

ABSTRAK

Dengan menjadi semakin bersaingnya pasar sekarang, konsumen cenderung menjadi semakin menuntut. Dalam peristiwa tantangan-tantangan misalnya mengintensifkan persaingan global, pengharapan-pengharapan pelanggan dan permintaan-permintaan berikutnya dari para pelanggan bertambah terus sejalan dengan semakin membaiknya kualitas layanan (Parasuraman dkk., 1988; Rao dan Kelkar, 1997). Kualitas pelayanan adalah penilaian mutu jasa oleh konsumen yang membeli produk jasa berdasarkan harapan para pembeli dengan kinerja yang dirasakan pada purna pembelian dari produk jasa. (Zeithaml, Parasuraman, Berry, 1990;19). Kualitas pelayanan ditinjau dari lima aspek yaitu : *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*. Sedangkan untuk mengetahui besarnya Loyalitas Pelanggan Toko Gumbira dapat di lihat dari 3 aspek yaitu : *Raferall, Retention, Repeatition*.

Penelitian ini menggunakan 100 responden pelanggan Toko Gumbira Bandung. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif dan verifikatif, tipe penelitian ini adalah ti pe penelitian korelasional dan kausalitas, unit analisi penelitian ini adalah individual yaitu pelanggan Toko Gumbira, dilihat dari waktu pengumpulan datanya penelitian ini bersifat *cross section*. Dari penelitian tersebut diketahui besarnya korelasi pearson antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan adalah 0.802. kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 70.20% yang artinya 70.20% dari loyalitas pelanggan dipengaruhi kualitas pelayanan sisanya 30.80 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

Kata-kata kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

DAFTAR ISI

	Hal.
PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
1.6. Sistematika Penulisan.....	8

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka.....	10
2.1.1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	11
2.2. Service (Jasa).....	14
2.2.1. Pengertian Jasa.....	14
2.2.2. Karakteristik Jasa.....	17

2.2.3. Klasifikasi Jasa.....	20
2.2.4. Perbandingan Jasa dan Pelayanan.....	26
2.3. Kualitas.....	28
2.4.1. Pengertian Kualitas.....	28
2.4.2. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	33
2.4.3. Kualitas Pelayanan yang Baik.....	36
2.4. Loyalitas Pelanggan.....	41
2.4.1. Karakteristik Loyalitas.....	44
2.4.2. Tingkatan Loyalitas Pelanggan.....	45
2.5. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.....	58
2.6. Kerangka Pemikiran.....	59
2.7. Hipotesis.....	63

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....	64
3.1.1. Struktur Organisasi.....	65
3.2. Metode Penelitian.....	68
3.2.1. Desain Penelitian.....	68
3.2.2. Definisi Operasional Variabel.....	69
3.2.3. Jenis dan Sumber Data.....	70
3.2.4. Teknik Pengolahan Sampel.....	71
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	72
3.4. Metode Analisis.....	73
3.5. Pengujian Hipotesis.....	77

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	79
4.1.1. Profil Pelanggan.....	79
4.2. Pembahasan.....	84
4.2.1. Variabel Kualitas Pelayanan.....	99
4.2.2. Variabel Loyalitas Pelanggan.....	102
4.2.3. Analisis Statistik dan Uji Hipotesis.....	105

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	112
5.2. Saran.....	114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Dimensi Kualitas Pelayanan	3
Tabel 3.1. Definisi Operasionalisasi Variabel	71
Tabel 3.2. Tingkat Keeratan Hubungan Korelasi	77
Tabel 4.1. Jenis Kelamin	80
Tabel 4.2. Usia	81
Tabel 4.3. Profesi	82
Tabel 4.4. Tingkat Pendapatan atau penghasilan	83
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Untuk Kualitas Pelayanan	85
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Untuk Loyalitas Pelanggan	87
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas	88
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X_1)	89
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelayanan (Y)	96
Tabel 4.10. Statistika Kualitas Pelayanan	100
Tabel 4.11. Kualitas Pelayanan	100
Tabel 4.12. Statistik Loyalitas Pelanggan	103
Tabel 4.13. Loyalitas Pelanggan	103
Tabel 4.14. Coefficients(a)	106
Tabel 4.15. ANOVA (b)	108
Tabel 4.16. Model Summary (b)	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Empat Komponen P dalam Marketing Mix.....	13
Gambar 2.2. <i>Profit Generation System</i>	47
Gambar 2.3. Tingkatan Loyalitas.....	49
Gambar 2.4. <i>The four Type of Loyalty</i>	54
Gambar 2.5. Paradigma Pemikiran Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Toko Gumbira.....	66