

ABSTRAK

Saat ini pemasaran dapat dilakukan secara langsung, melalui teknologi yang dinamakan internet. Dengan sistem pemasaran tersebut, pemasar dapat bertemu konsumen secara online, dimana pemesanan dan pembayaran juga dilakukan secara online, hal ini meningkatkan peran situs Web. Saat ini banyak situs-situs yang berkembang. Konsumen lebih agresif dan cerdas, karena mereka biasanya mencari yang terbaik di antara situs-situs yang ada, dan jika konsumen tidak mendapatkan keinginannya maka konsumen akan beralih ke situs lain, tetapi jika konsumen mendapatkan keinginannya maka konsumen akan loyal terhadap Web perusahaan tersebut.

Karena itu kualitas jasa layanan Website tersebut harus lebih unggul dibandingkan pesaingnya, kualitas jasa dipengaruhi oleh desain website, reliabilitas suatu Web, keamanan bertransaksi/ privasi, dan layanan pelanggan yang diberikan oleh Web tersebut.

Jika variabel diatas sudah dapat dipenuhi maka loyalitas pelanggan akan tercipta. Loyalitas pelanggan dapat terlihat jika pelanggan melakukan pembelian ulang secara teratur, membeli antar lini produk / jasa, mereferensikan kepada orang lain, dan kebal terhadap tarikan pesaing.

Karena itu dapat ditarik hipotesis “Kualitas jasa layanan website berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan”. Dari 32 sampel yang diteliti baik responden pria maupun wanita, dengan menggunakan uji korelasi Spearman menunjukkan korelasi sebesar 0,762 atau 76,2%, jadi hipotesis diterima berarti ada pengaruh kualitas jasa layanan Website terhadap loyalitas pelanggan.

Dengan adanya korelasi tersebut maka perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas layanan yang diberikan, dengan terus menerus melakukan perubahan yang inovatif dan kreatif, melakukan modifikasi, perbaikan dan perubahan sistem agar loyalitas pelanggan tetap terjaga.

Kata Kunci : online, situs, Website, kualitas jasa, loyalitas pelanggan, korelasi

ABSTRACT

In this time the marketing can do directly, through by internet technology. With this marketing system, company can meet consumer in online, where ordering and payment also be conducted in online, this matter improve role of Website. In this time a lot of situs expanding. Consumer being clever and more aggressive, since them generally the best searching among existing situs, and if consumer didn't get their desire, the consumer will change over to other situs, but if consumer get this thing the consumer being loyal to the Web company.

Because of that, service quality from the Website have to be more exceed compared to their competitor, service quality influenced by Website design, Web reliability, transaction security / privacy, and the customer service given by the Web.

If above variable have earned fulfilled customer loyalty will be created. Customer loyalty could seen if customer do re-buying regularly, buying other accessoriis from product / service, recommended to others, and impenetrable to competitor attraction.

In consequence can make a hypothesis " Website service quality have an effect to customer loyalty ". From 32 sample checked by man responder and also woman, by using test of Spearman correlation show correlation equal to 0,762 or 76,2%, it means the hypothesis accepted a meaning there is influence of Website service quality to customer loyalty.

With this correlation existence, the company have to be more improve given service quality, continuously make a change which inovation and creative, doing modification, repair and change the system in order to customer loyalty remain to be awaked

Keywords : online, situs, Website, service quality, customer loyalty, correlation

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Definisi Jasa, Kualitas Jasa, dan Strategi Pemasaran.....	7
2.1.2 Pemasaran Online.....	11
2.1.3 Pemasaran Internet.....	13
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	21
2.2 Kerangka Pemikiran.....	35
2.3 Hipotesis.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian.....	38

3.2.1	Desain Penelitian	38
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	40
3.2.3	Metode Penarikan Sampel.....	41
3.2.4	Prosedur Pengumpulan Data.....	42
3.2.5	Metode Analisis.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Profil Responden.....	47
4.2	Pembahasan.....	49
4.2.1	Kualitas Layanan Website.....	51
4.2.1.1	Desain Website.....	51
4.2.1.2	Reliabilitas.....	52
4.2.1.3	Keamanan / privasi.....	52
4.2.1.4	Layanan Pelanggan.....	53
4.2.2	Loyalitas Pelanggan.....	54
4.2.2.1	Melakukan Pembelian Ulang Secara Teratur.....	54
4.2.2.2	Membeli Antarlini Produk dan Jasa.....	54
4.2.2.3	Mereferensikan Kepada Orang Lain.....	55
4.2.2.4	Menunjukkan Kekebalan Terhadap Tarikan Pesaing.....	56
4.3	Uji Validitas, Reliabilitas, dan Normalitas Untuk Kualitas Jasa Layanan Website dan Loyalitas Pelanggan (menggunakan SPSS 12).....	56
4.4	Hubungan Kualitas Jasa Layanan Website dengan Loyalitas Pelanggan	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran	64

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
SURAT PERNYATAAN
RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Profil Responden dalam Pendidikan.....	47
Tabel 4.2 Profil Responden dalam Pendapatan.....	47
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Gender.....	48
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	48
Tabel 4.5 Pendapat Responden Dalam Desain Website.....	51
Tabel 4.6 Pendapat Responden Dalam Reliabilitas.....	52
Tabel 4.7 Pendapat Responden Dalam Keamanan / Privasi.....	52
Tabel 4.8 Pendapat Responden Dalam Layanan Pelanggan.....	53
Tabel 4.9 Pendapat Responden Dalam Pembelian Ulang yang Teratur....	54
Tabel 4.10 Pendapat Responden Dalam Pembelian Antarlini Produk & Jasa.....	54
Tabel 4.11 Pendapat Responden Dalam Referensi Kepada Orang Lain.....	55
Tabel 4.12 Pendapat Responden Dalam Kekebalan Tarikan Pesaing.....	56 53
Tabel 4.13 Validitas Untuk Kualitas Jasa Layanan Website.....	56
Tabel 4.14 Validitas Untuk Loyalitas Pelanggan.....	57
Tabel 4.15 Reliability Statistik untuk Kualitas Jasa Layanan Website....	58
Tabel 4.16 Reliability Statistik untuk Loyalitas Pelanggan.....	58
Tabel 4.17 Normalitas untuk Kualitas Jasa Layanan Website dan Loyalitas Pelanggan.....	58
Tabel 4.18 Correlations.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Kurva Uji Hipotesis.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pertanyaan Kuesioner Kualitas Jasa Layanan Website
Lampiran 2	Daftar Pertanyaan Kuesioner Loyalitas Pelanggan
Lampiran 3	Daftar Tabulasi Kuesioner Kualitas Jasa Dan Loyalitas Pelanggan
Lampiran 4	Validitas Kualitas Jasa Layanan Website
Lampiran 5	Validitas Loyalitas Pelanggan
Lampiran 6	Reliability Kualitas Jasa Layanan Website
Lampiran 7	Reliability Loyalitas Pelanggan
Lampiran 8	Normalitas Variabel Kualitas Jasa Layanan Website dan Loyalitas Pelanggan
Lampiran 9	Tabel Skor Kualitas Jasa Layanan Website dan Loyalitas Pelanggan
Lampiran 10	Tabel Q Spearman
Lampiran 11	Foto Objek Penelitian