

ABSTRACT

Customer delight is one of the keys to success. Dimensions of customer delight includes justice, esteem, finishing touch. This study aims to examine and analyze the influence of consumer pleasure (customer delight) on customer loyalty as well as to determine which variables are the most dominant influence on customer loyalty in supermrkets Yogya Department Store Jl. Surya Sumantri No. 57 Bandung. Techniques using non-probability sampling. Data collection instrument using a questionnaire with Likert scale. The analysis is simple regression. The sample used in this study is that every visitor Yogya Department Store Jl. Surya Sumantri 57 150 people.

These results indicate that the independent variables used is justice (X1), esteem (X2), and the finishing touch (X3) and a significant positive effect on customer loyalty.

Keywords: Justice, Esteem, Finishing Touch, and Customer Loyalty

ABSTRAK

Customer delight merupakan salah satu kunci keberhasilan. Dimensi dari *customer delight* meliputi *justice*, *esteem*, *finishing touch*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis adanya pengaruh kesenangan konsumen (*customer delight*) terhadap loyalitas pelanggan serta untuk mengetahui variabel mana yang mempengaruhi paling dominan terhadap loyalitas pelanggan pada supermarket Toserba Yogya Jl. Surya Sumantri No. 57 Bandung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability*. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Analisis yang digunakan adalah regresi sederhana. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah setiap pengunjung Toserba Yogya Jl. Surya Sumantri No.57 sebanyak 150 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independent yang digunakan yaitu *justice* (X_1), *esteem* (X_2), dan *finishing touch* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata-kata kunci: *Justice*, *Esteem*, *Finishing Touch*, dan Loyalitas Pelanggan

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3

BAB II KAJIAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU, PENGEMBANGAN HIPOTESIS, KERANGKA TEORITIS, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka.....	5
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	5

2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	5
2.1.3. Pengertian Bauran Pemasaran.....	6
2.1.4. Kepuasan Pelanggan.....	9
2.1.5. Pengertian Customer Delight.....	11
2.1.6. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	17
2.2. Penelitian Terdahulu.....	21
2.3. Model Penelitian.....	22
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	22
2.5. Kerangka Teoritis.....	24
2.6. Rerangka Pemikiran.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian.....	26
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
3.2.1. Lokasi Penelitian.....	27
3.2.2. Waktu Penelitian.....	27
3.2.3. Jenis Penelitian.....	27
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	28
3.3.1. Data Primer.....	29
3.3.2. Data Sekunder.....	30
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	30
3.4.1. Operasional Variabel.....	31
3.4.2. Skala Pengukuran Variabel.....	32
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Data.....	33

3.5.1. Populasi.....	33
3.5.2. Sampel.....	33
3.5.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.6. Teknik Pengambilan Data.....	35
3.7. Metode Analisis Data.....	35
3.7.1. Pengukuran Validitas.....	35
3.7.2. Teknik dalam Validitas.....	36
3.8. Uji Reliabilitas.....	39
3.9. Rancangan Pengujian Hipotesis.....	41
3.9.1. Uji F.....	41
3.9.2. Uji Asumsi Klasik.....	41
3.9.3. Uji Heteroskedastisitas.....	42

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
4.1.1. Hasil Uji Validitas.....	44
4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	45
4.2. Uji Asumsi Klasik.....	47
4.2.1. Hasil Uji Normalitas.....	47
4.2.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48
4.2.3. Hasil Uji Regresi.....	49
4.2.4. Hasil Uji Besar Pengaruh.....	51
4.2.5. Hasil Uji Persamaan Regresi.....	52
4.4 Pembahasan.....	53

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. SIMPULAN.....	54
5.2. SARAN.....	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.5 Respon Pelanggan dan Kognisi Emosi.....	13
Tabel 2.1.5.1 Perbedaan Customer Satisfaction dan Customer Delight.....	17
Tabel 3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.4.2 Skala Likert.....	33
Tabel 3.7.2 Skala Interval Tingkat Hubungan.....	38
Tabel 4.1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Customer Delight.....	44
Tabel 4.1.1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	45
Tabel 4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.2.1 Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.2.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48
Tabel 4.2.3 Hasil Uji Regresi.....	50
Tabel 4.2.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	51
Tabel 4.2.5 Hasil Uji Persamaan Regresi.....	52