

ABSTRACT

The company's success in the field of recreation services, depend on its ability to meet the needs and further to satisfy the consumer. At the beginning of each visitor has needs, desire, and different goals. This fact encourages the emergence of the concept of market share. It means we try to get a group pf people in the target market to market products or service and recreation area in accordance with the expectations of visitors will feel satisfied, and will continue to consume service from recreation service.

*Based on this background, then the litke of the research is **“The Impact Of Quality Service To Costumer Loyalty In Recreation Bandung Carnival Land”** . By using the 90 respondents cisitors and quantitatively analyzed using multiple linear regression analysis on getting result.*

Regression analysis of service quality on customer loyalty in which:

$Y = a + b_{x1} + b_{x2} + b_{x3} + b_{x4} + b_{x5}$, with results

$Y = 1,165 + 0,655 X_1 + 0,041 X_2 + 0,106 X_3 + 0,263 X_4 + 0,240 X_5$

The study explains the overall service quality affects customer loyalty. It can be seen from the Adjusted R Square of 0,625 which means Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy which is the part that affects the Customer Loyalty and the remaining 62,5% and the balance of 37,5% influenced by other factors.

Keywords : Service, Quality of Service, Loyalty

ABSTRAK

Keberhasilan perusahaan di bidang jasa tempat rekreasi, bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan selanjutnya untuk memuaskan konsumen. Pada awalnya setiap pengunjung memiliki kebutuhan, keinginan, dan tujuan yang berbeda. Kenyataan ini mendorong timbulnya konsep pangsa pasar. Artinya kita berusaha mendapatkan sekelompok orang di pasar sasaran untuk memasarkan produk dan/atau jasa tempat rekreasi sesuai dengan harapan pengunjung sehingga pengunjung akan merasa puas, dan akan terus menerus mengkonsumsi jasa pelayanan dari tempat rekreasi tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul penelitian adalah “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Tempat Rekreasi Bandung Carnival Land**”.

Dengan menggunakan 90 responden pengunjung dan dianalisis menggunakan analisis kuantitatif regresi linier berganda di dapatkan hasil:

Analisis regresi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimana

$Y = a + b_{x1} + b_{x2} + b_{x3} + b_{x4} + b_{x5}$, dengan hasil

$$Y = 1,165 + 0,655 X_1 + 0,041 X_2 + 0,106 X_3 + 0,263 X_4 + 0,240 X_5$$

Hasil penelitian secara keseluruhan menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil Adjusted R Square sebesar 0,625 yang artinya *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* yang merupakan bagian yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan sebesar 62,5% dan sisanya sebesar 37,5% dipengaruhi faktor-faktor lain.

Kata Kunci : Jasa, Kualitas Pelayanan, Loyalitas

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 9
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Bauran Pemasaran	11
2.3 Jasa.....	18
2.3.1. Karakteristik Jasa.....	20
2.3.2. Klasifikasi Jasa	23
2.3.3. Tugas Pokok Pengelola Jasa	24
2.3.4. Strategi Dalam Bisnis Jasa	26
2.4 Kualitas Jasa	27

2.4.1. Pengertian Kualitas Jasa	27
2.4.2. Dimensi Kualitas Jasa	29
2.5 Loyalitas Pelanggan	35
2.5.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	35
2.5.2. Karakteristik Pelanggan yang Loyal	36
2.5.3. Tahapan Perkembangan Loyalitas Pelanggan	37
2.5.4. Jenis-jenis Loyalitas	38
2.5.5. Faktor-faktor Untuk Mengembangkan Loyalitas	39
2.5.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	40
2.6 Kerangka Pemikiran	40
2.7 Pengembangan Hipotesis	43
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	44
3.1 Objek Penelitian	44
3.2 Sejarah Bandung Carnival Land	44
3.3 Metode Penelitian	47
3.3.1. Jenis Penelitian	48
3.3.2. Sumber Data Penelitian	49
3.3.3. Teknik Pengumpulan Data	49
3.3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	51
3.4 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran	52
3.5 Uji Validitas	56
3.6 Uji Reliabilitas	57
3.7 Analisis Multipel Regresi	57
3.7.1. Sumber Data	58
3.7.2. Teknik Pengumpulan Data	58
3.8 Metode Analisis Data	59
3.9 Ruang Lingkup Penelitian	61
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Objek Penelitian	62
4.2 Karakteristik Responden	62

4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.3. Karakteristik Responden Tingkat Pendapatan Per Bulan.....	65
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal	66
4.3 Uji Validitas	67
4.4 Uji Reliability	69
4.5 Uji Regresi	71
4.6 Uji Hipotesis	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Kualitas Jasa	31
Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel I	Karakteristik Jasa dan Implikasi Manajemen	22
Tabel II	Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Operasional Variabel	53
Tabel III	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel IV	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel V	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Per Bulan	64
Tabel VI	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal	65
Tabel VII	Nilai KMO dan Tingkat Signifikan	67
Tabel VIII	Hasil Uji Validitas	67
Tabel IX	Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel X	Analisis Regresi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengunjung.....	70-73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Data Responden	86
Lampiran B	Validitas Statistik	87
Lampiran C	Regresi Statistik	89
Lampiran D	Reability Statistik	91