

ABSTRACT

Globalization in the 21st century to make the economy and the competition to be a force and more integrated. This requires a change in any company is to be competitive and not lose in this competition. The company will be able to compete more and more competitive in the global competition. In this study, the researcher intends to discuss customer satisfaction as a tool that creates customer loyalty at D'Cost Seafood Restaurant. The results showed that most of the things that create customer satisfaction that there was a strong influence on customer loyalty. From the SPSS output, the result coefficient determinant of 63.5%, it means customer satisfaction to customer loyalty is equal to 63.5% and 36.5% influenced by other factors. From the regression analysis was also obtained figures significance (Sig) of 0.000. The figure 0.000 is less than 0.05 ($0.000 < 0.05$), therefore H_0 refused and H_1 accepted. That is, customer satisfaction significantly influence customer loyalty.

Keyword : Customer Satisfaction and Customer Loyalty

ABSTRAK

Globalisasi dalam abad 21 membuat perekonomian dan persaingan menjadi satu kekuatan dan lebih terintegrasi. Hal ini menuntut adanya perubahan pada setiap perusahaan agar dapat bersaing dan tidak kalah dalam persaingan tersebut. Perusahaan yang semakin kompetitif akan mampu bersaing dalam persaingan global. Pada penelitian ini, peneliti bermaksud untuk membahas mengenai kepuasan pelanggan sebagai alat bantu yang menciptakan loyalitas pelanggan pada *D'Cost Seafood Restaurant*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar hal yang menciptakan kepuasan pelanggan ternyata ada pengaruh yang cukup kuat terhadap loyalitas pelanggan. Dari output SPSS, didapat hasil koefisien determinan sebesar 63,5%, hal tersebut berarti kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 63,5% dan 36,5% dipengaruhi faktor lain. Dari analisis regresi juga didapat angka signifikansi (Sig) sebesar 0,000. Angka 0,000 ini kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), oleh karena itu H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	9
2.1.1.1 Strategi Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.1.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan	12
2.1.1.3 Atribut Pembentuk Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.2 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	15
2.2 Rerangka Pemikiran.....	22
2.3 Pengembangan Hipotesis	23
2.4 Model Penelitian	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.2.1 Populasi.....	26
3.2.2 Sampel.....	27
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	27
3.3 Definisi Operasional Variabel (DOV)	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31

3.5 Metode Analisis Data.....	32
-------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	34
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	35
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	35
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan	36
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	36
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	36
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
4.3 Pengujian Hipotesis	42
4.4 Pembahasan.....	43

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	46
5.2 Saran	47

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I. Klasifikasi Jenis Loyalitas	20
Tabel II. Definisi Operasional Variabel (DOV)	29
Tabel III. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel IV. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel V. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	34
Tabel VI. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	35
Tabel VII. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	35
Tabel VIII. Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan D'Cost.....	36
Tabel IX. Hasil Pengolahan Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	37
Tabel X. Hasil Pengolahan Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	37
Tabel XI. Hasil Pengolahan Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	39
Tabel XII. Hasil Pengolahan Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	40
Tabel XIII. Hasil Pengujian Ulang Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	40
Tabel XIV. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana	42

DAFTAR LAMPIRAN

- **LAMPIRAN A** (Data Restoran, Rumah Makan, dan Cafe di Kota dan Kabupaten Bandung)
- **LAMPIRAN B** (Data Jumlah Cafe dan Restoran di Kota/Kab. Bandung 2009/2010)
- **LAMPIRAN C** (Restoran-restoran spesialisasi seafood di kota/kabupaten Bandung)
- **LAMPIRAN D** (Volume Penjualan D'Cost Seafood Restaurant di Bandung 2009)
- **LAMPIRAN E** (Kuesioner Penelitian)
- **LAMPIRAN F** (Tabulasi Data dan Penelitian)
- **LAMPIRAN G** (Uji Validitas dan Reliabilitas)
- **LAMPIRAN H** (Hasil Pengujian Hipotesis Dengan Metode Analisis Linier Sederhana)