

ABSTRAK

Riyadi Setiawan, 2009, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan AIRPLANESYSTEM Distribution Store Di Kota Bandung, di bawah bimbingan Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja,MM.

Dari penelitian diketahui besarnya korelasi pearson antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan adalah **0.606**. kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar **36.78%** yang artinya **36.78%** dari loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sisanya sebesar **63.22%** mempunyai arti bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. kualitas pelayanan AIRPLANESYSTEM Distribution Store Bandung ditinjau dari lima dimensi, yaitu : *Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance*. Sedangkan untuk mengetahui besarnya loyalitas pelanggan dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu : *Repeatition, Raferall, Retention*. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif dan verifikatif, tipe penelitian ini adalah tipe penelitian korelasional dan kausalitas. Unit analisis (*Unit of analysis*) penelitian ini adalah individual yaitu para pelanggan AIRPLANESYSTEM Distribution Store Bandung, yang menggunakan produk dan pelayanan yang ditawarkan AIRPLANESYSTEM Distribution Store Bandung. Dilihat dari waktu pengumpulan datanya (*time horizon*) penelitian ini bersifat *cross-section*.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Riyadi Setiawan, 2009, The Effect of Quality Services to The Customer Loyalty in Bandung city, under supervision of Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja,MM.

Based on the observation, identified that Pearson Correlation number between the service quality and the customer loyalty is **0.606**, Then obtained that determination coefficient number is **36.78%** which mean that **36.78%** of customer loyalty are effected by service quality, and the **63.22%** remaining means that the customer loyalty effected by other variables. Quality of Service in AIRPLANESYSTEM Distribution Store Bandung is noticed by 5 (five) dimension, such as : Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance. Meanwhile to define how big the customer loyalty, it can be distinguished by 3 (three) dimension, comprise of : Repeatition, Raferall, Retention. Observation method that been employed by writer are descriptive and verificative methods. These kinds of observation are correlational and causality type of observation. The unit of analysis on this observation is individual, comprise of : customer AIRPLANESYSTEM Distribution Store Bandung, who has using product & service which on the market AIRPLANESYSTEM Distribution Store Bandung. Based on the time collecting date (time horizon) this observation is typically cross-section.

Key Words : Service Quality and Customer Loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Pengertian Jasa / Pelayanan (Service).....	13
2.2 Kualitas Pelayanan (Service Quality).....	15
2.3 Loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty).....	40
2.4 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	68
2.5 Kerangka Pemikiran.....	70
2.6 Hipotesis.....	73

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	74
3.2 Metode Penelitian.....	74
3.2.1 Desain Penelitian.....	74
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	75
3.2.3 Jenis Dan Sumber Data.....	85
3.2.4 Teknik Penentuan Sampel.....	85
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	87
3.4 Metode Analisis.....	88
3.5 Pengujian Hipotesis.....	91

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	93
4.1.1 Sejarah Penelitian.....	93
4.1.2 Struktur Organisasi.....	94
4.1.3 Profil Pelanggan.....	103
4.2 Pembahasan.....	112
4.2.1 Tanggapan Pelanggan Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan AIRPLANESYSTEM.....	112
4.2.2 Variabel X (Kualitas Pelayanan).....	112
4.2.3 Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	156
4.2.4 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	167
4.3 Analisis Data.....	170
4.3.1 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	171
4.3.2 Perhitungan Koefisien Korelasi Pearson.....	171
4.3.3 Perhitungan Koefisien Determinasi.....	172

4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	172
--------------------------------	-----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	174
---------------------	-----

5.2 Saran.....	179
----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 1.1	Jumlah Pelanggan AIRPLANESYSTM Bulan Januari 2008 Sampai Dengan Agustus 2008.....	5
Tabel 1.2	Rincian Harga Yang Ditawarkan Oleh AIRPLANESYSTM Bulan Januari 2008 – Agustus 2008.....	7
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	78
Tabel 3.2	Jumlah Pelanggan AIRPLANESYSTM Bulan Januari 2008 Sampai Dengan Agustus 2008.....	86
Tabel 3.3	Tingkat Keeratan Hubungan Korelasi.....	91
Tabel 4.1	Jenis Kelamin.....	103
Tabel 4.2	Usia.....	104
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir.....	106
Tabel 4.4	Pekerjaan / Profesi.....	107
Tabel 4.5	Tingkat Pendapatan.....	108
Tabel 4.6	Frekuensi Berbelanja Dalam 6 Bulan Terakhir.....	110
Tabel 4.7	Sumber Informasi tentang AIRPLANESYSTM.....	111
Tabel 4.8	Kenyamanan Ruangan Berbelanja AIRPLANESYSTM.....	113
Tabel 4.9	Materi-materi Yang Berkaitan Dengan Produk, Promosi, dan Pelayanan.....	114
Tabel 4.10	Karyawan AIRPLANESYSTM Berpenampilan Modis.....	116
Tabel 4.11	Fasilitas Di AIRPLANESYSTM Menarik Secara Visual.....	118
Tabel 4.12	AIRPLANESYSTM Selalu Memberikan Perhatian Secara Individual Kepada Pelanggannya.....	120

Tabel 4.13	AIRPLANESYSTEM Selalu Memberikan Kenyamanan Jam Operasi Kepada Semua Pelanggan.....	122
Tabel 4.14	AIRPLANESYSTEM Selalu Memprioritaskan Kepentingan Pelanggan.....	123
Tabel 4.15	AIRPLANESYSTEM Mampu Memahami Kebutuhan Spesifik Pelanggannya.....	125
Tabel 4.16	Bila AIRPLANESYSTEM Berjanji Untuk Melakukan Sesuatu Pada Waktu Tertentu, AIRPLANESYSTEM Akan Menepatinya.....	128
Tabel 4.17	Bila Pelanggan Memiliki Masalah, AIRPLANESYSTEM Sungguh-sungguh Berusaha Membantu Memecahkannya.....	130
Tabel 4.18	AIRPLANESYSTEM Memberikan Layanannya Secara Tepat Sejak Awal.....	132
Tabel 4.19	AIRPLANESYSTEM Menyediakan Layanannya Sesuai Dengan Waktu Yang Dijanjikan.....	134
Tabel 4.20	AIRPLANESYSTEM Mampu Memberikan Pelayanan Terbaik Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan.....	136
Tabel 4.21	Karyawan AIRPLANESYSTEM Memberitahu Kepada Pelanggan Kapan Layanan Akan Diberikan Secara Tepat.....	138
Tabel 4.22	Karyawan AIRPLANESYSTEM Melayani Pelanggan Dengan Cepat.....	141
Tabel 4.23	Karyawan AIRPLANESYSTEM Selalu Tanggap Dalam Membantu Pelanggan.....	143
Tabel 4.24	Karyawan AIRPLANESYSTEM Selalu Tanggap Dalam Merespon Permintaan Pelanggan.....	145

Tabel 4.25	Karyawan AIRPLANESYSTEM Mampu Menumbuhkan Kepercayaan Kepada Pelanggan.....	147
Tabel 4.26	AIRPLANESYSTEM Mampu Memberikan Kemudahan Dalam Bertransaksi Dengan Pelanggannya.....	149
Tabel 4.27	Karyawan AIRPLANESYSTEM Mampu Bersikap Sopan Kepada Para Pelanggannya.....	151
Tabel 4.28	Karyawan AIRPLANESYSTEM Mampu Menjawab Pertanyaan-pertanyaan Dari Pelanggan.....	153
Tabel 4.29	Akan Membeli / Menggunakan Pelayanan AIRPLANESYSTEM Jika Ada Produk Baru Yang Ditawarkan.....	156
Tabel 4.30	Selalu Teratur Melakukan Pembelian / Penggunaan Produk Dan Pelayanan Di AIRPLANESYSTEM.....	157
Tabel 4.31	Akan Tetap Membeli / Menggunakan Produk Dan Pelayanan AIRPLANESYSTEM Walaupun Harga Yang Ditawarkan Lebih Mahal Dari Sebelumnya.....	158
Tabel 4.32	Akan Mengatakan Kepada Orang Lain Produk Dan Pelayanan Yang Ditawarkan AIRPLANESYSTEM.....	160
Tabel 4.33	Akan Merasa Senang Jika Orang Lain Membeli / Menggunakan Produk dan Pelayanan AIRPLANESYSTEM.....	161
Tabel 4.34	Akan Meyakinkan Orang Lain Untuk Melakukan Pembelian / Penggunaan Produk Dan Pelayanan AIRPLANESYSTEM.....	162
Tabel 4.35	Menolak Jika Ada Yang Mengatakan Distribution Store Lain Lebih Baik.....	163

Tabel 4.36	Walaupun Banyak Distribution Store Lain Yang Lebih Baik, Tetap Menganggap Produk Dan Pelayanan AIRPLANESYSTEM Adalah Yang Terbaik.....	164
Tabel 4.37	Tidak Akan Pernah Mencoba Produk dan Pelayanan Di Distribution Store Lain.....	166
Tabel 4.38	Uji Validitas Variabel X (Kualitas Pelayanan).....	168
Tabel 4.39	Uji Validitas variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	169
Tabel 4.40	Korelasi Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan AIRPLANESYSTEM Distribution Store, Bandung...	171

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jenis Dan Model Pakaian AIRPLANESYSTEM.....	6
Gambar 2.1 Konsep Kualitas Pelayanan.....	18
Gambar 2.2 Model Konsep Kualitas Pelayanan.....	26
Gambar 2.3 Model Kesenjangan Kualitas Jasa.....	32
Gambar 2.4 Design Customer Loyalty.....	45
Gambar 2.5 Empat Jenis Loyalitas.....	48
Gambar 2.6 Piramida Loyalitas.....	53
Gambar 2.7 Piramida Pelanggan.....	55
Gambar 2.8 Tingkatan Loyalitas.....	57
Gambar 2.9 Profit Generator System.....	63
Gambar 2.10 Paradigma Pemikiran Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	73
Gambar 4.1 Struktur Organisasi AIRPLANESYSTEM.....	94
Gambar 4.2 Daerah Penolakan Ho Untuk Uji Hipotesis.....	173
Gambar 5.1 Analisis Kepentingan Kinerja.....	180