

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. From the hypothesis testing results obtained by using linier regression method is known that there is influence of service quality on customer loyalty in the place a restaurant MIEMOMMIE. *Coefficient of determination* results indicate that the magnitude of the influence of service quality of customer loyalty for 67,8%.

Keywords: Quality Service, Customer Satisfaction

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 linier diketahui bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di tempat rumah makan MIEMOMMIE. Hasil Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 67,8%.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR	i
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran	10
2.4 Jasa	10
2.4.1 Klasifikasi Jasa	12
2.5 Kualitas pelayanan	13
2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	13
2.5.2 Konsep Kualitas Pelayanan	15
2.5.3 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	17

2.5.4	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	18
2.5.5	Manfaat Kualitas Pelayanan.....	22
2.5.6	Pendekatan Pelayanan Berkualitas.....	23
2.5.6.1	<i>Service Triangle</i>	23
2.5.6.2	<i>Total Quality Service</i>	24
2.5.7	Model Kualitas Pelayanan.....	25
2.5.8	Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan.....	27
2.5.9	Biaya Kualitas Pelayanan.....	27
2.5.10	Faktor-faktor Penyebab Kualitas Pelayanan yang Buruk.....	29
2.5.11	Strategi Kualitas Pelayanan.....	29
2.6	Loyalitas Pelanggan.....	32
2.6.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	32
2.6.2	Perkembangan Loyalitas Pelanggan.....	33
2.6.3	Merancang dan Menciptakan Loyalitas Pelanggan.....	37
2.6.4	Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	39
2.6.5	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	40
2.6.6	Pengukuran Loyalitas Pelanggan.....	42
2.6.7	Strategi Meningkatkan Loyalitas.....	44
2.7	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.....	46
2.8	Kerangka Pemikiran.....	47
2.9	Hipotesis.....	51
BAB III	METODE PENELITIAN.....	52
3.1	Lokasi dan waktu penelitian.....	52
3.2	Jenis Penelitian.....	52
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	53
3.3.1	Variabel Penelitian.....	53
3.3.2	Operasionalisasi Variabel.....	53
3.4	Populasi dan Sampel.....	59
3.4.1	Metode Pengambilan Sampel.....	59
3.4.2	Jumlah Sampel.....	60

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.6	Alat Analisis.....	62
3.6.1	Uji Validitas.....	62
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	63
3.6.3	Uji Regresi.....	64
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	66
4.1	Hasil Penelitian.....	66
4.1.1	Karakteristik Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengunjung Yang Pernah Menggunakan Jasa Rumah Makan MIEMOMMIE.....	68
4.2	Kualitas Jasa yang diberikan Oleh Rumah Makan MIEMOMMIE.....	69
4.3	Hasil Pengujian Validitas.....	85
4.4	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	87
4.5	Hasil Pengujian Hipotesis.....	88
4.6	Pembahasan.....	90
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Konsep Kualitas Pelayanan	16
Gambar 2 Model Konsep Kualitas Pelayanan	22
Gambar 3 Empat Jenis Loyalitas	40
Gambar 4 Bagan Kerangka Pemikiran	50

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Operasional Variabel.....	55
Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengunjung yang Pernah Menggunakan Jasa Rumah Makan MIEMOMMIE.....	68
Tabel 5 Penilaian Responden Mengenai Peralatan yang Bersih.....	69
Tabel 6 Penilaian Responden Mengenai Fasilitas Fisik Rumah Makan.....	70
Tabel 7 Penilaian Responden Mengenai Kerapihan Karyawan Rumah Makan.....	70
Tabel 8 Penilaian Responden Mengenai Materi-Materi Berkaitan dengan Layanan Rumah Makan.....	71
Tabel 9 Penilaian Responden Mengenai Ketepatan Waktu yang Diberikan Pihak Rumah Makan.....	71
Tabel 10 Penilaian Responden Mengenai Pelayanan Rumah Makan.....	72
Tabel 11 Penilaian Responden Terhadap Perhatian Karyawan Dalam Memahami Kebutuhan Pelanggan.....	72
Tabel 12 Penilaian Responden Mengenai Kesergapan Karyawan Dalam Memberikan Layanan.....	73
Tabel 13 Penilaian Responden Mengenai Pihak Rumah Makan yang Mengupayakan Catatan yang Bebas dari Kesalahan.....	73
Tabel 14 Penilaian Responden Terhadap Sikap Karyawan Dalam Memberikan Informasi.....	74
Tabel 15 Penilaian Responden Terhadap Kesiapan Karyawan Dalam Membantu para Pelanggannya.....	75
Tabel 16 Penilaian Responden Mengenai Kemudahan Karyawan Untuk Membantu para Pelanggan.....	75
Tabel 17 Penilaian Responden Mengenai Sikap Karyawan yang Selalu Merespon Permintaan para Pelanggan.....	76

Tabel 18	Penilaian Rsponden Mengenai Kepercayaan para Pelanggan Kepada Karyawan Rumah Makan.....	77
Tabel 19	Penilaian Responden Terhadap Keamanan dan Kebersihan serta Kenyamanan.....	77
Tabel 20	Penilaian Responden Terhadap Kesopanan Karyawan Rumah Makan.....	78
Tabel 21	Penilaian Responden Terhadap Keterampilan Karyawan dalam Menjawab Setiap Pertanyaan para Pelanggan.....	78
Tabel 22	Penilaian Responden Terhadap Perhatian Individual yang Diberikan Rumah Makan.....	79
Tabel 23	Penilaian Responden Mengenai Jam Operasi yang Nyaman Bagi Setiap Pelanggan.....	80
Tabel 24	Penilaian Responden Mengenai Perhatian Personal yang Diberikan Karyawan pada Pelanggan.....	80
Tabel 25	Penilaian Responden Terhadap Karyawan dalam Memenuhi Kepentingan Pelanggan.....	81
Tabel 26	Penilaian Responden Terhadap Karyawan Dalam Memahami Kebutuhan Spesifik Pelanggan.....	81
Tabel 27	Penilaian Responden Mengenai Berbagai Hal Positif yang Diberikan Oleh Rumah Makan.....	82
Tabel 28	Penilaian Untuk Melihat Pelanggan Dalam Merekomendasikan Rumah Makan kepada Orang Lain.....	83
Tabel 29	Penilaian Untuk Melihat Pelanggan Dalam Menarik Orang Lain Untuk Menggunakan Jasa Rumah Makan.....	83
Tabel 30	Penilaian Untuk Melihat Apakah Pelanggan Akan Memilih Rumah Makan MIEMOMMIE sebagai Pilihan Utama.....	84
Tabel 31	Penilaian Untuk Melihat Apakah Pelanggan Akan Menggunakan Jasa Rumah Makan Dalam Beberapa Tahun Kemudian.....	84
Tabel 32	Hasil Pengujian Validitas.....	85
Tabel 33	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	87
Tabel 34	Tingkat Signifikansi (ANOVA).....	88
Tabel 35	Tingkat Pengaruh (Koefisien Determinasi).....	89