

INTI SARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap word of mouth. Penelitian ini juga menguji peran kepuasan pelanggan sebagai variabel yang memediasi hubungan antara kualitas layanan dan word of mouth. Penelitian ini dilakukan di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 responden. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan dapat berpengaruh langsung dan juga tidak langsung terhadap word of mouth. Besarnya pengaruh langsung sebesar 0,29. Sedangkan pengaruh tidak langsung harus di hitung dengan mengalikan koefisien tidak langsung yaitu $0,272 \times 0,268 = 0,073$. Jadi total pengaruh kualitas layanan terhadap word of mouth adalah $0,29 + 0,073 = 0,363$. Hasil analisis tersebut menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi secara parsial yang menghubungkan variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Kata-kunci : kualitas layanan, kepuasan pelanggan, word of mouth

ABSTRACT

The goal of this research was to test the effects of quality of service and customer satisfaction on word of mouth. This research also tested the role of customer satisfaction as a variable that mediated the relationship between quality of service and word of mouth. This research was conducted at Maranatha Christian University Bandung with 150 respondents. The results of the analysis showed that quality of service could directly as well as indirectly affect word of mouth. Direct effect was found to be 0,29, whereas indirect effect could be calculated by multiplying indirect coefficient. $0,272 \times 0,268 = 0,073$ Thus the total effect of quality of service on word of mouth was. These results $0,29 + 0,073 = 0,363$ concluded that customer satisfaction played a role as a partial mediator variable, which connected quality of service variable and customer satisfaction.

key words: quality of service, customer satisfaction, word of mouth

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Riset.....	8
1.3. Tujuan Riset.....	8
1.4. Manfaat Riset.....	9
1.5. Sistematika.....	10
BAB II : LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	
2.1. Pengertian Umum Mengenai Pemasaran.....	12
2.2. Bauran Pemasaran	
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	13
2.2.2 Elemen Bauran Pemasaran.....	14
2.3. Jasa	
2.3.1 Definisi Jasa.....	16
2.4. Karakteristik Jasa.....	17
2.5. Klasifikasi Jasa.....	18
2.6. Bauran Pemasaran Dalam Jasa.....	19

2.7. Kualitas Pelayanan	
2.7.1. Pengertian Kualitas.....	23
2.7.2. Pengertian Pelayanan.....	24
2.7.3. Pengertian Kualitas Layanan.....	25
2.7.4. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	26
2.7.5. Kesenjangan-kesenjangan pada Kualitas Pelayanan.....	29
2.8. Kepuasan Pelanggan	
2.8.1. Pengertian Kepuasan.....	31
2.8.2. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	32
2.8.3. Model Kepuasan Pelanggan.....	36
2.8.4. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	37
2.8.5. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	38
2.9. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Kosumen...	40
2.10. WOM.....	43
2.11. Pengembangan Hipotesis	
2.11.1. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.....	47
2.11.2. Kepuasan Pelanggan dan <i>Word Of Mouth</i>	47
2.11.3. Kualitas Pelayanan dan <i>Word Of Mouth</i>	49
2.12. Model Penelitian.....	50

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1. Disain Penelitian.....	51
3.2. Metode Pengambilan Sampel.....	51
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	52
3.4. Definisi Operasional dan Pengujian Instrumen.....	53
3.5. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	
3.5.1. Validitas.....	54
3.5.2. Reliabilitas.....	55
3.6. Metode Analisis Data.....	56

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Pengumpulan Data

4.1.1. Data Demografi Responden.....	58
4.1.2. Analisis Deskriptif Kualitas Layanan.....	62
4.1.3. Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	72
4.1.4. Analisis Deskriptif Word Of Mouth.....	75

4.2. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

4.2.1. Hasil Pengujian Validitas.....	78
4.2.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	83

4.3. Hasil Pengujian Hipotesis Analisis Regresi.....87

4.3.1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	87
4.3.2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	89
4.3.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap <i>Word Of Mouth</i>	92

4.4. Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1. Pengujian Model Regresi dengan Variabel Intervening.....	94
---	----

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	98
5.2. Implikasi dan Saran.....	93
5.3. Keterbatasan dan Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Dimensi <i>ServQual</i>	29
Gambar 2.2 : <i>Service Quality Model</i>	31
Gambar 2.3 : Konsep Kepuasan Pelanggan.....	34
Gambar 2.4 : Dua Tingkatan Harapan.....	35
Gambar 2.5 : <i>Multi-step Communication</i>	44
Gambar 2.6 : Kerangka Model Dasar.....	50
Gambar 4.1 : Model Hasil Penelitian Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>WOM</i>	97

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 : Jenis Kelemin Responden.....	59
Tabel 4.2 : Usia Responden.....	59
Tabel 4.3 : Frekuensi Penggunaan Jasa Layanan Salon Anata.....	60
Tabel 4.4 : Jenis Layanan.....	61
Tabel 4.5 : Salon Memiliki Peralatan Berpenampilan Modern.....	63
Tabel 4.6 : Fasilitas Fisik Salon Menarik Secara Visual.....	63
Tabel 4.7 : Karyawan Salon Berpenampilan Rapi.....	64
Tabel 4.8 : Salon Memberikan Solusi Untuk Masalah Anda.....	64
Tabel 4.9 : Salon Memberikan Layanan Secara Tepat.....	65
Tabel 4.10 : Salon Memberikan Konsistensi Dari Segi Waktu.....	66
Tabel 4.11 : Karyawan Salon Melayani Dengan Cepat.....	66
Tabel 4.12 : Karyawan Salon Bersedia Membantu Anda.....	67
Tabel 4.13 : Karyawan Salon Tidak Pernah Sibuk Merespon Permintaan Pelanggan.....	67
Tabel 4.14 : Anda Merasa Aman Bertransaksi Dengan Salon Anata.....	68
Tabel 4.15 : Karyawan Salon Anata Secara Konsisten Bersikap Sopan.....	68
Tabel 4.16 : Karyawan Salon Anata Memiliki Pengetahuan Memadai Untuk Menjawab Pertanyaan-Pertanyaan Anda.....	69
Tabel 4.17 : Salon Aanta Memberikan Perhatian Individual Kepada Anda... ..	69
Tabel 4.18 : Salon Anata Memilki Jam Operasi Yang Nyaman Bagi Semua Pelanggan.....	70
Tabel 4.19 : Salon Anata Mengutamakan Kepentingan Anda.....	71
Tabel 4.20 : Frekuensi Total Jawaban Kualitas Layanan	71
Tabel 4.21 : Saya Puas Dengan Pelayanan-Pelayanan Yang Diberikan Oleh Salon Anata Ini.....	72

Tabel 4.22	: Saya Puas Terhadap Reputasi Salon Anata Ini.....	73
Tabel 4.23	: Saya Yakin Bahwa Menggunakan Jasa Salon Anata Ini Selalu Memberikan Pengalaman Yang Memuaskan.....	73
Tabel 4.24	: Frekuensi Total Jawaban Kepuasan Pelanggan	74
Tabel 4.25	: Saya Akan Menyampaikan Hal-Hal Positif Tentang Salon Anata Ini Kepada Orang Lain.....	75
Tabel 4.26	: Saya Akan Merekomendasikan Salon Anata Kepada Orang Yang Meminta Saran Saya.....	76
Tabel 4.27	: Saya Akan Mendorong Teman-Teman Dan Para Kerabat Untuk Menggunakan Jasa Salon Anata.....	77
Tabel 4.28	: Frekuensi Total Jawaban Komunikasi Positif <i>WOM</i>	77
Tabel 4.29	: Data Awal Uji Validitas.....	79
	Tabel 4.29 : Data Akhir Uji Validitas.....	80
Tabel 4.30	: <i>KMO And Bartlett's Test</i>	81
Tabel 4.31	: Nilai <i>Measures Sampling OF Adequance (MSA)</i>	82
Tabel 4.32	: Uji Reliabilitas Variabel X1 (Kualitas Layanan).....	84
Tabel 4.33	: Uji Reliabilitas Variabel X2 (Kepuasan Pelanggan).....	85
	Tabel 4.33 : Uji Reliabilitas Variabel Y (<i>WOM</i>)	86
Tabel 4.34	: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Anova</i>	87
Tabel 4.35	: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Model Summary</i>	88
Tabel 4.36	: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan <i>Coefficients</i>	88
	<i>Correlations</i>	89
Tabel 4.37	: Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>WOM</i> <i>Anova</i>	89
Tabel 4.38	: Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>WOM</i> <i>Model Summary</i>	90
Tabel 4.39	: Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>WOM</i>	

	<i>Coefficients</i>	91
Tabel 4.40	: Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>WOM</i>	
	<i>Correlations</i>	91
Tabel 4.41	: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap <i>WOM</i>	
	<i>Anova</i>	92
Tabel 4.42	: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap <i>WOM</i>	
	<i>Model Summary</i>	93
Tabel 4.43	: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap <i>WOM</i>	
	<i>Coefficients</i>	93
Tabel 4.44	: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap <i>WOM</i>	
	<i>Correlations</i>	94
Tabel 4.45	: Pengujian Model Regresi Dengan Variabel Intervening	
	<i>Anova</i>	94
Tabel 4.46	: Pengujian Model Regresi Dengan Variabel Intervening	
	<i>Model Summary</i>	95
Tabel 4.47	: Pengujian Model Regresi Dengan Variabel Intervening	
	<i>Coefficients</i>	95

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Distribusi Frekuensi
- Lampiran 3 : Data Awal
- Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 : Data Setelah Diuji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Pengujian *Outliers*
- Lampiran 7 : Data Setelah Pengujian *Outliers*
- Lampiran 8 : Pengujian Hipotesis