

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of the Quality of Customer Loyalty STARBUCKS Coffee PVJ Bandung. Where variable is a variable-variable independent (X) consists of five dimensions namely tangible, reliability, responsive, assurance and empathy. While the dependent variable (Y) is loyalty. Research using this survey method with simple regression analysis, where the test before some hypothetical research study that first test consists of test reliability and validity. Sampling of non-probability sampling method through purposively sampling. 150 researchers spread the questionnaire and the data collected and told by the only feasible to the questionnaire or 120 respondents. Samples are taken in community is the Maranatha Christian University Bandung who use the services or consume coffee at STARBUCKS Coffee PVJ Bandung. Results Adjusted R square is 0.193 means that the effect on the quality of customer loyalty in the Starbucks coffee of Bandung and the remaining 19.3% of 80.7% influenced by other factors.

Keywords: Service Quality and Customer Loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan STARBUCKS Coffee PVJ Bandung. Dimana variable-variabelnya adalah variabel independen (X) terdiri dari lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance* dan *emphaty*. Sedangkan variable dependen (Y) adalah loyalitas. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan analisis regresi sederhana, dimana sebelum pengujian hipotesis peneliti melakukan beberapa penelitian terlebih dahulu yang terdiri dari uji reliabilitas dan uji validitas. Pengambilan sampel secara *non probability* sampling melalui metode *purposive* sampling. Peneliti menyebarkan 150 kuesioner dan data yang terkumpul dan dikatakan layak untuk diteliti hanya 120 kuesioner atau responden. Sampel yang diambil adalah masyarakat disekitar Universitas Kristen Maranatha Bandung yang menggunakan jasa atau mengkonsumsi kopi di STARBUCKS Coffee PVJ Bandung. Hasil *Adjusted R square* adalah 0,193 berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Starbucks coffee Bandung sebesar 19,3% dan sisanya sebesar 80,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	11
2.3 Pengertian Bauran Pemasaran	12
2.4 Pengertian Pelayanan	14
2.5 Karakteristik Pelayanan	16
2.6 Proses Konsumsi Jasa	18
2.7 Pengertian konsumen dan pelanggan	21
2.8 Pengertian Kualitas Pelayanan	22
2.9 Loyalitas pelanggan	24
2.9.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	24
2.9.2 Tahap-tahap Loyalitas	25
2.9.3 Karakteristik Pelanggan yang loyal	27
2.10 Kerangka Penelitian	28
2.11 Pengembangan Hepotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Metode Penelitian	31
3.1.1 Objek Penelitian	31
3.1.2 Jenis Penelitian	31
3.1.3 Operasional Variabel	32
3.1.4 Populasi dan Sampel	36
3.1.4.1 Metode Pengambilan Sampel	36
3.1.4.2 Jumlah Sampel	36
3.1.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.1.6 Alat Analisis	39
3.1.6.1 Uji Validitas	39
3.1.6.1.1 Hasil Uji Validitas	40
3.1.6.1.1.1 Tangibel	40
3.1.6.1.1.2 Reliability	41
3.1.6.1.1.3 Responsiveness	41
3.1.6.1.1.4 Assurance	42
3.1.6.1.1.5 Empathy	42
3.1.6.1.1.6 Loyalty	43

3.1.6.2 Uji Reliabilitas	43
3.1.6.2.1 Hasil Uji Reliabilitas	45
3.1.6.3 Uji Regresi	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Karakteristik Responden	49
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan konsumsi Starbucks Coffee ...	51
4.2 Pengujian Hipotesis.....	51
4.2.1 Analisis Regresi.....	51
4.3 Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses konsumsi jasa	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	29

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Variabel	33
Tabel 3.2 Skala Likert	38
Tabel 3.3 KMO and <i>Bartlett's Test</i> dimensi Kualitas Pelayanan (T)	40
Tabel 3.4 KMO and <i>Bartlett's Test</i> dimensi Kualitas Pelayanan (R)	41
Tabel 3.5 KMO and <i>Bartlett's Test</i> dimensi Kualitas Pelayanan (RS)	41
Tabel 3.6 KMO and <i>Bartlett's Test</i> dimensi Kualitas Pelayanan (A)	42
Tabel 3.7 KMO and <i>Bartlett's Test</i> dimensi Kualitas Pelayanan (E)	42
Tabel 3.8 KMO and <i>Bartlett's Test</i> dimensi Kualitas Pelayanan (L)	43
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 3.10 Interpretasi Terhadap Nilai r Hasil Analisis Korelasi	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan konsumsi Starbucks <i>Coffee</i> PVJ Bandung	51
Tabel 4.5 ANOVA(b)	52

Tabel 4.6 Pengaruh Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
di Starbucks *coffee* PVJ Bandung.....53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner

Lampiran 2 Hasil Perhitungan Sampel

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas

Lampiran 4 Hasil Pengujian Hipotesis Dengan Metode Analisis Regresi Berganda

Lampiran 5 Berita Acara Bimbingan