <sup>b</sup>
	Residual	24,677	82	,301		
	Total	41,535	85			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Customer Trust, Service Quality, Customer Delight

## Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,637 <sup>a</sup>	,406	,384	,549

a. Predictors: (Constant), Customer Trust, Service Quality, Customer Delight

b. Dependent Variable: Loyalitas