

ABSTRAK

Dalam era globalisasi saat ini, industri salon kecantikan sedang meningkat pesat. Industri jasa ini menekankan sektor pelayanan dalam pertimbangan perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Memberikan pelayanan yang berkualitas dianggap sebagai strategi penting untuk keberhasilan dan untuk bertahan dalam lingkungan yang kompetitif saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa peranan kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dengan dimediasi kepuasan pelanggan pada pelanggan perusahaan Robert Salon Bandung. Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian kuantitatif - *causal explanatory*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 125 responden diambil dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan metode *non-probability sampling*, yaitu metode *purposive sampling*. Analisis kuantitatif dilakukan dengan metode regresi *path analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan salon memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dimana kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi kepuasan pelanggan. Dari hasil persamaan regresi berganda, sederhana dan *path analysis* yang diperoleh, maka didapat hasil terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruh tidak langsung dengan dimediasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

In the current era of globalization, a beauty salon industry is rising rapidly. Industrial services sector emphasizes the consideration of the company to increase competitive advantage. Providing quality services is considered as an important strategy for success and to survive in today's competitive environment.

This study aims to identify and analyze the role of service quality on customer loyalty with customer satisfaction as a mediation factor on Robert Salon customer in Bandung. Type of research is a quantitative research - causal explanatory. The samples in this study were 125 respondents taken by distributing questionnaires using non-probability sampling method which is purposive sampling method. Quantitative analysis performed by the method of regression path analysis.

The results showed that salon service quality has a direct positive impact on customer satisfaction and customer loyalty, which service quality also has an indirect positive effect on customer loyalty with customer satisfaction as a mediation. From the results of multiple, simple and path analysis regression equation were obtained, there was a direct effect of service quality on customer loyalty and there was also an indirect effect mediated by customer satisfaction on customer loyalty while the rest is influenced by other factors.

Keywords : service quality, customer satisfaction, customer loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Replikasi Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Batasan Penelitian.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 Loyalitas Pelanggan.....	11
2.1.1.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	13
2.1.1.2 Membangun Loyalitas Pelanggan.....	13
2.1.1.3 Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	20
2.1.2.1 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen..	24
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	26
2.1.3.1 Pengertian Jasa.....	26
2.1.3.2 Sifat-sifat Khusus dari Pemasaran Jasa.....	28
2.1.3.3 Klasifikasi Jasa.....	31
2.1.3.4 Kualitas Pelayanan.....	33
2.1.3.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan...	35
2.1.3.6 Manfaat Kualitas Pelayanan.....	37
2.2 Rerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	38
2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	38
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	41
2.2.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	43
2.2.4 Model Penelitian.....	45
2.2.5 Hasil Penelitian Terdahulu.....	46

BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Desain Penelitian.....	53
3.2 Populasi dan Sampel.....	53
3.3 Teknik Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel.....	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5 Definisi Operational Variabel dan Skala Pengukuran.....	56
3.5.1 Variabel Penelitian.....	56
3.5.2 Operasional Variabel.....	57
3.6 Uji Asumsi.....	64
3.6.1 Uji Normalitas.....	64
3.6.2 Uji Multikolinieritas.....	65
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	65
3.6.4 Uji Outliers.....	66
3.7 Uji Instrument Penelitian.....	66
3.7.1 Uji Validitas.....	66
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	67
3.8 Teknik Pengujian Hipotesis Penelitian.....	67
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 69
4.1 Karakteristik Responden.....	69
4.2 Hasil Kuesioner Penelitian.....	72
4.3 Hasil Pengujian Validitas, Reliabilitas dan Asumsi Klasik.....	88
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	100

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Simpulan.....	104
5.2 Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	21
Gambar 2.2 Model Penelitian <i>SERVQUAL – Customer Satisfaction – Customer Loyalty</i>	45
Gambar 4.1 Pengaruh <i>Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan</i> terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i>	103

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	15
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	46
Tabel 3.1 Definisi Operational dan Pengukuran Variabel.....	58
Tabel 3.2 Operasional Variabel Pembobotan Nilai.....	64
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.2 Usia.....	69
Tabel 4.3 Pekerjaan	70
Tabel 4.4 Pertanyaan “Apakah Anda Pelanggan Robert Salon”	71
Tabel 4.5 Frekuensi Penggunaan Jasa Robert Salon.....	71
Tabel 4.6 Variabel Kualitas Pelayanan.....	73
Tabel 4.7 Tangible	75
Tabel 4.8 Jawaban responden tentang pernyataan dimensi Tangible.....	76
Tabel 4.9 Reliability	77
Tabel 4.10 Jawaban responden tentang pernyataan dimensi Reliability.....	78
Tabel 4.11 Responsiveness	79
Tabel 4.12 Jawaban responden tentang pernyataan dimensi Responsiveness.....	80
Tabel 4.13 Assurance	81
Tabel 4.14 Jawaban responden tentang pernyataan dimensi Assurance	82
Tabel 4.15 Emphaty	83
Tabel 4.16 Jawaban responden tentang pernyataan dimensi Emphaty	84
Tabel 4.17 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	85

Tabel 4.18	Jawaban responden tentang pernyataan Kepuasan Pelanggan	86
Tabel 4.19	Variabel Loyalitas Pelanggan.....	87
Tabel 4.20	Jawaban responden tentang pernyataan Loyalitas Pelanggan.....	88
Tabel 4.21	Uji Validitas Awal.....	89
Tabel 4.22	Uji Validitas Akhir.....	90
Tabel 4.23	Uji Reliabilitas (Tangible).....	91
Tabel 4.24	Uji Reliabilitas (Reliability).....	92
Tabel 4.25	Uji Reliabilitas (Responsiveness).....	92
Tabel 4.26	Uji Reliabilitas (Assurance).....	93
Tabel 4.27	Uji Reliabilitas (Empathy).....	94
Tabel 4.28	Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	95
Tabel 4.29	Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	95
Tabel 4.30	Uji Normalitas.....	96
Tabel 4.31	Uji Multikolinieritas.....	97
Tabel 4.32	Uji Heteroskedastisitas.....	98
Tabel 4.33	Uji Outliers.....	99
Tabel 4.34	Analisis Regresi Berganda.....	100
Tabel 4.35	Analisis Regresi Sederhana.....	101

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Kuisioner Penelitian
- Lampiran B Hasil Kuisioner Penelitian
- Lampiran C Hasil Uji Validitas & Reliabilitas
- Lampiran D Asumsi Klasik
- Lampiran E Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian