

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service performance to customer loyalty Erha Clinic branch Cimanuk Bandung and to determine the extent to which customer satisfaction as a moderating role in explaining the effect of service performance to customer loyalty Erha Clinic branch Cimanuk Bandung. The population of this study are all consumers Erha Clinic branch Cimanuk Bandung who underwent hospitalization for more than one time, while samples taken amounted to 100 persons. The sampling technique used is proportionate random sampling technique. Data processing techniques using Regresion Moderators Test Analysis (MRA), which preceded the content validity testing using Pearson product moment correlation and Cronbach alpha reliability test was used. Validity and reliability test showed that the instruments used are valid and reliable. This technique is used to determine the effect of interactions between variables Service Performance to the loyalty and customer satisfaction as a moderating variable. Hypothesis testing is done by using SPSS version 17.0. Based on the analysis of the structural model that tested the influence of service performance on customer loyalty Erha Clinic branch Cimanuk Bandung and to know the extent to which customer satisfaction as a moderating role in explaining the influence of service performance on customer loyalty Erha Clinic branch Cimanuk Bandung, it can be concluded that the significant effect of service performance on customer loyalty. This means that service performance will influence positively on customer loyalty. For customer satisfaction as a moderating influence on consumer loyalty can be concluded that the negative effect. This means that customer satisfaction did not moderate the effect of service performance on customer loyalty.

Keywords: Service performance, satisfaction, customer loyalty.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *service performance* (kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Erha Clinic cabang Cimanuk Bandung dan untuk mengetahui sejauh mana peran kepuasan sebagai pemoderasi dalam menjelaskan pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Erha Clinic cabang Cimanuk Bandung. Populasi penelitian ini adalah konsumen Erha Clinic cabang Cimanuk Bandung yang pernah atau sedang menjalani perawatan dengan pengambilan sampel berjumlah 400 orang. Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*. Teknik pengolahan data menggunakan Uji Moderator Regresion Analysis (MRA) yang didahului uji validitas menggunakan CFA dan reliabilitas menggunakan cronbach alpha. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan valid dan reliabel. Teknik ini digunakan untuk mengetahui efek interaksi antara variabel *service performance* terhadap loyalitas dan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 17.0. Berdasarkan analisis model struktural yang menguji pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Erha Clinic cabang Cimanuk Bandung dan untuk mengetahui sejauh mana peran kepuasan pelanggan sebagai pemoderasi dalam menjelaskan pengaruh kinerja pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Erha Clinic cabang Cimanuk Bandung, dapat disimpulkan bahwa kinerja pelayanan berpengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa kinerja pelayanan akan berpengaruh secara positif pada loyalitas pelanggan. Untuk pengaruh kepuasan konsumen sebagai pemoderasi terhadap loyalitas konsumen dapat disimpulkan bahwa berpengaruh signifikan. Hal ini berarti kepuasan pelanggan memoderasi pengaruh kinerja pelayanan pada loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kinerja pelayanan, kepuasan kerja, loyalitas konsumen.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1

1.2	Perumusan Masalah	4
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1	Maksud Penelitian	5
1.3.2	Tujuan Penelitian	5
1.4	Manfaat Penelitian	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1	Pengertian Pemasaran	7
2.2	Pengertian Jasa	8
2.2.1	Karakteristik Jasa	8
2.2.2	Klasifikasi Jasa	9
2.2.3	Definisi Klinik Kecantikan	10
2.3	<i>Servperf (Service Performance)</i>	11
2.4	Kepuasan Konsumen	14
2.4.1	Definisi Kepuasan	15
2.4.2	Macam - Macam Kepuasan	16
2.4.3	Faktor Pendorong Kepuasan	17
2.4.4	Atribut – Atribut Pembentuk Kepuasan	20

2.4.5	Model Pengukuran Kepuasan.....	21
2.5	Loyalitas Pelanggan	23
2.5.1	Definisi Loyalitas Pelanggan	23
2.5.2	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	25
2.5.3	Merancang Dan Menciptakan Loyalitas	25
2.5.4	Tingkatan Loyalitas Pelanggan.....	27
2.6	Penelitian Terdahulu	33
2.7	Kerangka Pemikiran.....	34
2.8	Hipotesis Penelitian.....	35
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	36
3.2	Objek Penelitian	36
3.2.1	Sejarah Singkat Perusahaan	37
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	40
3.3.1	Populasi	40
3.3.2	Sampel.....	41

3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.4	Jenis Dan Sumber Data	42
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.2	Skala Pengukuran.....	43
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.6	Teknik Analisis	45
3.6.1	Uji Asumsi Klasik	45
3.6.2	Uji Validitas	48
3.6.3	Uji Reliabilitas.....	49
3.6.4	Metode Regresi Berganda	49
3.6.5	<i>Moderator Regression Analysis (MRA)</i>	50
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil <i>Pretest</i>	52
4.2	Karakteristik Responden	53
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55

4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	56
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Perawatan	58
4.3	Pernyataan Responden Mengenai <i>Sevice Performance</i> Dan Kepuasan.....	59
4.3.1	Pernyataan Responden Terhadap <i>Sevice Performance 1</i>	59
4.3.2	Pernyataan Responden Terhadap <i>Sevice Performance 2</i>	60
4.3.3	Pernyataan Responden Terhadap <i>Sevice Performance 3</i>	61
4.3.4	Pernyataan Responden Terhadap <i>Sevice Performance 4</i>	62
4.3.5	Pernyataan Responden Terhadap <i>Sevice Performance 5</i>	63
4.3.6	Pernyataan Responden Terhadap <i>Sevice Performance 6</i>	64
4.3.7	Pernyataan Responden Terhadap <i>Sevice Performance 7</i>	65
4.3.8	Pernyataan Responden Terhadap <i>Sevice Performance 8</i>	66
4.3.9	Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 1	67
4.3.10	Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 2	68
4.3.11	Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 3	69
4.3.12	Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 4	70

4.3.13	Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 5	71
4.3.14	Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 6	72
4.4	Pernyataan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	73
4.4.1	Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan 1.....	73
4.4.2	Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan 2.....	74
4.4.3	Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan 3.....	75
4.4.4	Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan 4.....	76
4.5	Uji Asumsi Klasik	77
4.5.1	Uji Multikolonieritas	77
4.5.2	Uji Autokorelasi	78
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	78
4.5.4	Uji Normalitas	80
4.6	Uji Instrumen	81
4.6.1	Uji Validitas	81
4.6.2	Uji Reliabilitas.....	83
4.7	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	85

4.7.1 Uji Hipotesis 1.....86

4.7.2 Uji Hipotesis 2.....87

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan90

5.2 Saran91

DAFTAR PUSTAKA93

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I	Definisi Pemasaran.....	7
Tabel II	Definisi Kepuasan	15
Tabel III	Definisi Loyalitas	23
Tabel IV	Skor Pertanyaan.....	44
Tabel V	Operasional Variabel.....	44
Tabel VI	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel VII	Karakteristik Berdasarkan usia.....	55
Tabel VIII	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	56
Tabel IX	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel X	Karakteristik Berdasarkan Alasan Perawatan	58
Tabel XI	Pernyataan Responden Terhadap <i>Service Performance</i> 1.....	59
Tabel XII	Pernyataan Responden Terhadap <i>Service Performance</i> 2.....	60
Tabel XIII	Pernyataan Responden Terhadap <i>Service Performance</i> 3.....	61
Tabel XIV	Pernyataan Responden Terhadap <i>Service Performance</i> 4.....	62
Tabel XV	Pernyataan Responden Terhadap <i>Service Performance</i> 5.....	63

Tabel XVI	Pernyataan Responden Terhadap <i>Service Performance</i> 6.....	64
Tabel XVII	Pernyataan Responden Terhadap <i>Service Performance</i> 7.....	65
Tabel XVIII	Pernyataan Responden Terhadap <i>Service Performance</i> 8.....	66
Tabel XIX	Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 1.....	67
Tabel XX	Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 2.....	68
Tabel XXI	Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 3.....	69
Tabel XXII	Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 4.....	70
Tabel XXIII	Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 5.....	71
Tabel XXIV	Pernyataan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen 6.....	72
Tabel XXV	Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan 1.....	73
Tabel XXVI	Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan 2.....	74
Tabel XXVII	Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan 3.....	75
Tabel XXVIII	Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan 4.....	76
Tabel XXIX	Uji Multikolonieritas.....	77
Tabel XXX	Uji Autokorelasi.....	78
Tabel XXXI	Uji Validitas.....	82

Tabel XXXII Uji Reliabilitas	83
Tabel XXXIII Pengujian Hipotesis	85
Tabel XXXIV Uji <i>Moderator Regression Analysis</i> (MRA)	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	<i>Design Customer Loyalty</i>	26
Gambar 2	Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3	Logo Erha CLinic.....	37
Gambar 4	Hasil <i>Pretest</i>	52
Gambar 5	<i>Scatterplot</i>	79
Gambar 6	Histogram Normalitas.....	80
Gambar 7	Normal <i>Probability Plot</i>	80