

ABSTRAK

Ekonomi di Indonesia saat sekarang ini masih berada pada berbagai kondisi yang tidak pasti. Dengan adanya situasi ekonomi yang tidak kunjung membaik dan berbagai ancaman dalam negeri lainnya, ditambah dengan bencana alam yang luar biasa, seperti tsunami, gempa bumi, dan banjir di berbagai tempat di Indonesia. Hal ini membuat masa depan bisnis semakin tidak menentu arahnya. Untuk itu perusahaan perlu memikirkan berbagai langkah dan strategi yang tepat agar dapat tetap bertahan, bahkan berkembang.

Bagi perusahaan yang menyediakan produk dan jasa, persaingan akan dirasakan lebih ketat dibandingkan dengan perusahaan produksi karena perusahaan tipe ini berkaitan dengan perasaan, pikiran, dan perilaku konsumen secara langsung. Untuk itu perusahaan dituntut untuk dapat menerapkan strategi yang tepat, dalam hal ini adalah menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada untuk konsumennya. Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh berbagai operasi yang dilakukan perusahaan, yang didukung pula oleh berbagai faktor seperti karyawan, sistem, teknologi, dan perencanaan yang baik. Tujuan dari peningkatan kualitas pelayanan itu sendiri adalah untuk mendapatkan pelanggan yang setia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kegiatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Taman Bacaan “De Boek” dan juga untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif analitis. Untuk memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan penulis menggunakan kuesioner yang dibagikan pada konsumen atau pelanggan di Taman Bacaan “De Boek”. Penelitian ini merupakan penelitian untuk studi kasus yang bersifat pengujian teori yaitu pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Teknik pengumpulan data melalui observasi dan penyebaran kuesioner pada 100 konsumen Taman Bacaan “De Boek” yang dianggap valid. Adapun variabel yang digunakan dalam kuesioner yaitu skala likert. Sehingga digunakan analisis statistik nonparametric dengan analisis regresi sederhana dengan menggunakan SPSS 12.

Dari hasil penelitian dan analisis diperoleh hasil yaitu koefisien determinasi sebesar 14,5 % yang berarti kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen karena memiliki hubungan positif diantara keduanya dan sisanya 85,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kualitas pelayanan misalnya dalam melakukan peminjaman dipengaruhi oleh promosi suatu perusahaan, dan tingkat harga produk.

Kesimpulannya adalah kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif terhadap loyalitas konsumen. Oleh karenanya, Taman Bacaan “De Boek” harus dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas pelayanannya demi kelancaran suatu kegiatan pemasaran yang ada dalam perusahaan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Pengertian dan Konsep Pemasaran	7
2.2 Lingkup Pemasaran	9
2.3 Bauran Pemasaran	11
2.4 Jasa	18
2.4.1 Pengertian Jasa	18
2.4.2 Karakteristik Jasa	19
2.4.3 Jenis Tawaran Jasa	20

2.4.4 Klasifikasi Jasa	21
2.5 Kualitas Pelayanan	26
2.5.1 Pengertian	26
2.5.2 Manfaat kualitas	27
2.5.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	28
2.5.4 Biaya Kualitas Pelayanan	30
2.6 Loyalitas Konsumen	32
2.6.1 Pengertian Loyalitas	32
2.6.2 Ruang Lingkup Loyalitas	32
2.6.3 Jenis-jenis Loyalitas	33
2.6.4 Peralatan Loyalitas	34
2.6.5 Tahap-tahap Loyalitas Konsumen	35
2.6.6 Mempertahankan Loyalitas Konsumen	39
2.6.7 Keuntungan Loyalitas Konsumen	43
2.7 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Konsumen	44
2.8 Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis.....	47
2.8.1 Kerangka Pemikiran.....	47
2.8.2 Hipotesis	50
2.8.3 Paradigma Penelitian	51

BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	52
3.2 Metode Penelitian	53

3.2.1 Desain Penelitian	53
3.2.2 Variabel Penelitian dan Pengukurannya atau Operasional Variabel	53
3.2.3 Metode Penarikan Sampel	56
3.2.4 Prosedur Pengumpulan Data	57
3.2.5 Metode Analisis	59
3.2.6 Uji Hipotesis	61
3.2.7 Uji Validitas	61
3.2.8 Uji Reliabilitas	63
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	64
4.1.1 Karakteristik Responden atau Data Diri Responden	64
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur	66
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Formal Terakhir	67
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
4.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-rata Perbulan	70
4.1.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	71
4.1.2.1 Hasil Pengujian Validitas	71
4.1.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	74
4.2 Pembahasan.....	76

4.2.1 Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Taman Bacaan "De Boek" terhadap Konsumen	76
4.2.1.1 Penilaian Responden tentang <i>Tangible</i> (Berwujud)	77
4.2.1.2 Penilaian Responden tentang <i>Emphaty</i> (Empati)	83
4.2.1.3 Penilaian Responden tentang <i>Reliability</i> (Kehandalan)	86
4.2.1.4 Penilaian Responden tentang <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	89
4.2.1.5 Penilaian Responden tentang <i>Assurance</i> (Keamanan)	92
4.2.2 Penilaian Responden tentang Loyalitas Konsumen	93
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	102
4.2.3.1 Pengujian Hipotesis	103

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	105

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 4P dan 4C	17
Tabel 3.1 Operasional Variabel	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur	66
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Formal terakhir	67
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdsarkan Pendapatan Rata-rata perbulan ...	70
Tabel 4.6 Analisis Faktor Awal	73
Tabel 4.7 Analisis Faktor Akhir	74
Tabel 4.8 Pengujian Reliabilitas Kualitas Pelayanan	75
Tabel 4.9 Pengujian Reliabilitas Loyalitas Konsumen	75
Tabel 4.10 Kategori Nilai untuk Jawaban Pada Kuesioner	76
Tabel 4.11 Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” terhadap Sarana Halaman Parkir	77
Tabel 4.12 Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” terhadap Penanganan Kebersihan, Kerapihan dan Kenyamanan Ruangan	78
Tabel 4.13 Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” terhadap Penataan Interior Ruangan	79
Tabel 4.14 Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” terhadap Kelengkapan, Kesiapan Kebersihan Alat-alat	80

Tabel 4.15	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” terhadap Kerapihan dan Kebersihan penampilan Karyawan	81
Tabel 4.16	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” terhadap Kelengkapan Buku	82
Tabel 4.17	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Memberikan Perhatian secara Sungguh-sungguh terhadap Keluhan Konsumen.....	83
Tabel 4.18	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Memberikan Perhatian secara Sungguh-sungguh terhadap Kebutuhan Konsumen.....	84
Tabel 4.19	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Memberikan Pelayanan yang Baik terhadap Setiap Konsumen tanpa Memandang Status Sosial	85
Tabel 4.20	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Prosedur Penerimaan Konsumen di Taman Bacaan “De Boek”	86
Tabel 4.21	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Prosedur Pelayanan yang diberikan Sebaik Mungkin	87
Tabel 4.22	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Kecepatan Pencarian Buku-buku yang Diminta	88
Tabel 4.23	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Kemampuan Karyawan dalam Mengatasi Keluhan Konsumen	89
Tabel 4.24	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Karyawan Memberikan Informasi yang jelas	90
Tabel 4.25	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Kecepatan Tanggapan Karyawan dalam Membantu Konsumen	91

Tabel 4.26	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Ketrampilan Karyawan dalam bekerja	92
Tabel 4.27	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Kesopanan dan Keramahan Keryawan dalam Memberikan Pelayanan	93
Tabel 4.28	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Jaminan Keamanan dan Kepercayaan dari Pelayanan yang Diberikan	94
Tabel 4.29	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Berapa Besar Keinginan Anda Membeli Kembali Produk di Taman Bacaan “De Boek”	95
Tabel 4.30	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Berapa Besar Keinginan Anda untuk Mnecoba Produk Sejenis dari Taman Bacaan “De Boek”	96
Tabel 4.31	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Besar Usaha Anda dalam Mempengaruhi Orang Lain untuk Ikut Mencoba Produk di Taman Bacaan “De Boek”	97
Tabel 4.32	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang seberapa Besar Usaha Anda dalam Memberikan Hak Positif Mengenai Taman Bacaan “De Boek” Kepada Orang Lain	99
Tabel 4.33	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Berapa Besar tingkat Kepuasan anda terhadap Pelayanan yang Diberikan Taman Bacaan “De Boek”	100

Tabel 4.34	Penilaian Konsumen Taman Bacaan “De Boek” tentang Berapa Besar Keluhan yang Anda Sampaikan pada Taman Bacaan “De Boek” Selama ini	101
Tabel 4.35	Nilai R dan Signifikansi	102
Tabel 4.36	Model Summary	103

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Berbagai Variabel dalam Bauran Pemasaran	14
Gambar 2.2 Rantai Lab Pelayanan	46
Gambar 2.3 Model Kepuasan dan Loyalitas Konsumen	47
Gambar 2.4 Kerangka pemikiran	50
Gambar 2.5 Paradigma Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	51
Gambar 4.1 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Gambar 4.2 Diagram Persentase Responden Berdasarkan Kelompok Umur	66
Gambar 4.3 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Formal Terakhir	68
Gambar 4.4 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Gambar 4.5 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-rata Perbulan	71