

ABSTRAK

Dalam situasi perekonomian yang tidak menentu ini, mendorong berbagai pengusaha untuk membuka bisnis di bidang makanan. Sekarang ini, banyak cafe-cafe bermunculan dengan keunggulan bersaing tersendiri. Manajemen harus memperhatikan kualitas jasanya jika ingin unggul dalam persaingan, dengan berorientasi pada konsumen. Seperti halnya yang dilakukan oleh *Cafe Newspaper*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *Cafe Newspaper* terhadap loyalitas konsumen.

Cafe Newspaper harus mengetahui apa yang menjadi harapan para konsumennya dan juga apa kinerja yang dirasakan oleh konsumennya agar konsumen selalu merasa puas. *Cafe Newspaper* juga dapat mengetahui apa saja kualitas pelayanan yang harus diperbaiki, sehingga konsumen semakin puas dan kembali melakukan pembelian ulang di *Cafe Newspaper*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan asosiatif. Tipe penelitian yang dilakukan adalah kausalitas, dimana menyatakan adanya pengaruh antara independent variable (X), yaitu kualitas pelayanan terhadap dependent variable (Y), yaitu loyalitas konsumen. Inti penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kualitas jasa melalui lima dimensi, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Pengambilan sampel dilakukan kepada 100 orang pengunjung *Cafe Newspaper*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, wawancara dan observasi. Uji statistiknya menggunakan korelasi spearman untuk mengetahui hubungan antara service quality dengan minat beli ulang di *Cafe Newspaper*.

Dengan menggunakan perhitungan koefisien korelasi Rank Spearman dihasilkan $r_s = +0,232$. sedangkan dari perhitungan koefisien determinasi sebesar 5,38, dapat diketahui bahwa derajat kinerja kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan lemah.

Dari hasil yang diperoleh, didapat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen walaupun sangat kecil.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan dan loyalitas

ABSTRACT

These uncertain economy situations encourage many businessmen to run business in food world. Recently, many cafes emerge with apart competitive superiorities. Their managements must pay attention to their service qualities if they want to win in this competition, orientated to consumers, as well as doing by *Cafe Newspaper*. This research has aim at identifying the impact of *Cafe Newspaper's* service quality on customer's loyalty.

Cafe Newspaper is ought to know what their customers expect and what performance they perceive in order to satisfy them. *Cafe Newspaper* may also recognize what service quality that should be improved, so their customers become highly satisfied and repurchase in the *Cafe Newspaper* in the next moment.

The method of research is descriptive and associative. The type is causality, where it constitutes the influence of independent variable (X), namely service quality on dependent variable, namely customer's loyalty. The core of research is to evaluate service quality by five dimensions; tangible, reliability, responsiveness, assurance and emphaty. The sampling has been drawn from 100 visitors of *Cafe Newspaper*. Data is collected using questionnaire, interview and observation. The statistical test includes Spearman correlation to have knowledge of the relation between service qualities and repurchase interests in the *Cafe Newspaper*.

Using Rank Spearman correlation-coefficient calculation, it is determined that $r_s = +0.232$, while from determination coefficient, 5.38, meaning that performance degree of service quality on customer's loyalty is low.

From the result, we determine that the service quality has an influence on the customer's loyalty although it's insignificant.

Keywords : Service quality and loyalty

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN,	
DAN HIPOTESIS	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Bauran Pemasaran	9
2.1.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran	9
2.1.2.2 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran ...	10
2.1.3 Definisi Jasa	12
2.1.3.1 Kategori Bauran Jasa	13
2.1.3.2 Karakteristik Jasa	14

2.1.3.3	Pemasaran Jasa	16
2.1.3.4	Strategi Pemasaran Jasa	18
2.1.4	Pengertian Kualitas	20
2.1.4.1	Kualitas Pelayanan	21
2.1.4.2	Dimensi Kualitas Jasa	22
2.1.4.3	Elemen-Elemen Kualitas Jasa	23
2.1.5	Kepuasan Pelanggan	25
2.1.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan ...	25
2.1.5.2	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	26
2.1.6	Loyalitas Pelanggan	28
2.1.6.1	Tingkat Loyalitas Konsumen	29
2.1.7	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	31
2.2	Kerangka Pemikiran	32
2.3	Hipotesis	35
BAB III	METODE PENELITIAN	36
3.1	Objek Penelitian	36
3.2	Desain Penelitian	36
3.3	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	37
3.4	Operasional Variabel	40
3.5	Metode Penarikan Sampel	44
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	45

3.7	Metode Analisis	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1	Hasil Penelitian	48
4.1.1	Sejarah Cafe Newspaper	48
4.1.2	Struktur Organisasi	49
4.1.3	Uraian Tugas	50
4.1.4	Produk Perusahaan	58
4.1.5	Analisa Kualitatif	72
4.1.5.1	Analisa Profil Responden	72
4.2	Pembahasan	75
4.2.1	Analisis Penilaian Responden Mengenai Kualitas Jasa di Cafe Newspaper	75
4.2.1.1	Dimensi Tangibility	76
4.2.1.2	Dimensi Reliability	81
4.2.1.3	Dimensi Responsiveness	85
4.2.1.4	Dimensi Assurance	89
4.2.1.5	Dimensi Emphaty	91
4.2.2	Analisis Penilaian Responden Mengenai Loyalitas Konsumen di Cafe Newspaper ..	92
4.2.3	Analisa Kuantitatif	96
4.2.3.1	Pengujian Validitas X	98
4.2.3.2	Pengujian Reliabilitas X	99
4.2.3.3	Pengujian Validitas Y	100

	4.2.3.4 Pengujian Reliabilitas Y	100
	4.2.3.5 Koefisien Determinasi	101
	4.2.3.6 Uji Hipotesis	104
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1	Kesimpulan	107
5.2	Saran	108
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Service Marketing Triangle	20
Gambar 2.2	Kepuasan Pelanggan	26
Gambar 2.3	Tingkat Loyalitas Konsumen	31
Gambar 2.4	Bagan Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Berdasarkan Jumlah Pengunjung	4
Tabel 3.1	Operasional Variabel	41
Tabel 3.2	Tabel Ukuran Pelayanan	46
Tabel 3.3	Tabel Loyalitas Konsumen	46
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	72
Tabel 4.2	Usia Konsumen	72
Tabel 4.3	Pekerjaan Konsumen	73
Tabel 4.4	Pengeluaran Rata-Rata Setiap Bulan	74
Tabel 4.5	Frekuensi Kedatangan ke Cafe Newspaper	75
Tabel 4.6	Kelengkapan Menu Makanan dan Minuman	76
Tabel 4.7	Kebersihan Peralatan Makanan dan Minuman	77
Tabel 4.8	Kelengkapan Peralatan Makanan dan Minuman	78
Tabel 4.9	Ruangan yang Terjaga Kebersihannya	79
Tabel 4.10	Penataan Interior Ruangan yang Menarik	80
Tabel 4.11	Tempat Duduk yang Memadai	81
Tabel 4.12	Fasilitas Pendukung yang Menunjang	82
Tabel 4.13	Kecepatan Makanan Terhidang	83
Tabel 4.14	Ketepatan Makanan yang Dipesan	84
Tabel 4.15	Keramahan Pelayan dalam Melayani.....	85
Tabel 4.16	Tingkat Kecepatan Pelayan dalam Melayani Konsumen ..	86
Tabel 4.17	Kerapihan dan Kesopanan Pelayan	87

Tabel 4.18	Kecepatan Daya Tanggap Pelayan Saat Mengatasi Keluhan	88
Tabel 4.19	Pengetahuan Pelayan Tentang Menu yang Ditawarkan	89
Tabel 4.20	Perasaan Aman yang Didapat Ketika Berada di Cafe Newspaper	90
Tabel 4.21	Memberikan Bantuan Saat Konsumen Memerlukannya ...	91
Tabel 4.22	Merekomendasikan	92
Tabel 4.23	Pembelian Ulang di Cafe Newspaper	93
Tabel 4.24	Pembelian Ulang Jika ada Menu Baru di Cafe Newspaper	94
Tabel 4.25	Menolak Produk Lain	95
Tabel 4.26	Membeli Diluar Lini Produk	96
Tabel 4.27	Tabel Korelasi Spearman	97
Tabel 4.28	Tabel Uji Validitas X	99
Tabel 4.29	Tabel Reliability Statistics	99
Tabel 4.30	Tabel Uji Validitas Y	100
Tabel 4.31	Tabel Reliability Statistics	100
Tabel 4.32	Tabel ANOVA	104
Tabel 4.33	Tabel Coefficient	105

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner untuk Konsumen Cafe Newspaper
Lampiran 2	Validitas dan Reliability X
Lampiran 3	Validitas dan Reliability Y
Lampiran 4	Foto Objek Penelitian
Lampiran 5	CV
Lampiran 6	Surat Pernyataan