

ABSTRAK

Rina Sutanti, 2006, Pengaruh Kualitas Jasa Salon Anata Terhadap Loyalitas Pelanggan, di bawah bimbingan Dr. Ir. Surachman Surjaatmadja, MM.

Penilaian kualitas jasa Salon Anata ditinjau dari lima dimensi, yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dari penelitian diketahui besarnya nilai koefisien korelasi Pearson antara kualitas jasa dengan loyalitas pelanggan adalah 0,302. Kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 9,12% yang berarti sebesar 9,12% dari loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas jasa, dan sisanya sebesar 90,88% berarti loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif, tipe penelitian ini adalah tipe penelitian korelasional dan kausalitas. Unit analisis penelitian ini adalah individual, yaitu para pelanggan Salon Anata. Salon Anata adalah salon yang bergerak dalam bisnis jasa kecantikan di Bandung yang fokus utamanya adalah kecantikan tata rambut. Perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur maupun perusahaan yang bergerak di bidang jasa, seperti halnya salon dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Melalui kualitas jasa yang sesuai dengan harapan para pelanggan, maka diharapkan akan terbentuk loyalitas pelanggan yang merupakan asset yang sangat berharga bagi perusahaan.

ABSTRACT

Rina Sutanti, 2006, The Influence of Service Quality on Salon Anata's Customers Loyalty, under the supervision of Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja, MM.

Service quality appraiser of Salon Anata is evaluated from five dimensions are tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. It is known from the research that the amounts of Pearson's correlation between service quality with customers loyalty are 0,302. The determination of coefficient momentum is 9,12%, which means that up to 9,12% from customers loyalty are influenced by service quality, and the remaining 90,88% customers loyalty are influenced by other variables. The research methods used in the writing of this thesis are descriptive and verificative method, whereas, the types of this research are correlation and causality. The analysis unit for this research is individual unit, which are Salon Anata's customers loyalty. Salon Anata is one of the companies that specialist of beauty service business in Bandung which is the focus is hair dresser. To make survival of business any company – manufacturing and services – for example, salon is required to continues provide superior service fit expectation of customers. Given service quality fit expectations of customers, it is expected to form customer loyalty constituting valuable assets for a company.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTARTABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Kualitas.....	11
2.1.1.1 Perspektif Kualitas.....	12
2.1.2 Jasa.....	14
2.1.2.1 Karakteristik Jasa.....	16
2.1.2.2 Klasifikasi Jasa.....	18
2.1.3 Kualitas Jasa.....	22
2.1.3.1 Dimensi Kualitas Jasa.....	23
2.1.3.2 Prinsip-prinsip Kualitas Jasa.....	28
2.1.3.3 Biaya Kualitas Jasa.....	30
2.1.3.4 Manfaat Kualitas Jasa.....	31
2.1.3.5 Model Kualitas Jasa.....	32
2.1.3.6 Faktor-faktor Penyebab Kualitas Jasa yang Buruk.....	36
2.1.3.7 Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa.....	37
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	40
2.1.4.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	41
2.1.4.2 Tingkatan Loyalitas Pelanggan	42
2.1.4.3 Penggolongan Loyalitas Pelanggan	48
2.1.4.4 Menjaga Loyalitas Pelanggan	49
2.1.5 Hubungan Kualitas Jasa dengan Loyalitas Pelanggan.....	51
2.2 Kerangka Pemikiran.....	52
2.3 Hipotesis.....	54
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian.....	55
3.2 Metode Penelitian.....	55

3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	56
3.2.2 Metode Penentuan Sampel.....	59
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	60
2.3.4 Analisis Data.....	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	66
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	66
4.1.2 Jenis-jenis Jasa yang Ditawarkan.....	67
4.1.3 Struktur Organisasi.....	67
4.1.4 Pelaksanaan Kualitas Jasa pada Salon Anata.....	70
4.1.5 Profil Pelanggan.....	71
4.2 Pembahasan.....	74
4.2.1 Kinerja yang Diterima Responden dan Harapan Responden terhadap Kualitas Jasa Salon Anata.....	74
4.2.1.1 Bukti Fisik (<i>Tangible</i>).....	74
4.2.1.2 Keandalan (<i>Reliability</i>).....	79
4.2.1.3 Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>).....	85
4.2.1.4 Jaminan (<i>Assurance</i>).....	89
4.2.1.5 Empati (<i>Empathy</i>).....	93
4.2.2 Kualitas Jasa Salon Anata.....	99
4.2.2.1 Dimensi <i>Tangible</i> dari Kualitas Jasa.....	99
4.2.2.2 Dimensi <i>Reliability</i> dari Kualitas Jasa	103
4.2.2.3 Dimensi <i>Responsiveness</i> dari Kualitas Jasa	108
4.2.2.4 Dimensi <i>Assurance</i> dari Kualitas Jasa	112
4.2.2.5 Dimensi <i>Empathy</i> dari Kualitas Jasa	116
4.2.3 Loyalitas Pelanggan.....	121
4.2.3.1 Pembelian Berulang Secara Teratur.....	121
4.2.3.2 Pembelian Antarlini Produk atau Jasa	123
4.2.3.3 Mereferensikan kepada Orang Lain.....	124
4.2.3.4 Kekebalan Pelanggan terhadap Daya Tarik Penawaran dari Pesaing.....	125
4.2.4 Pengaruh Kualitas Jasa Salon Anata terhadap Loyalitas Pelanggan	126

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	132
5.2 Saran.....	133

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Struktur PDB Menurut Lapangan Usaha Tahun 2003-2005 (Persentase).....	1
Tabel 1.2	Jumlah Pelanggan di Salon Anata pada Bulan Oktober 2005 – Maret 2006.....	3
Tabel 1.3	Harga untuk Potong Rambut dan Blow, Creambath, Facial, dan Body Spa di Salon Anata.....	5
Tabel 1.4	Harga untuk Keriting Rambut di Salon Anata.....	5
Tabel 1.5	Harga untuk Manicure-Pedicure di Salon Anata.....	6
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	57
Tabel 3.2	Jumlah Pelanggan di Salon Anata pada Bulan Oktober 2005 – Maret 2006.....	59
Tabel 3.3	Tingkat Keeratan Hubungan Korelasi.....	64
Tabel 4.1	Profil Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.2	Profil Pelanggan Berdasarkan Usia.....	72
Tabel 4.3	Profil Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan.....	73
Tabel 4.4	Profil Pelanggan Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	74
Tabel 4.5	Salon Anata Memiliki Peralatan Modern.....	75
Tabel 4.6	Fasilitas Fisik di Salon Anata Menarik Secara Visual.....	76
Tabel 4.7	Karyawan Salon Anata Berpenampilan Rapi.....	77
Tabel 4.8	Materi-materi Berkaitan dengan Layanan (Jasa-jasa yang Ditawarkan) Salon Anata Menarik Secara Visual.....	78
Tabel 4.9	Bila Salon Anata Berjanji untuk Melakukan Sesuatu pada Waktu Tertentu, Salon Anata akan Menepatinya.....	79
Tabel 4.10	Bila Pelanggan Memiliki Masalah, Salon Anata Sungguh-sungguh Berusaha Membantu Memecahkannya.....	80
Tabel 4.11	Salon Anata Memberikan Layanannya Secara Tepat Sejak Awal.....	81
Tabel 4.12	Salon Anata Menyediakan Layanannya Sesuai Dengan Waktu yang Dijanjikan.....	82
Tabel 4.13	Salon Anata Selalu Berusaha Memberikan Pelayanan yang Terbaik Sesuai Keinginan Pelanggan.....	84
Tabel 4.14	Karyawan Salon Anata Memberitahu Pelanggan Kapan Pasti Layanan akan Diberikan.....	85
Tabel 4.15	Karyawan Salon Anata Melayani Pelanggan Dengan Cepat...	86
Tabel 4.16	Karyawan Salon Anata Selalu Berusaha Membantu Pelanggan.....	87
Tabel 4.17	Karyawan Salon Anata Selalu Merespon Permintaan Pelanggan.....	88
Tabel 4.18	Perilaku Para Karyawan Salon Anata Mampu Membuat Pelanggan Mempercayai Mereka.....	89
Tabel 4.19	Pelanggan Merasa Mudah Dalam Bertransaksi Dengan Salon Anata.....	90

Tabel 4.20	Karyawan Salon Anata Secara Konsisten Bersikap Sopan Terhadap Pelanggan.....	91
Tabel 4.21	Karyawan Salon Anata Memiliki Pengetahuan Memadai untuk Menjawab Pertanyaan-pertanyaan Pelanggan.....	92
Tabel 4.22	Salon Anata Memberikan Perhatian Individual Kepada Pelanggan.....	94
Tabel 4.23	Salon Anata Memiliki Jam Pelayanan yang Nyaman Bagi Semua Pelanggan.....	95
Tabel 4.24	Salon Anata Memiliki Karyawan yang Memberikan Perhatian Personal kepada Pelanggan.....	96 97
Tabel 4.25	Salon Anata Selalu Mengutamakan Kepentingan Pelanggan...	
Tabel 4.26	Karyawan Salon Anata Memahami Kebutuhan Spesifik Pelanggan.....	98 99
Tabel 4.27	Kualitas Jasa Salon Anata untuk Dimensi <i>Tangibles</i>	103
Tabel 4.28	Kualitas Jasa Salon Anata untuk Dimensi <i>Reliability</i>	108
Tabel 4.29	Kualitas Jasa Salon Anata untuk Dimensi <i>Responsiveness</i>	112
Tabel 4.30	Kualitas Jasa Salon Anata untuk Dimensi <i>Assurance</i>	116
Tabel 4.31	Kualitas Jasa Salon Anata untuk Dimensi <i>Empathy</i>	122
Tabel 4.32	Jumlah Kunjungan Per Bulan.....	123
Tabel 4.33	Penggunaan Jasa Lain di Salon Anata.....	124
Tabel 4.34	Mereferensikan Salon Anata kepada Orang Lain.....	
Tabel 4.35	Kekebalan Pelanggan terhadap Daya Tarik Penawaran dari Pesaing.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Kualitas Jasa.....	34
Gambar 2.2	<i>Profit Generator System</i>	47
Gambar 2.3	<i>The Four Type of Loyalty</i>	48
Gambar 2.4	Paradigma pemikiran.....	54
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	69