

ABSTRACT

Service quality can be means as an effort to full or complete the needs and pretensions also the accuracy to delivery on consumer's want. A customer will be loyal or not is a factor from the goodness or badness of service quality, because the consumer's perception for the quality, is a thing which hard to understand, although the comprehension about the quality sometimes can be misinterpreted as a good thing, luxurious, special thing, or a value thing.

A company tries to increase the sevice quality with any ways to increase the service quality with a hope that the consumer can more be loyal to the company, and the customer's trust can be materialized.

The investigator will do a research about how the response from the consumer about serve the service quality, and how big the effect to the customer's loyalty. This investigation will do to GIORDANO store which located in Paris Van Java Bandung. The metode applies with Descriptive Research, with collect the 100 respondents questionnaire's data. Then the data will be manner with the statistic SPSS 17.0 counting.

The results has showed that the sercive quality has matched with the respondents's hope. GIORDANO has served a good service quality, that case can be see from a few dimension indicator's service that got a good rating or not.

Keywords: Service quality, consumer's loyalty

ABSTRAK

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Seorang pelanggan akan loyal atau tidak merupakan faktor dari kualitas pelayanannya yang baik ataupun buruk, karena Persepsi konsumen terhadap kualitas merupakan suatu hal yang sulit dipahami, bahkan pemahaman tentang kualitas sering disalah artikan sebagai sesuatu yang baik, kemewahan, keistimewaan atau sesuatu yang berbobot.

Perusahaan berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara meningkatkan dari dimensi kualitas pelayanan dengan harapan konsumen akan lebih koyal terhadap perusahaan dan harapan dari pelanggan terhadap perusahaan dapat terwujud.

Peneliti akan akan melakukan penelitian mengenai bagaimana tanggapan dan respon dari konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan dan seberapa besar pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada GIORDANO yang berlokasi di Paris Van Java Bandung.

Metode yang dilakukan dengan menggunakan penelitian deskriptif, dengan mengumpulkan data kuesioner kepada 100 responden. kemudian data tersebut diolah menggunakan perhitungan statistik SPSS 17.0

Hasil penelitian telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan responden. GIORDANO telah memberikan kualitas pelayanannya dengan kualitas yang cukup baik, hal tersebut dapat dilihat dari beberapa indicator dimensi kualitas pelayanan yang mendapatkan penilaian yang baik ataupun kurang baik.

Kata-kata kunci: Kualitas pelayanan, loyalitas konsumen

DAFTAR ISI

| | |
|--|---------|
| | Halaman |
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI | iii |
| PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN..... | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| <i>ABSTRACT</i> | viii |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 3 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 4 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 6 |
| 2.1 Kajian Pustaka..... | 6 |
| 2.1.1 Jasa/ Pelayanan..... | 6 |
| 2.1.2 Klasifikasi Jasa | 7 |

| | |
|--|----|
| 2.2 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)..... | 10 |
| 2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan | 10 |
| 2.2.2 Konsep Kualitas Pelayanan | 11 |
| 2.2.3 Prinsip Kualitas Pelayanan..... | 13 |
| 2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan..... | 15 |
| 2.2.5 Manfaat Kualitas Pelayanan..... | 21 |
| 2.2.6 Pendekatan Pelayanan Berkualitas..... | 22 |
| 2.2.7 Model Kualitas Pelayanan..... | 23 |
| 2.2.8 Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan..... | 30 |
| 2.2.9 Biaya Kualitas Pelayanan..... | 30 |
| 2.2.10 Faktor Penyebab Kualitas Layanan Buruk | 31 |
| 2.2.11 Strategi Kualitas Pelayanan..... | 34 |
| 2.3 Loyalitas Pelanggan | 36 |
| 2.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan | 36 |
| 2.3.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan | 38 |
| 2.3.3 Merancang dan Menciptakan Loyalitas Pelanggan..... | 38 |
| 2.3.4 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan | 40 |
| 2.3.5 Tahapan Loyalitas Pelanggan..... | 42 |
| 2.3.6 Pengukuran Loyalitas Pelanggan | 47 |
| 2.3.7 Strategi Meningkatkan Loyalitas | 49 |
| 2.4 Rerangka Pemikiran | 50 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian..... | 54 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 56 |

| | |
|---|----|
| 3.1 Metode Penelitian..... | 56 |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 56 |
| 3.3 Jenis Penelitian..... | 57 |
| 3.4 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel | 57 |
| 3.4.1 Variabel Penelitian | 57 |
| 3.4.2 Oprasional Variabel..... | 58 |
| 3.5 Populasi dan Sampel | 62 |
| 3.5.1 Kriteria Pemilihan Sampel | 62 |
| 3.6 Metode Pengambilan Sampel..... | 63 |
| 3.6.1 Jumlah Sampel | 63 |
| 3.6.2 Teknik Pengumpulan Data..... | 64 |
| 3.7 Teknik Analisis Data..... | 68 |
| 3.8 Obyek Penelitian | 75 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 76 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 76 |
| 4.1.1 Hasil Penelitian Berdasarkan Responden..... | 76 |
| 4.1.2 Hasil Penelitian Berdasarkan Variabel Kepuasan Layanan dan Variabel Loyalitas Pelanggan | 77 |
| 4.1.3 Pengujian Hipotesis Dengan Menggunakan Program Linier Berganda | 85 |
| 4.2 Pembahasan..... | 88 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 92 |

| | |
|----------------------|----|
| 5.1 Simpulan..... | 92 |
| 5.2 Saran..... | 92 |
| | |
| DAFTAR PUSTAKA | 94 |
| | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|----------|--|
| Gambar 1 | Konsistensi Kualitas 13 |
| Gambar 2 | Model Konsep Kualitas Pelayanan 20 |
| Gambar 3 | Model Kualitas Jasa 29 |
| Gambar 4 | Piramida Tahap Loyalitas 45 |
| Gambar 5 | Tingkatan Loyalitas 46 |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|-------------|---|
| Tabel I | Empat Jenis Loyalitas |
| Tabel II | Definisi Oprasional Variabel |
| Tabel III | Tabel Kuesioner..... |
| Tabel IV | Skala Likert..... |
| Tabel V | Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi |
| Tabel VI | Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... |
| Tabel VII | Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir |
| Tabel VIII | Responden Berdasarkan Usia |
| Tabel IX | Responden Berdasarkan Membeli Giordano |
| Tabel X | Responden Berdasarkan <i>Tangibles</i> |
| Tabel XI | Responden Berdasarkan <i>Empathy</i> |
| Tabel XII | Responden Berdasarkan <i>Reliability</i> |
| Tabel XIII | Responden Berdasarkan <i>Responsiveness</i> |
| Tabel XIV | Responden Berdasarkan <i>Assurance</i> |
| Tabel XV | Responden Berdasarkan Kualitas pelayanan |
| Tabel XVI | Responden Berdasarkan Loyalitas Pelanggan |
| Tabel XVII | Validitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)..... |
| Tabel XVIII | Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan) |
| Tabel XIX | Realibilitas Variabel X dan Y |
| Tabel XX | Korelasi Antar Variabel |
| Tabel XXI | Tabel Korelasi Dengan Variabel Kontrol |
| Tabel XXII | Validitas Variabel X (Kualitas Pelayanan)..... |

| | | |
|-------------|---|----|
| Tabel XXIII | <i>Model Summary</i> ^b | 87 |
| Tabel XXIV | <i>Coefficients</i> ^a | 87 |