

## ABSTRAK

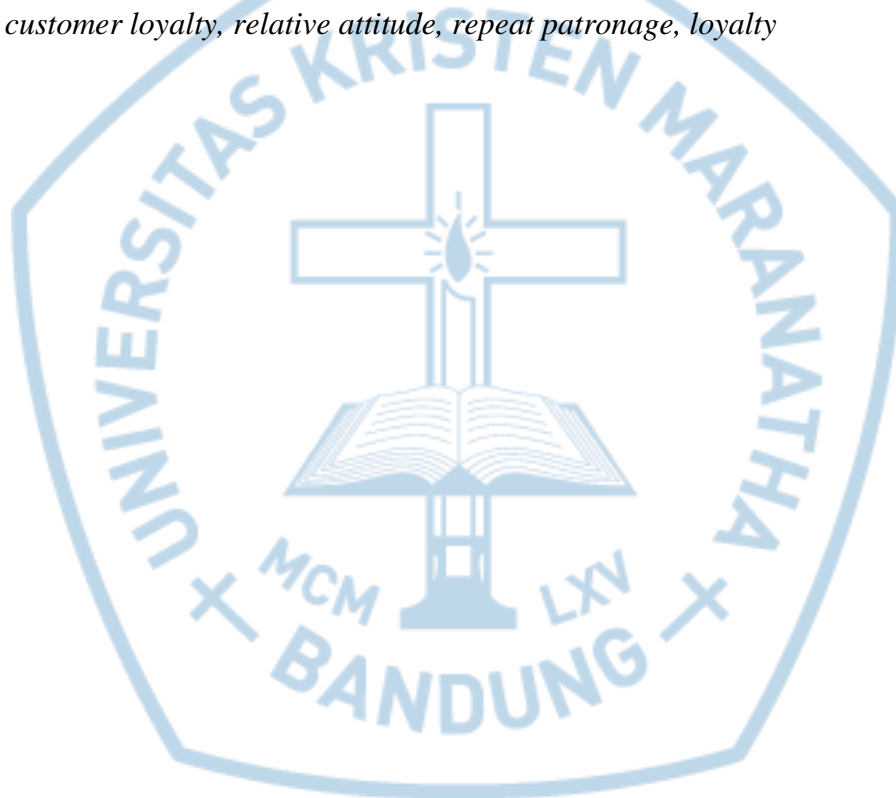
Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai tipe loyalitas pelanggan terhadap Warung Sate “X” di Kota Bandung berdasarkan teori Dick & Basu (1994). Tipe loyalitas pelanggan ditentukan berdasarkan relative attitude dan repeat patronage, sehingga terbentuk empat tipe loyalitas pelanggan yaitu: loyalty, latent loyalty, spurious loyalty, dan no loyalty (Dick & Basu, 1994). Data dikumpulkan dengan teknik survei kepada pelanggan yang bersedia mengisi kuesioner, mengunjungi Warung Sate “X” lebih dari satu kali dan berusia  $\geq 20$  tahun. Data diperoleh dari 50 orang responden kemudian dianalisis menggunakan PASW Statistics 18; dengan menggunakan metode distribusi frekuensi dan tabulasi silang. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa sebanyak 88% responden termasuk ke dalam tipe loyalty, yaitu pelanggan dengan relative attitude yang kuat dan repeat patronage yang tinggi. Selanjutnya, 12% responden termasuk ke dalam tipe latent loyalty, yaitu pelanggan dengan relative attitude yang kuat, namun dengan repeat patronage yang rendah.



## ABSTRACT

*The current study investigated the types of customer loyalty towards Warung Sate “X” in Bandung City using Dick and Basu’s concept about customer loyalty (1994). The types of customer loyalty are determined by relative attitude and repeat patronage dimensions, which performed by four types of customer loyalty: loyalty, latent loyalty, spurious loyalty, and no loyalty (Dick and Basu, 1994). Data was collected through a survey of current customers who were willingly to complete the questionnaire, visited Warung Sate “X” for more than once, and must be more than 20 years old . Data obtained from 50 participants was analyzed using PASW Statistics 18; the Frequency Distribution and Cross Tabulation statistical methods were applied. Results suggested that the customer loyalty types of Warung Sate “X” in Bandung City are loyalty (88%); high relative attitude with high repeat patronage, and latent loyalty (12%); high relative attitude with low repeat patronage.*

*Keywords: customer loyalty, relative attitude, repeat patronage, loyalty*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRAK</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	5
1.3.1 Maksud Penelitian.....	5
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	5
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
1.6 Asumsi Penelitian .....	11

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Loyalitas Pelanggan .....	12
2.1.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	12
2.1.2	Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	12
2.1.3	Tipe Loyalitas pelanggan .....	13
2.1.4	Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan <i>Repeat Patronage</i> .....	15
2.1.5	Konsekuensi Loyalitas Pelanggan .....	17
2.2	Kepuasan Pelanggan .....	19
2.3	Pengertian Pelanggan .....	19
2.4	Kepuasan Produk .....	19
2.5	Kebutuhan dan Keinginan .....	19

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Rancangan dan Prosedur Penelitian .....	21
3.2	Bagan Rancangan Penelitian .....	21
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	21
3.3.1	Variabel Penelitian .....	21
3.3.2	Definisi Operasional .....	22
3.4	Alat Ukur .....	22
3.4.1	Alat Ukur Loyalitas Pelanggan .....	22
3.4.2	Prosedur Pengisian .....	23
3.4.3	Sistem Penilaian .....	23
3.4.4	Data Pribadi dan Data Penunjang .....	25
3.4.5	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur .....	25
3.4.5.1	Validitas Alat Ukur .....	25
3.4.5.2	Reliabilitas Alat Ukur .....	26

3.5	Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	26
3.5.1	Populasi Sasaran Penelitian.....	26
3.5.2	Karakteristik Sampel.....	27
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel .....	27
3.6	Teknik Analisis Data.....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Gambaran Umum Responden .....	28
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	28
4.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
4.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	29
4.2	Hasil Penelitian .....	30
4.2.1	Tipe Loyalitas Pelanggan .....	30
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	30
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Simpulan.....	35
5.2	Saran .....	36
5.2.1	Saran Teoritis.....	36
5.2.2	Saran Praktis .....	36
DAFTAR PUSTAKA .....		37
DAFTAR RUJUKAN.....		38
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kisi-kisi Kuesioner 1 .....	23
Tabel 3.2. Kisi-kisi Kuesioner 2 .....	23
Tabel 3.3. Skor Jawaban Kuesioner 1 .....	24
Tabel 3.4. Skor Jawaban Kuesioner 2 .....	24
Tabel 3.5. Kategori Kuesioner 1 .....	24
Tabel 3.6. Kategori Kuesioner 2 .....	25
Tabel 4.1. Gambaran Responden Berdasarkan Usia .....	28
Tabel 4.2. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
Tabel 4.3. Gambaran Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan .....	29
Tabel 4.4. Tipe Loyalitas Pelanggan .....	30



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran .....	10
Bagan 3.1 Rancangan Penelitian.....	21



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kisi-kisi Alat Ukur
- Lampiran 2 Kuesioner Alat Ukur
- Lampiran 3 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur
- Lampiran 4 Hasil Tipe Loyalitas Pelanggan
- Lampiran 5 Hasil Tabulasi Silang Tipe Loyalitas Pelanggan dengan Dimensi dari *Relative Attitude*
- Lampiran 6 Hasil Tabulasi Silang Tipe Loyalitas Pelanggan dengan Indikator dari *Repeat Patronage*
- Lampiran 7 Hasil Tabulasi Silang Tipe Loyalitas Pelanggan dengan Faktor-faktor yang Berhubungan dengan *Repeat Patronage*
- Lampiran 8 Hasil Skor Mentah
- Lampiran 9 Profil Tempat Penelitian

