

ABSTRACT

Now the culinary business is a business that are in demand by the self-employed. Food is a basic human need, so they will look for the fulfillment of these needs that provide diversity of food favored. Culinary business will survive and thrive if it can meet the needs and desires of consumers.

Mie 123 is one of the noodle restaurant that serves food and drinks menu, which is quite diverse. One of the important points Mie 123 can last for about 20 years is due to Mie 123 keep right quality products and quality service to consumers. Based on this, the authors are interested in research thesis entitled "**THE INFLUENCE OF QUALITY SERVICE TO CUSTOMER LOYALTY IN MIE 123 RESTAURANT BANDUNG**".

By using 120 respondents then analyzed using regression analysis, the result is $Y = 12\,994 + 0.049X$. From the results obtained adjusted R Square 0.004 which means the relationship of service quality on customer loyalty Mie 123 only by 4% only, the remaining 96% is influenced by other factors, not examined. From the results of hypothesis testing, obtained t count of 1.210, 0.229 Significance results with $\alpha = 5\%$ and 118 degrees of freedom, obtained t-table for 1658. Because t is smaller than the t-table and results Significance greater than 0.05 then H_0 is accepted, which means that service quality does not significantly influence customer loyalty.

ABSTRAK

Sekarang ini usaha kuliner merupakan usaha yang sedang diminati oleh para wiraswasta. Makanan merupakan suatu kebutuhan pokok manusia, sehingga mereka akan mencari pemenuhan kebutuhan ini ke tempat yang menyediakan keberagaman menu makanan yang digemari. Usaha kuliner akan bertahan dan berkembang jika dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Mie 123 merupakan salah satu rumah makan yang menyajikan menu makanan dan minuman yang cukup beragam. Salah satu poin penting Mie 123 dapat bertahan selama lebih kurang 20 tahun adalah karena Mie 123 menjaga betul kualitas produk dan kualitas pelayanannya terhadap konsumen. Berdasarkan hal ini, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN MIE 123 DI BANDUNG”**.

Dengan menggunakan 120 responden kemudian di analisis menggunakan analisis regresi, maka hasilnya adalah $Y = 12.994 + 0.049X$. Dari hasil adjusted R Square didapat 0.004 yang berarti hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Mie 123 hanya sebesar 4% saja, sisanya sebanyak 96% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dari hasil pengujian hipotesis, diperoleh t hitung sebesar 1.210, hasil *Significance* 0.229 dengan $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan 118, diperoleh *t-table* sebesar 1.658. Karena t hitung lebih kecil daripada *t-table* dan hasil *Significance* lebih besar dari 0.05 maka H_0 diterima, yang artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

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>	<i>viii</i>
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 6
2.1 Manajemen Pemasaran.....	6
2.2 Bauran Pemasaran	8

2.2.1	Pengertian Bauran Pemasaran	8
2.2.2	Unsur-Unsur Bauran Pemasaran	8
2.3	Jasa.....	18
2.3.1	Definisi Jasa.....	18
2.3.2	Karakteristik Jasa.....	18
2.3.3	Dimensi Kualitas Jasa.....	19
2.3.4	Strategi Pemasaran Jasa.....	20
2.4	Kepuasan Konsumen	22
2.4.1	Pengertian Kepuasan Konsumen	22
2.5	Loyalitas Pelanggan.....	23
2.5.1	Definisi Loyalitas Pelanggan.....	24
2.5.2	Tingkatan Loyalitas Pelanggan	25
2.6	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	27
2.7	Kerangka Pemikiran	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian	29
3.2	Operasional Variabel	30
3.3	Jenis dan Sumber Data	33
3.4	Metode Pengumpulan Data	33
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data Primer	34
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data Sekunder	34
3.5	Teknik Pengambilan Sampel	35
3.6	Metode Analisis	35

3.6.1 Statistik Deskriptif	35
3.6.2 Statistik Inferensial	36
3.7 Rancangan Pengujian Hipotesis	36
3.8 Pengujian Hipotesis	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Singkat Rumah Makan Mie 123	41
4.2 Analisis Profil Konsumen Perusahaan	42
4.3 Analisis Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan pada Mie 123	50
4.3.1 Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>)	50
4.3.2 Kehandalan (<i>Reliability</i>)	52
4.3.3 Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	54
4.3.4 Empati (<i>Empathy</i>)	56
4.3.5 Jaminan (<i>Assurance</i>)	58
4.4 Analisis Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Terhadap Mie 123	60
4.5 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen pada Mie 123	63
4.5.1 Analisis Regresi	64
4.5.2 Uji Student – t	65
4.5.3 Analisis Koefisien Determinasi	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (*CURRICULUM VITAE*)

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Konsep 4P Bauran Pemasaran.....	16
Gambar 2 Kerangka Pemikiran	27

DAFTAR TABEL

Tabel I	Kualitas Pelayanan (Variabel X) dan Loyalitas Konsumen (Variabel Y).....	31
Tabel II	Penilaian Skala Likert	36
Tabel III	Derajat Hubungan dan Penafsiran.....	38
Tabel IV	Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel V	Komposisi Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel VI	Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel VII	Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
Tabel VIII	Komposisi Responden Berdasarkan Lokasi Tempat Tinggal	46
Tabel IX	Komposisi Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	47
Tabel X	Komposisi Responden Berdasarkan Informasi Tentang Mie 123.....	48
Tabel XI	Komposisi Responden Berdasarkan Pernah atau Belum Pernah ke Mie 123.....	49
Tabel XII	Komposisi Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Mie 123	49
Tabel XIII	Penilaian Konsumen Mengenai Bukti Langsung (<i>Tangibles</i>).....	51
Tabel XIV	Penilaian Konsumen Mengenai Keandalan (<i>Reliability</i>)	53
Tabel XV	Penilaian Konsumen Mengenai Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>).....	55
Tabel XVI	Penilaian Konsumen Mengenai Empati (<i>Empathy</i>)	57
Tabel XVII	Penilaian Konsumen Mengenai Jaminan (<i>Assurance</i>).....	59

Tabel XVIII Pengaruh Kualitas Pelayanan Yang Diberikan Oleh Mie 123

Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen..... 61

Tabel XIX Analisis Regresi 64

Tabel XX Analisis Koefisien Determinasi 66