

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah lima dimensi pokok kualitas pelayanan (*Service Quality*) yaitu Bukti Fisik (*Tangibles*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan 176 kuesioner yang merupakan pelanggan dari PT. Balai Iklan Cabang Pagarsih Bandung, yang dianggap memenuhi syarat untuk dianalisis. Karakteristik yang digunakan adalah karakteristik yang mudah diamati seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan per bulan.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif analisis dan verifikatif. Deskriptif analisis merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi tentang ciri-ciri variabel (unsur-unsur kualitas pelayanan dan tingkat loyalitas pelanggan). Jenis penelitian verifikatif merupakan jenis penelitian untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat loyalitas pelanggan

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji regresi berganda dengan menggunakan SPSS versi 11.5, yang mana hasil uji regresi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan memperoleh hasil $Y = 0,627 + 0,108X_1 + 0,326X_2 + 0,273X_3 + 0,050X_4 + 0,042X_5$ Dengan $\alpha \leq 0,05$. Hasil pengujian untuk variabel *reliability* dan *responsiveness* adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima karena $\alpha \leq 0,05$ yaitu sebesar 0,000 yang artinya *reliability* dan *responsiveness* mempengaruhi loyalitas pelanggan. Untuk variabel lainnya yaitu *tangibles*, *assurance*, dan *empathy* ditolak karena $\alpha > 0,05$ yaitu *tangibles* sebesar 0,061 dan *assurance* sebesar 0,452 serta *empathy* sebesar 0,495 artinya variabel *tangibles*, *assurance*, dan *empathy* tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian secara keseluruhan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal ini terlihat dari hasil *adjusted R square* adalah sebesar 0,270 atau 27% mempengaruhi loyalitas pelanggan dan sisanya sebesar 73% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: *Service Quality, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
1.6 Kerangka Pemikiran.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	16
2.3 Jasa.....	24

2.3.1 Klasifikasi Jasa	25
2.3.2 Karakteristik Jasa.....	27
2.3.3 Tugas Pokok Pengelola Jasa.....	29
2.3.4 Strategi Dalam Bisnis Jasa.....	31
2.4 Kualitas Pelayanan.....	33
2.4.1 Pengertian Kualitas.....	33
2.4.2 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	35
2.4.3 Determinan Kualitas Pelayanan.....	36
2.5 Mengelola Kualitas Pelayanan.....	41
2.6 Loyalitas Pelanggan.....	47
2.6.1 Pengertian Loyalitas.....	49
2.6.2 Konsep Loyalitas Pelanggan.....	50
2.6.3 Tipe-Tipe Loyalitas.....	51
2.6.4 Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	53
2.6.5 Indikator Dalam Mengukur Loyalitas.....	61
2.7 Mengelola Loyalitas Pelanggan.....	61
2.8 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	68

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Sejarah PT. Balai Iklan.....	70
3.2 Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	74
3.3 Metode Penelitian.....	79
3.3.1 Jenis Penelitian.....	79

3.3.2 Sumber Data Penelitian.....	80
3.3.3 Teknik Pengambilan Data.....	81
3.3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	82
3.4 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran.....	83
3.5 Uji Validitas.....	88
3.6 Uji Reliabilitas.....	89
3.7 Metode Analisis Data.....	90
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Objek Penelitian.....	93
4.2 Karakteristik Responden.....	93
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	95
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	96
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Per Bulan.....	97
4.3 Uji Validitas.....	99
4.4 Uji Reliabilitas.....	101
4.5 Uji Regresi Berganda	104
4.6 Uji Hipotesis.....	106
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	54
3.1 Lima Dimensi Kualitas Pelayanan.....	85
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	95
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	96
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan Per Bulan..	98
4.5 Nilai KMO dan Tingkat Signifikansi.....	100
4.6 Hasil Uji Validitas.....	100
4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	103
4.8 Analisis Regresi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan...	104

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 2.1 Model Kualitas Pelayanan.....	45
Gambar 2.2 Hubungan Antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	72
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Balai Iklan.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Sampel Penelitian

Lampiran 3 Karakteristik Responden

Lampiran 4 Uji Validitas

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Uji Regresi berganda

