

ABSTRACT

In a competition field of services, create customer satisfaction it must be considered. Customer satisfaction with services provided by the manufacturer to be an important factor that drives the customer loyalty. Customer loyalty is believed to provide long-term benefits for producers and consumers do not make the switch to another service channel. By distributing questionnaires to students at Maranatha Christian University Bandung, it can be known responses from selected respondents who had used the services of the RSGM Maranatha Christian University. Tests performed with SPSS 17.0 using simple linear regression method. The results of this study showed the influence of the Customer Satisfaction to Customer Loyalty by 32% and the remaining 68% influenced by other factors.

Keywords: Customer Satisfaction, Customer Loyalty

ABSTRAK

Dalam persaingan dibidang jasa, menciptakan kepuasan pelanggan merupakan hal yang harus diperhatikan. Kepuasan pelanggan terhadap jasa yang diberikan produsen menjadi sebuah faktor penting yang mendorong loyalitasan pelanggan tersebut. Loyalitas pelanggan dipercaya dapat memberikan keuntungan jangka panjang bagi produsen, dan membuat konsumen tidak beralih ke penyalur jasa lain. Dengan membagikan kuesioner kepada mahasiswa dan mahasiswi di Universitas Kristen Maranatha Bandung dapat diketahui tanggapan dari responden yang terpilih yang pernah menggunakan jasa dari RSGM Universitas Kritten Maranatha. Pengujian dilakukan dengan SPSS 17.0 menggunakan metode regresi linier sederhana. Hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* sebesar 32% dan sisanya 68% dipengaruhi faktor lain.

Kata kunci: *Customer Satisfion*, *Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	5
BAB II KAJIAN KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	6
2.1. Kajian Pustaka	6
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.2. Manajemen Bauran Pemasaran	7
2.1.2.1 <i>Product</i>	7
2.1.2.2 <i>Price</i>	7
2.1.2.3 <i>Place</i>	7
2.1.2.4 <i>Promotion</i>	8
2.1.3 Jasa.....	8
2.1.3.1 Faktor-Faktor Yang Menjadi Kunci Sukses Jasa...10	

2.1.4. Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	12
2.1.5. Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>).....	16
2.1.5.1. Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	19
2.1.6. Penelitian terdahulu.....	21
2.2. Kerangka Pemikiran.....	25
2.3. Model penelitian.....	26
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1. Obyek Penelitian.....	28
3.2. Jenis Penelitian.....	28
3.3. Metode Pengambilan Data	29
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	29
3.5. Populasi dan Sampel.....	32
3.5.1. Populasi.....	32
3.5.2. Sampel.....	32
3.6. Teknik Pengambilan Sample.....	33
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.7.1. Penelitian Lapangan dengan Kuisisioner	33
3.7.2. Studi Kepustakaan.....	34
3.8. Metode Analisis Data.....	35
3.8.1. Uji Instrument.....	35
3.8.1.1 Uji Validitas.....	35
3.8.1.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.2.1. Uji Outliers.....	36
3.8.2.2. Uji Normalitas.....	36
3.8.3. Uji Regresi.....	36
3.8.3.1. Uji Regresi Sederhana.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Analisis Karakteristik Responden.....	38
4.1.1. Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.2. Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.1.3. Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan.....	39
4.1.4. Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan Manajemen atau bukan.....	39
4.2. Uji <i>Outliers</i>	40
4.3. Uji Normalitas.....	41
4.4. Uji Validitas.....	42
4.5. Uji Reliabilitas.....	44

4.6. Pengujian Hipotesis.....	45
4.7. Pembahasan Penelitian.....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1. Kesimpulan	51
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	51
5.3. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	14
Gambar 2 Empat Jenis Loyalitas.....	20
Gambar 3 Rerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4 Model Penelitian	26

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I Penelitian Terdahulu	21
Tabel II Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	31
Tabel III Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup	34
Tabel IV Jenis Kelamin Responden.....	38
Tabel V Usia Responden	39
Tabel VI Pernah Menggunakan atau tidak	39
Tabel VII Jurusan Manajemen atau Bukan.....	40
Tabel VIII Hasil Uji Data <i>Outliers</i>	40
Tabel IX Hasil Pengujian Normalitas	41
Tabel X Uji Validitas	42
Tabel XI Hasil Uji Validitas	43
Tabel XII Uji reliabilitas	44
Tabel XIII Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel XIV Uji reliabilitas	45
Tabel XV Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel XVI Anova	46
Tabel XVII model summary.....	47
Tabel XVIII correlation.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner Penelitian
Lampiran B. Perhitungan SPSS