

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI INTERVENING PADA
KBIHU AL-KAMAL BLITAR**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI ISLAM
DEPARTEMEN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**



**DIAJUKAN OLEH
IRFAN RAHARDIAN WIJAYA
NIM:041811433154
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY
WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING IN KBIHU AL**

KAMAL BLITAR

THESIS

**SUBMITTED TO FULFILL PARTICULARLY THE REQUIREMENTS IN
OBTAINING A BACHELOR OF ISLAMIC ECONOMICS
DEPARTMENT OF ISLAMIC ECONOMICS
ISLAMIC ECONOMIC STUDY PROGRAM**



SUBMITTED BY

IRFAN RAHARDIAN WIJAYA

NIM : 041811433154

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS UNIVERSITY

AIRLANGGA SURABAYA

2022

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI INTERVENING PADA
KBIHU AL-KAMAL BLITAR**

DIAJUKAN OLEH :

IRFAN RAHARDIAN WIJAYA

NIM : 041811433154

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dr. ARI PRASETYO, SE., M.Si.

NIP. 197101162005011002

TANGGAL, 27 JULI 2022

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



BAYU ARIE FIANTO, SE., MBA., Ph.D.

NIP. 198502102010121004

TANGGAL, 27 JULI 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Irfan Rahardian Wijaya, 041811433154), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 7 Juli 2022



Irfan Rahardian Wijaya
NIM: 041811433154

DECLARATION

I, (Irfan Rahardian Wijaya, 041811433154), declare that:

1. My thesis is genuine and truly my own creation, and is not another's person work made under my name, nor a piracy or plagiarism. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree in Universitas Airlangga or in any other Universities/Colleges.
2. This thesis does not contain any work or opinion written or published by anyone, unless clearly acknowledged or refereed to by quoting the author's name and stated in the references.
3. This statement is true; if on the future this statement is proven to be fraud and dishonest, I agree to receive an academic sanction in the form of removal of the degree obtained through this thesis, and other sanctions in accordance with the prevailing norms and regulations in Universitas Airlangga.

Surabaya, 7 Juli 2022



Irfan Rahardian Wijaya
NIM: 041811433154

Kata Pengantar

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini dengan judul “pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai intervening pada kbiu Al-Kamal Blitar” ,sebagai salah satu syarat untuk lulus dan menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Dalam proses dari penyusunan skripsi ini, tentu saja masih jauh dari kata sempurna. Sehingga, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi sejak awal hingga akhir, serta pihak-pihak yang memberikan doa dan semangat kepada penulis yaitu :

1. Prof. Hj. Dian Agustina, SE.,M.Si., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga beserta jajarannya.
2. Dr. Sri Herianingrum, SE, M.Si. selaku ketua departemen Ekonomi Syariah.
3. Bayu Arie Fianto, S.E., MBA., Ph.D. selaku koordinator program studi sarjana Ekonomi Islam.
4. Ilmiawan Auwalin SE., M. App. Ec., Ph.D. selaku dosen wali yang dari awal semester memberi arahan mengenai perkuliahan.
5. Dr. Ari Prasetyo, SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktunya dan memberikan arahan dengan sangat amat baik dan mudah dimengerti sehingga skripsi ini mampu diselesaikan sesuai dengan hasil yang diinginkan.
6. Seluruh dosen pengajar terutama dosen Ekonomi Islam dan staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Khususnya kepada para dosen yang telah memberikan ilmunya selama perkuliahan. Semoga ilmu yang diberikan berkah selalu.
7. Kedua orang tua penulis, Johar Wardani dan Aprilina Pitra Ardiati yang selalu mendukung dan memotivasi penulis agar menyelesaikan skripsi tepat waktu

serta turut mendoakan agar proses pembuatan skripsi berjalan lancar hingga akhir

8. Keempat kakak penulis, Nabila Jovita dan Sunda Denuwari lalu Ryan Dharma Imansyah dan Arindya Fananiar yang serta membantu dan mendukung penulis agar menyelesaikan skripsi tepat waktu dan membantu doa agar pembuatan skripsi lancar.
9. Ketiga ponakan penulis yaitu, Emir Elbarkah Sofa, Ravenna Latifah Imansyah, dan Emran Bimantara Sofa yang serta memberi motivasi dan kebahagiaan kepada penulis.
10. Seluruh teman-teman Ekonomi Islam angkatan 2018 terutama, Daffa, Vindy, Alvin, Farras, Alak, Faris, Rozi, Haikal, Rizal, Naufal, Pijar, Yazid, Anin, Decil, Viera, Najla, Tama, dan Warda yang selalu memberi dukungan, mengerjakan skripsi bareng, memberi semangat, memberi kebahagiaan kepada penulis.
11. Teman-teman seperbimbingan Pak Ari yang selalu saling membantu dan selalu berbagi suatu hal dalam menyelesaikan skripsi.
12. Teman-teman dari SD penulis yaitu Abi, Nasrul, Elwin, Tio, Timmy, dan Adris yang selalu memberi dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi.
13. Teman-teman Crater Burger Khalif dan Hanif yang juga ikut serta memberikan dukungan, motivasi, dan kebahagiaan dalam mengerjakan skripsi.

Surabaya,

Irfan Rahardian Wijaya

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI INTERVENING PADA
KBIHU AL-KAMAL BLITAR**
Irfan Rahardian Wijaya

ABSTRAK

Di era orang yang semakin kritis dalam memilih biro perjalanan untuk melakukan Haji dan Umroh. Setiap perusahaan biro jasa perjalanan haji dan umroh makin menyadari pentingnya aspek *Service Quality* yang harus disediakan untuk para konsumen karena dengan *Service Quality* yang baik maka akan dapat menciptakan *Satisfaction* pada konsumen sehingga memiliki rasa *Loyal*. Salah satu biro perjalanan menunaikan Haji/Umroh adalah KBIHU Al-Kamal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan sampel yang digunakan berjumlah 60 responden yang sesuai dengan kriteria yaitu pernah menggunakan layanan KBIHU Al-Kamal untuk melaksanakan Haji/Umroh. Teknik analisis data menggunakan structural equation model (SEM) PLS dengan menggunakan alat bantu perangkat lunak SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Service Quality* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *Satisfaction*, lalu *Satisfaction* sendiri memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *Loyalty*, lalu *Service Quality* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *Loyalty* dengan *Satisfaction* sebagai mediator. Sedangkan *Service Quality* tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap *Loyalty*.

Kata Kunci : *Service Quality, Satisfaction, Loyalty*

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY WITH
CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING IN KBIHU AL-KAMAL***

BLITAR

Irfan Rahardian Wijaya

ABSTRACT

In this era, people are increasingly critical in choosing a travel agency to perform Hajj and Umrah. Every Hajj and Umrah travel agency company is increasingly aware of the importance of the Service Quality aspect that must be provided for consumers because with good Service Quality it will be able to create Satisfaction in consumers so that they have a sense of Loyalty. One of the travel agencies performing Hajj/Umrah is KBIHU Al-Kamal. This study uses a quantitative approach. Determination of the sample using purposive sampling with the sample used amounted to 60 respondents who fit the criteria, namely having used the KBIHU Al-Kamal service to carry out Hajj/Umrah. The data analysis technique uses the PLS structural equation model (SEM) using the SmartPLS 3.0 software tool. The results of this study indicate that Service Quality has a positive and significant relationship to Satisfaction, then Satisfaction itself has a positive and significant relationship to Loyalty, then Service Quality has a positive and significant relationship to Loyalty with Satisfaction as a mediator. Meanwhile, Service Quality does not have a significant relationship with Loyalty.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Loyalty

KBIHU AL-KAMAL تأثير جودة الخدمة على ولاء العملاء ورضاهم عن طريق التدخل في مطحنة

عرفان رهارديان ويجايا

نبذة مختصرة

في هذا العصر ، أصبح الناس أكثر أهمية في اختيار وكالة سفر لأداء فريضة الحج والعمرة. تدرك كل شركة من وكالات السفر الخاصة بالحج والعمرة بشكل متزايد أهمية جانب جودة الخدمة الذي يجب توفيره للمستهلكين. لأنه مع جودة الخدمة الجيدة ستكون قادرة على خلق الرضا لدى المستهلكين بحيث يكون لديهم شعور بالولاء. تستخدم هذه الدراسة نهجا KBIHU AlKamal إحدى وكالات السفر التي تؤدي مناسك الحج / العمرة هي كميا. وقد بلغ تحديد العينة باستخدام أخذ العينات الهادف مع العينة المستخدمة 60 مبحوثاً ممن تنطبق عليهم لأداء مناسك الحج / العمرة. تستخدم تقنية تحليل البيانات KBIHU Al-Kamal المعايير ، أي باستخدام خدمة تشير نتائج هذه الدراسة إلى SmartPLS 3.0 باستخدام أداة برنامج (SEM) PLS نموذج المعادلة الهيكلية ، أن جودة الخدمة لها علاقة إيجابية وهامة بالرضا ، ومن ثم فإن الرضا نفسه له علاقة إيجابية وهامة بالولاء ، ومن ثم فإن جودة الخدمة لها علاقة إيجابية وهامة بالولاء والرضا كوسيط. وفي الوقت نفسه ، لا توجد علاقة مهمة بين جودة الخدمة والولاء.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة ، الرضا ، الولاء

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin ini berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya

No.	Arab	Latin	Keterangan	No.	Arab	Latin	Keterangan
1	ا	-	Tidak dilambangkan	16	ط	ṭ	t (dengan titik di bawahnya)
2	ب	b	-	17	ظ	ẓ	z (dengan titik di bawahnya)
3	ت	t	-	18	ع	‘	koma terbalik terletak di atas
4	ث	ṡ	s (dengan titik di atasnya)	19	غ	g	-
5	ج	j	-	20	ف	f	-
6	ح	ḥ	h (dengan titik di bawahnya)	21	ق	q	-
7	خ	kh	-	22	ك	k	-
8	د	d	-	23	ل	l	-
9	ذ	ẓ	z (dengan titik di atasnya)	24	م	m	-
10	ر	r	-	25	ن	n	-
11	ز	z	-	26	و	w	-
12	س	s	-	27	ه/هـ	h	-
13	ش	sy	-	28	ء	’	Apostrof
14	ص	ṡ	s (dengan titik di bawahnya)	29	ي	y	-
15	ض	ḍ	d (dengan titik di bawahnya)				

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
اَ	<i>Fatḥah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Ḍammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu;

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
يَ	Fatḥah dan ya	Ai	A dan I
Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ ... اِ ...	<i>fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>va</i>	ā	a dan garis di atas
اِ ...	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	ī	i dan garis di atas
اُ ...	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

3. Ma trar

uruf,

4. Ta marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah (t). Sedangkan *ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah (h), contoh جماعة ditulis *jamā'ah*, kecuali untuk kata-kata arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia seperti Shalat, Zakat, dan sebagainya.

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan (h).

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ˆ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Jika huruf ع ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ٓ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-)

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi *apostrof* (') hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah

sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari al-Qur'an), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*. Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	I
SKRIPSI	I
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	II
DECLARATION	III
KATA PENGANTAR	IV
ABSTRAK	VI
<i>ABSTRACT</i>	VII
نبذة مختصرة	VIII
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	IX
DAFTAR PUSTAKA	XIII
DAFTAR TABEL	XVII
DAFTAR GAMBAR	XVIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIX
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 KESENJANGAN PENELITIAN	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN	5
1.4 RINGKASAN METODE PENELITIAN	6
1.5 RINGKASAN HASIL PENELITIAN	6
1.6 KONTRIBUSI RISET	6
1.7 UJI KETAHANAN (<i>ROBUSTNESS</i>)	6
1.8 SISTEMATIKA PENULISAN	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 SERVICE QUALITY	8
2.1.1 <i>Dimensi Service Quality</i>	10
2.1.2 <i>Indikator Service Quality</i>	11
2.2 CUSTOMER SATISFACTION	12

2.2.1 Dimensi Customer Satisfaction.....	14
2.2.2 Indikator Customer Sastifaction.....	15
2.3 CUSTOMER LOYALTY (LOYALITAS PELANGGAN)	15
2.3.1 Dimensi Customer Loyalty.....	17
2.3.2 Indikator Customer Loyalty.....	18
2.4 PENELITIAN SEBELUMNYA	20
2.5 PENGARUH ANTAR VARIABEL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	24
2.5.1 Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction.....	24
2.5.2 Pengaruh Customer Satisfaction dengan Customer Loyalty.....	25
2.5.3 Pengaruh Service Quality dengan Customer Loyalty.....	26
2.5.4 Pengaruh Customer Satisfaction memediasi pengaruh Service Quality dengan Customer Loyalty	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 PENDEKATAN PENELITIAN.....	28
3.2 MODEL EMPIRIS	28
3.3 IDENTIFIKASI VARIABEL.....	29
3.3.1 Variabel Eksogen.....	29
3.3.2 Variabel Endogen	29
3.3.3 Variabel Mediasi.....	29
3.4 DEFINISI OPERASIONAL	29
3.4.1 Service Quality sebagai variabel Eksogen (X)	29
3.4.2 Customer Satisfaction sebagai variabel mediasi (Z).....	30
3.4.3 Customer Loyalty sebagai variabel endogen (Y).....	31
3.5 JENIS DAN SUMBER DATA	32
3.6 POPULASI DAN SAMPEL	33
3.6.1 Populasi	33
3.6.2 Sampel.....	33
3.7 PROSEDUR PENGUMPULAN DATA.....	34
3.8 TEKNIK ANALISIS DATA.....	34
3.8.1 Uji Statistik Deskriptif.....	34
3.8.2 Structural Equation Model (SEM)	35
3.8.3 Measurement (outer) Model	36
3.8.4 Measurement (inner) Model	37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	39
4.2 DESKRIPSI HASIL PENELITIAN	40
4.1.1 Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.1 Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Usia	41
Sumber : data diolah (2022)	41
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menunaikan Ibadah Haji/Umroh menggunakan KBIHU Al-Kamal	41
Sumber : data diolah (2022)	42
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Menunaikan Ibadah Haji/Umroh menggunakan KBIHU Al-Kamal	42
Sumber : data diolah (2022)	43
4.3 DESKRIPSI TANGGAPAN RESPONDEN	43
4.3.1 Deskripsi Tanggapan atas Variabel <i>Service Quality</i>	44
4.3.2 Deskripsi Tanggapan atas Variabel <i>Satisfaction</i>	46
4.3.3 Deskripsi Tanggapan atas Variabel <i>Loyalty</i>	47
4.4 ANALISIS MODEL PENGUKURAN	48
4.1.1 <i>Outer Model Evaluation</i>	48
4.5 RELIABILITAS	53
4.6 PENGUJIAN INNER MODEL EVALUATION (STRUCTURAL)	54
4.7 PENGUJIAN MODEL KESELURUHAN (<i>OUTER DAN INNER MODEL</i>).....	55
4.8 PENGUJIAN HIPOTESIS	56
4.8.1 Hasil Uji Hipotesis <i>Direct Effect</i>	56
4.8.2 Hasil Uji Hipotesis <i>Indirect Effect</i>	57
4.9 PEMBAHASAN	58
4.9.1 Hipotesis 1 : <i>Service Quality</i> memiliki pengaruh terhadap <i>Satisfaction</i>	58
4.9.2 Hipotesis 2 : <i>Satisfaction</i> memiliki pengaruh terhadap <i>Loyalty</i>	60
4.9.3 Hipotesis 3 : <i>Service Quality</i> memiliki pengaruh terhadap <i>Loyalty</i>	62
4.9.4 Hipotesis 4 : <i>Satisfaction</i> memediasi pengaruh signifikan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Loyalty</i>	63
BAB V SARAN DAN KESIMPULAN	65
5.1 SIMPULAN.....	65
5.2 SARAN	66

5.2.1 Bagi KBIHU Al-Kamal	66
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	66
5.2.3 Bagi Pemerintah	67
5.3 KETERBATASAN PENELITIAN	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menunaikan Ibadah Haji/Umroh menggunakan KBIHU Al-Kamal	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Menunaikan Ibadah Haji/Umroh menggunakan KBIHU Al-Kamal	43
Tabel 4.5 Kategori rata-rata tanggapan responden	44
Tabel 4.6 Deskripsi Tanggapan atas Variabel Service Quality	45
Tabel 4.7 Deskripsi Tanggapan atas Variabel <i>Satisfaction</i>	47
Tabel 4.8 Deskripsi Tanggapan atas Variabel <i>Loyalty</i>	48
Tabel 4.9 Nilai Validitas Outer Loading.....	49
Tabel 4.10 Nilai AVE	50
Tabel 4.11 Nilai Validitas Diskriminan	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.13 Hasil <i>R Square</i>	54
Tabel 4.14 <i>Path Coefficient</i> dan <i>T-Statistics Direct</i>	56
Tabel 4.15 <i>Path Coefficient</i> dan <i>T-Statistics Indirect</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Model Empiris.....	29
Gambar 4.1 <i>Outer Loading</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian (Google Form).....	71
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian (angket)	76
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Data Responden.....	79
Lampiran 4 Hasil Uji Deskriptif	82
Lampiran 5 Hasil Uji Frekuensi	90
Lampiran 6 Hasil Uji Outer Model	91
Lampiran 7 Hasil Uji Inner Model	94