

ABSTRAK

Siti Farah Najmiyyah, 2008, Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan The Spot Internetcafe Di Kota Cimahi, di bawah bimbingan Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja,MM.

Dari penelitian diketahui besarnya korelasi pearson antara kualitas jasa dengan loyalitas pelanggan adalah 0.489. kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 23.91% yang artinya 23.91% dari loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas jasa, sisanya sebesar 76.09% mempunyai arti bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Kualitas Jasa The Spot Internetcafe ditinjau dari lima aspek, yaitu : Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy. Sedangkan untuk mengetahui besarnya loyalitas pelanggan dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu : Raferall, Retention, Repeatition. 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 The Spot Internetcafe di kota Cimahi, yang menggunakan jasa yang ditawarkan The Spot Internetcafe Cimahi. Dilihat dari waktu pengumpulan datanya (*time horizon*) penelitian ini bersifat cross section.

Kata Kunci : Kualitas Jasa, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Siti Farah Najmiyyah, 2008, The Effect of Quality Services to The Customer Loyalty in Cimahi City, under supervision of Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja,MM.

Based on the observation, identified that Pearson Correlation number between the service quality and the customer loyalty is 0.489, Then obtained that determination coefficient number is 23.91% which mean that 23.91% of customer loyalty are effected by service quality, and the 76.09% remaining means that the customer loyalty is effected by other variables. Quality of Service of The Spot Internetcafe is noticed by 5 (five) aspects, such as: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy. Meanwhile to define how big the customer loyalty, it can be distinguished by 3 (three) aspects, comprise of : Raferall, Retention, Repeatition. 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 The Spot Internetcafe in Cimahi, who has using service which on the market The Spot Internetcafe Cimahi . Based on the time collecting data (time horizon) this observation is typically cross-section.

Key words : Service Quality and customer loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Pengertian Kualitas	14
2.2 Services (Jasa).....	20
2.3 Kualitas Jasa.....	47
2.3.1 Dimensi Kualitas Jasa.....	48
2.4 Loyalitas Pelanggan.....	65

2.5 Hubungan Kualitas Jasa dengan Loyalitas Pelanggan	79
2.6 Kerangka Pemikiran	80
2.7 Hipotesis.....	82

BAB 3 OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	84
3.2 Metode Penelitian	84
3.2.1 Desain Penelitian	84
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	85
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	92
3.2.4 Teknik Penentuan Sampel.....	92
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	94
3.4 Metode Analisis.....	95
3.5 Pengujian Hipotesis.....	99

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	101
4.1.1 Sejarah Penelitian.....	101
4.1.2 Struktur Organisasi.....	102
4.1.3 Profil Pelanggan.....	105
4.2 Pembahasan.....	115
4.2.1 Tanggapan Pelanggan tentang Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan The Spot Internetcafe.....	115
4.2.2 Variabel X (Kualitas Jasa).....	115

4.2.3 Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	140
4.2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	151
4.3 Analisis Data.....	155
4.3.1 Hubungan antara Kualitas Jasa dengan Loyalitas Pelanggan.....	155
4.3.2 Perhitungan Koefisien Korelasi Pearson.....	155
4.3.3 Perhitungan Koefisien Determinasi.....	156
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	156
5.1 Kesimpulan	159
5.2 Saran	163

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Struktur PDB Menurut Lapangan Usaha Tahun 2005-2007	2
Tabel 1.2	Jumlah Pelanggan The Spot Internetcafe Bulan Agustus 2007-Februari 2008.....	6
Tabel 1.3	Tabel Rincian Harga yang Diatawarkan oleh The Spot Internetcafe.....	8
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabels	87
Tabel 3.2	Jumlah Pelanggan The Spot Internetcafe Bulan Agustus 2007-Februari 2008.....	93
Tabel 3.3	Tingkat Keeratan Hubungan Korelasi.....	98
Tabel 4.1	Jenis Kelamin.....	106
Tabel 4.2	Usia Pelanggan.....	107
Tabel 4.3	Profesi.....	108
Tabel 4.4	Tingkat Pendapatan	110
Tabel 4.5	Frekuensi Menggunakan Jasa Warung Internet Dalam Satu Bulan	111
Tabel 4.6	Rata-rata Biaya untuk Penggunaan Jasa Internet Setiap Bulan	112
Tabel 4.7	Sumber Informasi Tentang The Spot Interentcafe	114
Tabel 4.8	The Spot Internetcafe Memiliki Peralatan Modern	115
Tabel 4.9	Fasilitas Fisik di The Spot Internetcafe Menarik Secara Visual.....	117
Tabel 4.10	Karyawan The Spot Internetcafe Berpenampilan Rapi	118
Tabel 4.11	Materi-materi Berkaitan dengan Layanan (Jasa-jasa yang	

	Ditawarkan) The Spot Internetcafe Menarik Perhatian Pelanggan	119
Tabel 4.12	Bila The Spot Internetcafe Berjanji untuk Melakukan Sesuatu pada Waktu Tertentu, The Spot Internetcafe akan Menepatinya.....	121
Tabel 4.13	Bila Pelanggan Memiliki Masalah, The Spot Internetcafe Sungguh-sungguh Berusaha Membantu Memecahkannya	122
Tabel 4.14	The Spot Internetcafe Memberikan Layanannya Secara Tepat Sejak Awal.....	123
Tabel 4.15	The Spot Internetcafe Menyediakan Layanannya Sesuai Dengan Waktu yang Dijanjikan.....	124
Tabel 4.16	The Spot Internetcafe mampu memberikan jasa terbaik sesuai dengan keinginan pelanggan	125
Tabel 4.17	Karyawan The Spot Internetcafe Memberitahu Pelanggan Kapan Layanan Akan Diberikan.....	126
Tabel 4.18	Karyawan The Spot Internetcafe Melayani Pelanggan dengan Cepat.....	127
Tabel 4.19	Karyawan The Spot Internetcafe selalu tanggap dalam membantu memecahkan masalah pelanggan.....	128
Tabel 4.20	Karyawan The Spot Internetcafe selalu tanggap dalam merespon permintaan pelanggan.....	129
Tabel 4.21	Karyawan The Spot Internetcafe mampu menumbuhkan kepercayaan kepada pelanggan.....	131
Tabel 4.22	The Spot Internetcafe mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi dengan pelanggannya.....	132
Tabel 4.23	Karyawan The Spot Internetcafe mampu bersikap sopan kepada para pelanggannya.....	133
Tabel 4.24	Karyawan The Spot Internetcafe Memiliki Pengetahuan Memadai untuk Menjawab Pertanyaan-pertanyaan Pelanggan	134

Tabel 4.25	The Spot Internetcafe selalu memberikan perhatian secara individual kepada pelanggannya.....	135
Tabel 4.26	The Spot Internetcafe selalu memberikan kenyamanan jam operasi kepada semua pelanggan.....	136
Tabel 4.27	Karyawan The Spot Internetcafe selalu memberikan perhatian personal kepada pelanggan.....	137
Tabel 4.28	The Spot Internetcafe selalu memprioritaskan kepentingan pelanggan.....	138
Tabel 4.29	The Spot Internetcafe mampu memahami kebutuhan spesifik Pelanggan.....	139
Tabel 4.30	Akan menggunakan jasa The Spot Internetcafe jika ada jasa baru yang ditawarkan.....	140
Tabel 4.31	Selalu teratur menggunakan jasa The Spot Internetcafe	141
Tabel 4.32	Akan tetap menggunakan jasa The Spot Internetcafe walaupun harga yang ditawarkan lebih mahal dari sebelumnya.....	143
Tabel 4.33	Akan mengatakan kepada orang lain jasa internet yang ditawarkan The Spot Internetcafe.....	144
Tabel 4.34	Akan merasa senang jika orang lain juga menggunakan jasa warung internet yang ditawarkan The Spot Internetcafe	145
Tabel 4.35	Akan meyakinkan orang lain untuk menggunakan jasa internet yang ditawarkan The Spot Internetcafe.....	146
Tabel 4.36	Menolak jika ada yang mengatakan bahwa ada jasa internet lain lebih baik.....	147
Tabel 4.37	Tetap menganggap jasa internet di The Spot Internetcafe yang terbaik walaupun banyak yang lebih baik	148
Tabel 4.38	Tidak akan pernah mencoba jasa internet di warung internet lain.....	150
Tabel 4.39	Uji Validitas Variabel X (Kualitas Jasa).....	152

Tabel 4.40 Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)..... 154

Tabel 4.41 Korelasi antara Kualitas Jasa dengan Loyalitas Pelanggan
The Spot Interentcafe,Cimahi..... 155

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Manfaat Kualitas 20
Gambar 2.2	Jasa Sebagai Sebuah Sistem..... 23
Gambar 2.3	Sembilan Faktor Pemicu Kesuksesan Berkesinambungan Bisnis Jasa 34
Gambar 2.4	Triple Win Customer service..... 47
Gambar 2.5	Model Kualitas Jasa 58
Gambar 2.6	Profit Generator System..... 72
Gambar 2.7	Tingkatan Loyalitas..... 73
Gambar 2.8	The Four Type of Loyalty..... 75
Gambar 2.9	Paradigma Pemikiran Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan..... 82
Gambar 4.1	Struktur Organisasi The Spot Internetcafe..... 103
Gambar 4.2	Daerah Penolakan H_0 untuk Uji Hipotesis..... 157

