

ABSTRACT

The growth of the national economy, one driven by the emergence of small and medium entrepreneurs and micro enterprises in the national economy. One of the principal business of SMES which are the street vendor , who is engaged in the business of food stalls. Street vendors that become the focus in this study is the food stalls "Angkringan Koboï". The focus in this study is about the influence of the quality of service of consumer, satisfaction consumer loyalty and increase.

This research was conducted on the area packed Angkringan Koboï Bandung, with a population not limited, and made a total of 160 samples of consumer as respondents. Samples were taken using a non probability sampling methods, sampling purposive method. Results of questionnaire Data was tested with test validity, the test correlation product moment criteria $r_{count} > r_{table}$, and test security using the cronbach's test alpha value criteria ≥ 0.60 . Data analysts use regression analysis with the model path.

Results of the study showed that the quality of service to increase consumer satisfaction of 0,574 (57.4 %), and to increase consumer loyalty of 0.30 (30%), while the consumer satisfaction, consumer loyalty to 0.24 (24%). It means that the quality of services, the direct effect of increased consumer loyalty, and also influence on consumer loyalty, through the mediation of consumer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

ABSTRAK

Pertumbuhan perekonomian nasional salah satunya dipicu oleh kemunculan para pengusaha kecil menengah dan usaha mikro. Salah satu pelaku UKM diantaranya para pedagang kaki lima (PKL) yang bergerak dalam bidang usaha warung makan atau kuliner. Pedagang kaki lima yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah warung makan “Angkringan Koboï”. Penelitian dalam hal ini adalah mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan peningkatan loyalitas konsumen.

Penelitian ini dilakukan di area makan angkringan koboï Bandung, dengan jumlah populasi tidak terbatas, dan yang dijadikan sampel sebanyak 160 konsumen sebagai responden. Sampel diambil dengan menggunakan *non probability* sampling, dengan metode purposive sampling. Data hasil kuisioner diuji dengan uji validitas, yaitu uji korelasi product moment dengan kriteria r hitung $> r$ tabel, dan uji reliabilitas dengan menggunakan uji *cronbach's alpha* dengan kriteria nilai $\alpha \geq 0.60$. Analisis data menggunakan analisis regresi dengan model path.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,574 (57,4%), dan berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas konsumen sebesar 0,30 (30%), sedangkan kepuasan konsumen, berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,24 (24%). Itu artinya bahwa kualitas pelayanan, berpengaruh langsung terhadap peningkatan loyalitas konsumen, dan juga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, melalui mediasi kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.2 Pengertian Kepuasan Konsumen	15
2.1.3 Loyalitas Konsumen	16
2.2 Keterkaitan Antar Variabel.....	18
2.1.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen....	18
2.1.2 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.	19
2.1.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen...	19

2.1.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Kosumen.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
2.4 Hipotesis.....	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	23
3.1.1 Sejarah dan Gambaran Umum Tempat Penelitian	23
3.1.2 Visi, dan Misi dan Tujuan Pendirian Usaha.....	25
3.1.3 Target Segmen.....	25
3.2 Jenis Penelitian	26
3.2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.3 Pengukuran Variabel penelitian	26
3.4 Populasi dan Sampel	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.6 Analisis Data.....	31
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.1.1 Uji Normalitas.....	32
3.6.1.2 Uji Multikolinearilitas.....	33
3.6.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.6.2 Uji Validitas.....	35
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	36
3.6.4 Analisis Path.....	38
3.7 Pengujian Hipotesis.....	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data	40
----------------------------------	----

4.1.1 Analisis Tanggapan Responden untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	43
4.1.2 Analisis Tanggapan Responden untuk Variabel Kepuasan Konsumen (X2).....	56
4.1.3 Analisis Tanggapan Responden untuk Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	59
4.2 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.2.1 Uji Normalitas.....	63
4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	65
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	66
4.3 Uji Validitas.....	68
4.4 Uji Reliabilitas.....	71
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	74

BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

5.1 Simpulan	86
5.2 Saran Untuk Warung Makan Angkringan Koboï	88
5.3 Keterbatasan dan Saran Bagi Penelitian Mendatang	93

DAFTAR PUSTAKA	94
-----------------------------	----

LAMPIRAN	97
-----------------------	----

DATA PRIBADI	125
---------------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Diagram Klasifikasi Usaha Kecil dan Menengah	3
Gambar 4.2.3 Gambar Grafik Scatter Plot.....	67
Gambar 4.5 Model 1 Pengujian Hipotesis Uji t.....	76
Gambar 4.5.1 Model 2 Pengujian Pengaruh.....	78
Gambar 4.5.2 Model 3 Pengujian Nilai Linearitas.....	80
Gambar 4.5.3 Model 4 Pengujian Uji T Kualitas Pelayanan Secara Parsial.....	81
Gambar 4.5.4 Model 5 Nilai pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial.....	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Wisatawan yang Berkunjung ke Bandung	4
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel	27
Tabel 3.6 Bobot Skala <i>Likert</i>	32
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi dan Persentase Demografi Responden	45
Tabel 4.1.1 Keterangan Penilaian Kriteria.....	44
Tabel 4.1.1.1 Analisis Tanggapan Responden untuk Dimensi <i>Tangibles</i>	44
Tabel 4.1.1.2 Analisis Tanggapan Responden untuk Dimensi <i>Reliability</i>	46
Tabel 4.1.1.3 Analisis Tanggapan Responden untuk Dimensi Responsiveness..	49
Tabel 4.1.1.4 Analisis Tanggapan Responden untuk Dimensi <i>Emphaty</i>	52
Tabel 4.1.1.5 Analisis Tanggapan Responden untuk Dimensi <i>Assurance</i>	55
Tabel 4.1.2 Analisis Tanggapan Responden untuk <i>Costumer Satisfaction</i>	57
Tabel 4.1.3 Analisis Tanggapan Responden untuk <i>Costumer Loyalty</i>	60
Tabel 4.2.1 Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.3.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	69
Tabel 4.3.2 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	70
Tabel 4.3.3 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	71

Tabel 4.4.1	Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	72
Tabel 4.4.2	Reliabilitas Kepuasan Konsumen	73
Tabel 4.4.3	Reliabilitas Loyalitas Konsumen.....	73
Tabel 4.5	Pengujian Hipotesis Uji-t.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran A	Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran B	Data Mentah.....	98
Lampiran C	Hasil Pengujian Data SPSS	99
Lampiran D	Data Pribadi	100