

ABSTRACT

Mardiyan Chou 2009, The Effect of Quality Services to The Customer Loyalty in Bandung city, under supervision of Dra. Ika Gunawan, MM.

Based on the observation, identified that Pearson Correlation number between the service quality and the customer loyalty is **0.313**, Then obtained that determination coefficient number is **5.0%** which mean that **5.0%** of customer loyalty are effected by service quality, and the **95.0%** 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 : Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, and

Customer Loyalty.

ABSTRAK

Mardiyan Chou, 2009, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan AIRPLANESYSTEM Distribution Store Di Kota Bandung, di bawah bimbingan Dra. Ika Gunawan, MM.

Dari penelitian diketahui besarnya korelasi pearson antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan adalah **0.313** kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar **5.0%** yang artinya **5.0%** dari loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, sisanya sebesar **95.0%** 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 : Bukti Langsung, Kehandalan, Daya Tanggap, (Jaminan dan Kepastian), Perhatian, Loyalitas Pelanggan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE).....	xxxxv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Pengertian Jasa / Pelayanan (Service).....	11
2.2 Kualitas Pelayanan (Service Quality).....	13

2.3 Loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty).....	36
2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	63
2.5 Kerangka Pemikiran.....	65
2.6 Hipotesis.....	68

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	69
3.2 Metode Penelitian.....	69
3.2.1 Desain Penelitian.....	69
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	70
3.2.3 Jenis Dan Sumber Data.....	81
3.2.4 Teknik Penentuan Sampel.....	81
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	83
3.4 Metode Analisis.....	84
3.5 Pengujian Hipotesis.....	87

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	89
4.1.1 Sejarah Penelitian.....	89
4.1.2 Struktur Organisasi.....	90
4.1.3 Profil Pelanggan.....	98
4.2 Pembahasan.....	107
4.2.1 Tanggapan Pelanggan Tentang Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan AIRPLANESYSTEM.....	107
4.2.1.1 Variabel X (Kualitas Pelayanan).....	107

4.2.1.2 Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	136
4.2.1.3 Uji normalitas	147
4.2.1.4 Uji Validitas	149
4.2.1.5 Uji Reliabilitas	151
4.3 Analisis Data.....	153
4.3.1 Pengaruh Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	153
4.3.2 Perhitungan Koefisien Regresi berganda.....	153
4.3.3 Perhitungan Koefisien Determinasi.....	154
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	155
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	157
5.2 Saran.....	162
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE)	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Kualitas Pelayanan.....	16
Gambar 2.2 Model Konsep Kualitas Pelayanan.....	23
Gambar 2.3 Model Kesenjangan Kualitas Jasa.....	29
Gambar 2.4 Design Customer Loyalty.....	42
Gambar 2.5 Empat Jenis Loyalitas.....	44
Gambar 2.6 Piramida Loyalitas.....	49
Gambar 2.7 Piramida Pelanggan.....	51
Gambar 2.8 Tingkatan Loyalitas.....	53
Gambar 2.9 Profit Generator System.....	59
Gambar 2.10 Paradigma Pemikiran Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	68
Gambar 4.1 Struktur Organisasi AIRPLANESYSTM.....	91
Gambar 4.2 Daerah Penolakan Ho Untuk Uji Hipotesis.....	156
Gambar 5.1 Analisis Kepentingan Kinerja.....	163

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan AIRPLANESYSTEM Bulan Januari 2008 Sampai Dengan Agustus 2008.....	4
Tabel 1.2 Rincian Harga Yang Ditawarkan Oleh AIRPLANESYSTEM Bulan Januari 2009 – Agustus 2008.....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	73
Tabel 3.2 Jumlah Pelanggan AIRPLANESYSTEM Bulan Januari 2008 Sampai Dengan Agustus 2008.....	82
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	98
Tabel 4.2 Usia.....	99
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir.....	101
Tabel 4.4 Pekerjaan / Profesi.....	102
Tabel 4.5 Tingkat Pendapatan.....	103
Tabel 4.6 Frekuensi Berbelanja Dalam 6 Bulan Terakhir.....	105
Tabel 4.7 Sumber Informasi tentang AIRPLANESYSTEM.....	106
Tabel 4.8 Kenyamanan Ruangan Berbelanja AIRPLANESYSTEM.....	108
Tabel 4.9 Materi-materi Yang Berkaitan Dengan Produk, Promosi, dan Pelayanan.....	109
Tabel 4.10 Karyawan AIRPLANESYSTEM Berpenampilan Modis.....	110
Tabel 4.11 Fasilitas Di AIRPLANESYSTEM Menarik Secara Visual.....	111
Tabel 4.12 AIRPLANESYSTEM Selalu Memberikan Perhatian Secara Individual Kepada Pelanggannya.....	112

Tabel 4.13	AIRPLANESYSTEM Selalu Memberikan Kenyamanan Jam Operasi Kepada Semua Pelanggan.....	114
Tabel 4.14	AIRPLANESYSTEM Mampu Memberikan Perhatian Personal Pelanggan	115
Tabel 4.15	AIRPLANESYSTEM Selalu Memprioritaskan Kepentingan Pelanggan.....	116
Tabel 4.16	AIRPLANESYSTEM Mampu Memahami Kebutuhan Spesifik Pelanggannya.....	117
Tabel 4.17	Bila AIRPLANESYSTEM Berjanji Untuk Melakukan Sesuatu Pada Waktu Tertentu, AIRPLANESYSTEM Akan Menepatinya.....	119
Tabel 4.18	Bila Pelanggan Memiliki Masalah, AIRPLANESYSTEM Sungguh-sungguh Berusaha Membantu Memecahkannya.....	120
Tabel 4.19	AIRPLANESYSTEM Memberikan Layanannya Secara Tepat Sejak Awal.....	122
Tabel 4.20	AIRPLANESYSTEM Menyediakan Layanannya Sesuai Dengan Waktu Yang Dijanjikan.....	123
Tabel 4.21	AIRPLANESYSTEM Mampu Memberikan Pelayanan Terbaik Sesuai Dengan Keinginan Pelanggan.....	124
Tabel 4.22	Karyawan AIRPLANESYSTEM Memberitahu Kepada Pelanggan Kapan Layanan Akan Diberikan Secara Tepat.....	125
Tabel 4.23	Karyawan AIRPLANESYSTEM Melayani Pelanggan Dengan Cepat.....	127
Tabel 4.24	Karyawan AIRPLANESYSTEM Selalu Tanggap Dalam Membantu Pelanggan.....	128

Tabel 4.25	Karyawan AIRPLANESYSTEM Selalu Tanggap Dalam Merespon Permintaan Pelanggan.....	129
Tabel 4.26	Karyawan AIRPLANESYSTEM Mampu Menumbuhkan Kepercayaan Kepada Pelanggan.....	131
Tabel 4.27	AIRPLANESYSTEM Mampu Memberikan Kemudahan Dalam Bertransaksi Dengan Pelanggannya.....	132
Tabel 4.28	Karyawan AIRPLANESYSTEM Mampu Bersikap Sopan Kepada Para Pelanggannya.....	133
Tabel 4.29	Karyawan AIRPLANESYSTEM Mampu Menjawab Pertanyaan -pertanyaan Dari Pelanggan.....	135
Tabel 4.30	Akan Membeli / Menggunakan Pelayanan AIRPLANESYSTEM Jika Ada Produk Baru Yang Ditawarkan.....	136
Tabel 4.31	Selalu Teratur Melakukan Pembelian / Penggunaan Produk Dan Pelayanan Di AIRPLANESYSTEM.....	137
Tabel 4.32	Akan Tetap Membeli / Menggunakan Produk Dan Pelayanan AIRPLANESYSTEM Walaupun Harga Yang Ditawarkan Lebih Mahal Dari Sebelumnya.....	138
Tabel 4.33	Akan Mengatakan Kepada Orang Lain Produk Dan Pelayanan Yang Ditawarkan AIRPLANESYSTEM.....	140
Tabel 4.34	Akan Merasa Senang Jika Orang Lain Membeli / Menggunakan Produk dan Pelayanan AIRPLANESYSTEM.....	141
Tabel 4.35	Akan Meyakinkan Orang Lain Untuk Melakukan Pembelian / Penggunaan Produk Dan Pelayanan AIRPLANESYSTEM.....	142
Tabel 4.36	Menolak Jika Ada Yang Mengatakan Distribution Store Lain Lebih Baik.....	143

Tabel 4.37	Walaupun Banyak Distribution Store Lain Yang Lebih Baik, Tetap Menganggap Produk Dan Pelayanan AIRPLANESYSTM Adalah Yang Terbaik.....	144
Tabel 4.38	Tidak Akan Pernah Mencoba Produk dan Pelayanan Di Distribution Store Lain.....	146
Tabel 4.39	Uji Normalitas	148
Tabel 4.40	KMO dan Bartlett's Test.....	149
Tabel 4.41	Analisis Faktor	150
Tabel 4.42	Hasil Uji Reliabilitas.....	152
Tabel 4.43	Korelasi Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas	153