

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *service quality* terhadap loyalitas konsumen Giggle Box cafe & Resto. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian *Causal Eksplanatory*. Berkenaan dengan hal tersebut, maka penelitian ini mencoba mengidentifikasi pengaruhnya *service quality* yang terdiri dari *Tangible, emphaty, responsiveness, reliability,assurance* dari Giggle Box Cafe & Resto setiabudhi Bandung. Sampel yang diambil dengan menggunakan metode purposive sampling. Adapun yang menjadi sampel dari penelitian ini yaitu 150 responden dari mahasiswa Universtias Kristen Maranatha yang telah mengunjungi cafe Giggle Box setiabudhi Bandung. Data yang diperoleh akan di olah menggunakan program SPSS menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan model regresi linier sederhana digunakan dalam penelitian ini sebagai model analisis data. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh *service quality* terhadap loyalitas sebesar 19.4%.

Kata kunci : *Tangible, emphaty, responsiveness, reliability,assurance*, loyalitas konsumen.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of service quality on customer loyalty Giggle Box cafe and Resto . In this study , researchers used a type of research Causal Eksplanatory . In this regard , this research tries to identify the influence service quality consisting of Tangible , empathy , responsiveness , reliability, assurance of Giggle Box Cafe & Resto Setiabudhi Bandung . Samples were taken by using purposive sampling method . As for the sample of this research is 150 respondents from Maranatha Christian For University students who have visited the cafe Giggle Box Setiabudhi Bandung . The data obtained will be processed using SPSS using validity , reliability , and simple linear regression model used in this study as a model for data analysis . The results showed there are significant service quality on loyalty at 19.4 % .*

*Keywords: : Tangible, emphaty, responsiveness, reliability,assurance, Consumer Loyalty.*

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN,DAN	
PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	6
2.1 Kajian Pustaka .....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.3 Pengertian Kualitas dan Kualitas Jasa .....	10
2.1.4 Manfaat Kualitas Layanan Bagi Perusahaan.....	19
2.1.5 Perilaku Konsumen .....	19
2.1.6 Tahap- Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian.....	20
2.1.7 Kepuasan Konsumen .....	27

2.1.8 Loyalitas Konsumen.....	29
2.2 Rerangka Teoritis .....	34
2.3 Rerangka Pemikiran .....	35
2.4 Penelitian Terdahulu.....	36
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	38
2.6 Model Penelitian.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	40
3.2 Populasi dan sampel .....	40
3.2.1 Populasi .....	40
3.2.2 Sampel.....	41
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.3.1 Penentuan Jumlah sampel.....	41
3.4 Definisi Operasional Variabel ( DOV ).....	43
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.6 Metode Analisis Data .....	49
3.6.1 Uji Instrumen.....	49
3.6.1.1 Uji Validitas.....	49
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.6.2 Uji Regresi Sederhana .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	52
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi .....	54
4.2 Uji Instrumen.....	54
4.2.1 Uji Validitas.....	54

4.2.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.3 Uji Regresi Sederhana.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	61
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Saran .....	62
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	63
DAFTAR PUSTAKA .....	64

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1.6.1 Faktor – faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian .....	27
Gambar 2.2.1 Kerangka Teoritis.....	33
Gambar 2.3.1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 2.6.1 Model Penelitian .....	39

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.4.1 Penelitian terdahulu .....	36
Tabel 3.4.1 DOV.....	43
Tabel 3.5.1 Tabel skala Likert .....	48
Tabel 4.1.1.1 Jenis kelamin responden .....	52
Tabel 4.1.2.2 Usia responden.....	53
Tabel 4.1.3.3 Profesi Responden .....	54
Tabel 4.2.1.1 Validitas Data .....	55
Tabel 4.2.2.2 Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.3.1 Uji Regresi .....	59
Tabel 4.3.2 Model summary .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
PERMOHONAN KUESIONER .....	66
KUESIONER.....	67