

## ABSTRAK

Dengan adanya persaingan yang ketat dan didorong dengan adanya kemajuan teknologi, sistem informasi dan komunikasi, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam sektor jasa harus mampu meraih keunggulan kompetitif. Strategi yang harus diterapkan oleh suatu perusahaan salah satunya adalah mencakup peningkatan kualitas jasa yang diberikan kepada konsumennya. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan akan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sangat penting mengingat bahwa pelanggan yang puas akan kembali mempergunakan jasa tersebut dan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan, karena persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa tersebut dibentuk dan dipengaruhi oleh pelanggan lain. Perusahaan berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara menyeimbangkan antara dimensi kualitas pelayanan dengan harapan pelanggan terhadap jasa. Hal ini dilakukan perusahaan, agar kesesuaian antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat terwujud. Dari hasil pengujian hipotesis yang diperoleh dengan menggunakan metode regresi sederhana diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di tempat fotokopi Cyber Park Bandung. Hasil *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 65,2%.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

With the intense competition and encouraged by the advances in technology, information and communication systems, the companies engaged in the service sector must be able to achieve competitive advantage. The strategy must be implemented by a company one of them is included improving the quality of services provided to customers. Quality of service is the expected level of excellence and control over the level of excellence to meet customers' desires. Will affect the quality of service to customer satisfaction. Quality of service is important to remember that a satisfied customer will return to use these services and say things good about the company, because the customer perception of service quality are formed and influenced by other customers. The Company seeks to improve the quality of service with how to balance between the dimensions of service quality with customer expectations of service. This company does, so that the fit between customer expectations with the services provided by the company can be realized.

Keywords: Quality Service, Customer Satisfaction

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	5
2.1.1 Definisi Jasa.....	5
2.1.2 Karakteristik Jasa.....	6
2.1.3 Klasifikasi Jasa.....	8
2.1.4 Pemasaran Jasa.....	13
2.1.5 Proses Pembelian Jasa.....	16
2.1.6 Pemasaran Jasa dan Strategi Pemasaran Jasa....	18

2.1.7	Mengelola Produktivitas Jasa .....	19
2.2	Kualitas Pelayanan.....	20
2.2.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	20
2.2.2	Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan.....	22
2.2.3	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	24
2.3	Loyalitas.....	28
2.3.1	Pengertian Loyalitas.....	28
2.3.2	Jenis-jenis Loyalitas.....	29
2.3.3	Tahap-tahap pembentukan loyalitas.....	30
2.3.4	Keuntungan Loyalitas Konsumen.....	32
2.4	Kerangka Pemikiran.....	31
2.5	Hipotesis.....	35

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Metode Penelitian.....	36
3.1.1	Desain Penelitian.....	37
3.1.2	Jenis Penelitian .....	37
3.2	Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel .....	38
3.2.1	Variabel Penelitian.....	38
3.2.2	Operasional Variabel .....	38
3.3	Populasi dan sampel .....	45
3.3.1	Kriteria Pemilihan Sampel .....	45
3.3.2	Metode Pengambilan Sampel .....	45

3.3.3	Jumlah sampel .....	45
3.3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.3.5	Alat Analisis .....	48
3.3.5.1	Uji Validitas .....	48
3.3.5.2	Uji Reliabilitas .....	49
3.3.6	Teknik Pengolahan Data .....	51

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian.....	53
4.1.1	Karakteristik Reponden.....	53
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	54
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	55
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa Fotocopi Cyber Park .....	55
4.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan Fotokopi Cyber Park berdasarkan Menggunakan teknik Regresi Sederhana .....	56
4.3	Pembahasan .....	59

**BAB V Kesimpulan Dan Saran**

5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Proses Pembelian Jasa .....	17
Gambar 2 Strategi Pemasaran Jasa .....	19
Gambar 3 Model Kualitas Jasa .....	27
Gambar 4 Bagan Kerangka Pemikiran .....	35
Gambar 5 Gambar Reliabilitas .....	50

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Operasional Variabel .....	40
Tabel II Hasil Uji Validitas .....	49
Tabel III Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	54
Tabel VI Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan Terakhir	55
Tabel VII Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Fotokopi Cyber park.....	55
Tabel VIII Anova .....	57
Tabel IX Hasil Adjsut R Square .....	58