

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PENJAHIT ARIA JEANS BANDUNG TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN (STUDI KASUS DI ARIA JEANS BANDUNG)

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah kualitas jasa yang dilaksanakan *Aria Jeans* Bandung berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara serta menggunakan kuesioner sebagai media dalam mendapatkan informasi. Sebelum mengetahui berapa besar pengaruh kualitas jasa terhadap niat beli ulang konsumen, dilakukan dahulu uji validitas dan uji reliabilitas, dengan maksud untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan yang diajukan memenuhi kriteria valid dan reliabel atau tidak. Dari hasil uji validitas diketahui bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan memenuhi kriteria valid dan reliabel.

Pada penelitian ini, jumlah sampel diambil sebanyak 100 orang responden, yang diambil dari berbagai kalangan masyarakat dan selalu mengunjungi *Aria Jeans*, Bandung. Dalam hipotesis ini uji yang digunakan adalah uji regresi sederhana. Uji regresi sederhana ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kualitas jasa dengan niat beli konsumen yang dilaksanakan di *Aria Jeans*, Bandung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara kualitas jasa dengan niat beli ulang konsumen dengan nilai *adjusted R square* adalah sebesar 0,358 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang artinya bahwa niat beli ulang konsumen dipengaruhi oleh kualitas jasa sebesar 0,358 atau 35,8% sedangkan sisanya sebanyak 0,642 atau 64,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lainnya. Hasil dari penelitian yang mendukung hipotesis yang diajukan adalah hasil hipotesis 2 (ketanggapan) menunjukkan bahwa H_1 diterima dengan alpha 0.000, yang berarti bahwa kualitas jasa berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen, dan Hipotesis 2 (bukti fisik) menunjukkan bahwa H_1 juga diterima dengan alpha 0.002, yang menyatakan bahwa kualitas jasa berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen. Sedangkan hasil penelitian yang tidak mendukung hipotesis yang diajukan yaitu hipotesis 1 (keandalan) yang menunjukkan bahwa H_1 ditolak dengan alpha 0.056 yang berarti bahwa kualitas jasa tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen, Hipotesis 3 (jaminan jasa) yang menunjukkan bahwa H_1 ditolak yang berarti bahwa kualitas jasa tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen, dan hipotesis 4 (empati) yang juga menunjukkan bahwa H_1 ditolak yang berarti bahwa kualitas jasa tidak berpengaruh terhadap niat beli ulang konsumen.

Dengan melihat adanya pengaruh kualitas jasa terhadap niat beli ulang konsumen, maka penulis menyarankan agar *Aria Jeans* Bandung dapat lebih meningkatkan mutu pelayanannya agar dapat lebih memuaskan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas jasa, Niat beli ulang konsumen

THE ANALYSIS OF TAYLOR'S SERVICE QUALITY OF ARIA JEANS BANDUNG TOWARDS THE INTENTION OF CONSUMER'S REBUYING

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze whether service quality performed by Aria Jeans Bandung is affecting the intention of consumer's rebuying.

The implemented method in this research is observation method, polling as well as questionnaire as a media to obtain the information. Before acknowledging how much the effect of service quality towards the intention of consumer's rebuying, the validity test and reliability test were performed first, with the objective to identify whether the forwarding questions area fulfilling criterion of valid and reliable or not. From the result of validity test it is known that the questions is fulfilling the criteria of valid and reliable.

At this research, sample quantity is taken as much as 100 respondents, which were taken from several of society's level and also always visiting the Aria Jeans Bandung. In this Hypothesis, the employed test is sample regression test. This simple regression test is employed to recognize whether the effect between service quality with intention of consumer's rebuying at Aria Jeans Bandung is present or not.

The result of research has shown that the effect between service quality with intention of consumer's rebuying at Aria Jeans Bandung is present with the value of adjusted R square is as much as 0.358 with respective significance as much as 0.000, which means that the intention of consumer's rebuying is affected by service quality as much as 0.358 or 35,8%, meanwhile the rest of 0.642 or 64,2% are affected by others factors. Result of research that support the forwarded hypothesis is the result of hypothesis 2 (responsiveness) that prove H_1 is accepted with alpha of 0.000, which means that the quality of service is affecting the intention of consumer's rebuying, and hypothesis 5 (tangibles) has shown that H_1 is accepted with alpha of 0.002, which revealed that the quality of service is affected the the consumer's rebuying intention. Meanwhile the result of research that didn't support the forwarded hypothesis is hypothesis 1 (reliability) of rejected H_1 with alpha of 0.056, which shown that service quality is not affecting the consumer's rebuying intention, Hypothesis 3 (assurance) of rejected H_1 , which means that the service quality is not affecting the consumer's rebuying intention, and Hypothesis 4 (empathy) of rejected H_1 , which means that the quality of service is not effecting the consumer's rebuying intention.

By means of analyzing the effect of service quality toward consumer's rebuying intention, than the writer is proposing a suggestion for Aria Jeans Bandung to raise its service quality for fulfilled the satisfaction of consumer's.

Key words: Service quality, The intention of consumer's rebuying.

DAFTAR ISI

ABSTRAK

INTISARI

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang	1
1.2	Identifikasi Masalah	4
1.3	Tujuan Penelitian	5
1.4	Manfaat Penelitian	5
1.5	Lingkup Penelitian	6
1.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	
1.6.1	Lokasi Penelitian	6
1.6.2	Waktu Penelitian	6
1.7	Sistematika Penulisan	

6

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Rerangka Pemikiran dan Hipotesis	9
2.2	Jasa	17

2.2.1	Pengertian Jasa	17
2.2.2	Jenis dan Kategori Jasa	19
2.2.3	Karakteristik Jasa dan Implikasi Terhadap Pemasaran Jasa	
2.3	Kualitas Pelayanan	
2.4	Kepuasan	
2.5	Perilaku Konsumen	
2.5.1	Tahap-Tahap Proses Pembelian	
2.5.2	Niat Pembelian Ulang	

BAB 3 OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Gambaran singkat perusahaan	
3.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	
3.3	Metode Penelitian	
3.3.1	Desain Penelitian	
3.4	Metode Pengumpulan Data	
3.5	Sampel dan Populasi	
3.6	Instrumen Penelitian Dan Skala Pengukuran	
3.7	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data	
3.7.1	Uji Validitas	
3.7.2	Uji Reliabilitas	
3.8	Metode Analisis Data dan Hipotesis Penelitian	

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- 4.1 Karakteristik Responden
 - 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
 - 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
 - 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan
 - 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
 - 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Rata-Rata Tiap Bulan
- 4.2 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas
 - 4.2.1 Hasil Pengujian Validitas
 - 4.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas
- 4.3 Hasil Uji Asumsi Regresi Sederhana
- 4.4 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

BAB 5 PENUTUP

- 5.1 Kesimpulan 115
- 5.2 Saran 119

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Perbedaan Karakteristik Antara Barang dan Jasa, dan Implikasinya Terhadap Pemasaran Jasa.....	23
Tabel 2	Variabel Operasional Variabel X (Kualitas Jasa).....	46
Tabel 3	Variabel Operasional Variabel Y (Niat Beli Ulang).....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	<i>Customer Assesment of Service Quality</i>	12
Gambar 2	<i>Customer Perception of Quality and Customer Satisfaction</i>	29
Gambar 3	Struktur Organisasi Aria <i>Jeans</i> Bandung.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian
- Lampiran 3 Uji Validitas
- Lampiran 4 Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 Uji Regresi Sederhana