

ABSTRAK

Bisnis pangan khususnya di bidang restoran saat ini menunjukkan perkembangan yang sangat baik dan merupakan prospek usaha yang maju pesat dan meningkat. Salah satu tempat dimana manusia dapat memperoleh makanan adalah restoran, seiring dengan berubahnya gaya hidup masyarakat perkotaan yang semakin dinamis, meningkatnya aktivitas yang dilakukan diluar rumah terutama wanita yang bekerja di luar rumah menuntut sebuah restoran untuk menyediakan fasilitas lain seperti makan dan kenyamanan suasana restoran itu sendiri. Saat ini Salah satu restoran cepat saji yaitu Restoran Solaria yang berada di Istana Plaza. Dalam penelitian ini, peneliti hendak menjelaskan dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada Restoran Solaria Istana Plaza, Bandung. Dimana dimensi kualitas pelayanan meliputi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Kualitas pelayanan memiliki keunggulan yang dapat membuat konsumen menjadi loyal, namun kendala atau kelemahannya adalah konsumen menganggap masih kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner pada responden yang pernah makan di Restoran Solaria Istana Plaza, Bandung sebanyak 140 responden. Pengujian dan pengolahan data menggunakan SPSS v.16 dengan menggunakan regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar *Customer Loyalty* dipengaruhi sebesar 19.9% dan 80.1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata-kata kunci: kualitas pelayanan, loyalitas konsumen

ABSTRACT

Food business especially in the area of the restaurant is currently showing a very good development and is a thriving business prospects and rising. One of the places where people can get food is the restaurant, along with changing lifestyles are increasingly dynamic urban communities, increasing activities conducted outside the home, especially women who work outside the home requires a restaurant to provide other facilities such as meals and comfort atmosphere of the restaurant itself. One of the current fast food restaurants are Restaurant Solaria is located in the Palace Plaza. In this research, the researchers wanted to explain the service quality dimensions that affect customer loyalty on Solaria Restaurant Istana Plaza, Bandung. Where the dimensions of service quality include tangible, empathy, reliability, responsiveness, and assurance. Quality of service has the advantage of being able to create a loyal customer, but obstacles or weaknesses are considered consumers still lack the quality of service provided by the company. The research was conducted by questionnaire spread on respondents who had eaten at Restaurant Solaria Istana Plaza, Bandung were 140 respondents. Testing and processing of data using SPSS v.16 using simple linear regression and multiple linear regression. The results also showed that the magnitude of the effect of service quality on customer loyalty is influenced by Customer Loyalty by 19.9% and 80.1% influenced by other factors.

Key words: quality of service, customer loyalty

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Surat Pernyataan Mengadakan Penelitian Tidak Menggunakan Perusahaan.....	iv
Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian	v
Kata Pengantar	vi
Abtrak	ix
Abstract	x
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xiv
Daftar Tabel	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
 Bab I Pendahuluan	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Peneletian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
Bab II Kajian Pustaka.....	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Jasa	9
2.1.2 Kualitas Pelayanan	11
2.1.3 Kepuasan Konumen	14
2.1.4 Loyalitas Konsumen.....	19
2.2 Kerangka Penelitian	26

2.3	Model Penelitian.....	27
2.4	Pengembangan Hipotesis	28
Bab III Metode Penelitian		29
3.1	Jenis Penelitian	29
3.2	Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1	Populasi	30
3.2.2	Sampel	30
3.3	Teknik Pengambilan Sampel dan kuran Sampel	31
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	32
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6	Uji Pendahuluan.....	40
3.6.1	Uji Normalitas.....	40
3.6.2	Uji Outliers	41
3.6.3	Uji Validitas.....	41
3.6.4	Uji Reliabilitas	42
3.7	Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1	Analisa Regresi Linier Sederhana.....	43
3.7.2	Analisa Regrei Linier Berganda.....	43
3.7.3	Koefisien Determinasi	44
3.8	Kriteria Pengujian Hipotesis	45
Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan		47
4.1	Karakteritik Reponden	47
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jeni Kelamin	47
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	49
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan	

Solaria.....	51
4.2 Uji Validitas da Uji Reliabilitas.....	52
4.2.1 Uji Validitas.....	52
4.2.2 Uji Reliabilitas	55
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	61
4.3.1 Uji Normalitas.....	61
4.3.2 Uji Outlier	62
4.3.3 Uji Multikolinieritas	63
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas	64
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	65
4.4.1 <i>Tangible</i>	67
4.4.2 <i>Empathy</i>	68
4.4.3 <i>Reliability</i>	68
4.4.4 <i>Responsiveness</i>	69
4.4.5 <i>Assurance</i>	69
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
Bab V Sipulan dan Saran.....	73
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	74
5.3 Saran	75
Daftar Pustaka.....	76
Lampiran	
Daftar Riwayat Hidup Penulis (<i>Curriculum Vitae</i>)	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	18
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 2.3	Metode Penelitian	27

DAFTAR TABEL

Tabel I Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	32
Tabel II Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel III Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	49
Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel VI Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Solaria ..	51
Tabel VII KMO Awal	52
Tabel VIII Rotated Component Matrix Awal.....	53
Tabel IX KMO Akhir.....	54
Tabel X Rotated Component Matrix Akhir.....	54
Tabel XI Uji Reliabilitas Variabel Tangible (Keberwujudan)	55
Tabel XII Uji Reliabilitas Variabel Empathy (Empati)	56
Tabel XIII Uji Reliabilitas Variabel Reliability (Kepercayaan).....	57
Tabel XIV Uji Reliabilitas Variabel Responsiveness (Daya Tanggap).....	58
Tabel XV Uji Reliabilitas Variabel Assurance (Jaminan).....	59
Tabel XVI Uji Reliabilitas Variabel Customer Loyalty (Loyalitas Pelanggan).....	60
Tabel XVII Uji Normalitas.....	61
Tabel XVIII Uji Outliers	62
Tabel XIX Uji Multikolineritas	63
Tabel XX Uji Heteroskedastisitas.....	64
Tabel XXI Model Summary	65
Tabel XXII Anova	65
Tabel XXIII Coefficients.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner	89
Lampiran B Tanggapan Responden.....	94
Lampiran C Karakteristik Responden.....	105
Lampiran D Uji Regresi.....	107
Lampiran E Uji Validitas.....	109
Lampiran F Uji Reliabilitas	116