

- Faktor Promosi (X1) = 0.239 **berpengaruh secara signifikan terhadap penambahan jumlah loyalitas konsumen.**
 - Faktor Pelayanan & Fasilitas (X2) = 0.131 **berpengaruh secara signifikan terhadap penambahan jumlah loyalitas konsumen.**
 - Faktor Harga (X3) = 0.349 **berpengaruh secara signifikan terhadap penambahan jumlah loyalitas konsumen.**
4. Tingkat koefisien korelasi antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) adalah sebesar 84.2% dan nilai variansi Y yang disebabkan oleh X adalah sebesar 71.0% sedangkan 29% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

6.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa saat ini sebaiknya perusahaan melakukan perbaikan kegiatan pemasaran yang berhubungan harga misalnya antara lain:

- Memberikan potongan harga jika melakukan pembelian kolektif atau diskon khusus pelajar atau mahasiswa, atau hari-hari tertentu.
- *Voucher* perjalanan, dapat dilakukan dengan mengadakan kuis berhadiah secara *online* (interaktif) dengan hadiah memberikan *voucher* perjalanan. Kegiatan ini selain dapat berkomunikasi dengan masyarakat secara interaktif juga membuat masyarakat mencoba untuk menggunakan produk tersebut, sehingga masyarakat dapat merasakan semua kelebihan dari bis primajasa secara langsung.
- Mengadakan acara mudik gratis, acara kegiatan seperti mudik bersama ini sebenarnya sudah sering dilakukan oleh banyak perusahaan kendaraan seperti perusahaan motor.
- Undian berhadiah, hadiahnya tentu saja berupa kesempatan untuk menikmati bis Primajasa secara cuma-cuma hal ini membuat konsumen bersemangat akan produk, dan terkadang tidak segan-segan untuk memberi tahu teman atau saudara mereka yang tentu saja menguntungkan bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmews (1997). Manajemen pemasaran: Analisa perilaku konsumen. Yogyakarta: BPPE.
- Kotler, Philip. (2004). Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
Pengendalian. Edisi Indonesia. Alih bahasa: Hermawan. Ancella Anitawati, Boston – Publishing Company.
- Kotler, Philip. (1997). Manajemen Pemasaran Edisi . Jakarta: PT. Prenhallindo
- Pratisto, Arif.S.Hut, Msc. Statistika Menjadi Mudah dengan SPSS 17. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Rangkuti, Freddy. (1997). Riset Pemasaran. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Singgih. (2003). Mengatasi Berbagai Masalah Statistik dengan SPSS versi 11.5. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo.
- Simamora, Bilson. (2001). *Remarketing for Business Recovery*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy (2006). Strategi dan Program Pemasaran. Yogyakarta: Andy Offset.
- Umar, Husein. (1999). Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Walpole, Ronald E. (1995). Pengantar Statistika. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- <http://junaidichaniago.wordpress.com>. Download tabel Durbin Watson, tabel F, tabel t. tanggal download 29 febuari 2012
- <http://www.ilmustatistik.com/2008/11/07/analisis-regresi-linier-berganda> judul artikel analisis regresi linier berganda
- ebookbrowse.com/ITS-Master-7028-2504201018-bab3. Download tanggal 29 febuari 2012
- <http://daudrasacoklat.blogspot.com/2010/02/tugas-observasi.html>. Judul artikel Tugas Observasi
- <http://blog.uad.ac.id/kalifach/> judul artikel uji anova dan uji t dalam regresi
- www.konsultanstatistik.com/uji-asumsi-klasik. Judul artikel Uji Asumsi Klasik