

ABSTRAK

Rudy, 2006, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Yohan Photo Bandung. Dalam mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, setiap perusahaan, baik perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur maupun perusahaan yang bergerak di bidang jasa, seperti halnya studio photo dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Melalui kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan para pelanggan, maka diharapkan akan terbentuk loyalitas pelanggan yang merupakan aset yang sangat berharga bagi perusahaan.

Atas dasar uraian diatas, maka dirasakan perlu melakukan penelitian untuk menganalisa hubungan kualitas pelayanan serta pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen di Yohan Photo. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan sekaligus dapat menggali temuan-temuan di lapangan yang dapat dijadikan dasar bagi pihak manajemen Yohan Photo dalam meningkatkan loyalitas konsumen melalui perbaikan-perbaikan atas penanganan pelayanannya.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey, dimana informasi responden (para pelanggan) dari sebagian populasi dikumpulkan langsung ditempat kejadian dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang bersangkutan terhadap objek penelitian.

Setelah dilakukan uji statistik dengan menggunakan koefisien regresi linear, secara keseluruhan diperoleh nilai $r_s = 0,5$, hal ini menunjukkan bahwa antara kualitas pelayanan (variabel x) dan loyalitas konsumen (variabel y) terdapat hubungan yang cukup kuat.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi, diketahui bahwa besarnya pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 25% dan sisanya 75% adalah pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti.

ABSTRACT

Rudy, 2006, effect quality service on loyalty consumer in Yohan Photo Bandung. To make survival of a business, any company – manufacturing and service – for example, photographic studio is required to continuous provide superior service fit expectation of customers. Given service quality fit expectations of customers, it is expected to form customer loyalty constituting valuable assets for a company.

Based on the description above, it is necessary to make a research for analyzing the relationship of service quality and its impact on the customer loyalty in Yohan Photo. Consequently, the research is anticipated to be evaluative substance and seeking field findings to be a base for Yohan Photo management in improving consumer loyalty by improvements of its service management.

The research was conducted by using a survey method through which information on respondent (customers) out of some population were put in directly collection in place, for purposes, for understanding some opinion of the population on the object of the research.

On the whole, the statistic test by using linear regression coefficient suggest $r_s = 0.5$, it is means there is strong correlation between service quality (x variable) and consumer loyalty (y variable).

Based on the results of the determination coefficient accounting, the effect of the service quality on the customer loyalty are 25%, and the rest of 75% are effects of other factors beyond study.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Kegunaan Penelitian.....	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka.....	11
2.1.1. Pengertian Jasa.....	11
2.1.1.2. Klasifikasi Jasa.....	12
2.1.1.3. Karakteristik Jasa.....	17
2.2.1. Pengertian Kualitas dan Kualitas Jasa.....	19
2.2. Kualitas Jasa.....	20
2.3. Ruang Lingkup Loyalitas.....	23
2.3.1. Definisi Loyalitas.....	24
2.3.2. Karakteristik Loyalitas.....	25
2.3.3. Meningkatkan Loyalitas Konsumen.....	25
2.3.4. Dari Suspect Menuju Qualified Prospect.....	29
2.3.5. Dari Qualified Prospect ke Fisrt Time Buyer.....	33
2.3.6. Dari Fisrt Time Buyer ke Repeat Customer.....	34
2.3.7. Dari Repeat Customer ke Loyal Client.....	36
2.3.8. Dari Loyal Client ke Advocates.....	38
2.4. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	40
2.5. Kerangka Pemikiran.....	42

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....	45
3.2. Metode Penelitian yang Digunakan.....	45
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.2.2. Prosedur Penarikan Sampel.....	49
3.2.3. Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.2.4. Analisis Data.....	52
3.2.5. Rancangan Pengajuan Hipotesis.....	55

BAB !V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	57
4.2. Profil dan Sejarah Singkat Perusahaan.....	57
4.1.2. Profil Responden.....	60
4.2. Pembahasan.....	63
4.2.1. Harapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan dari Dimensi Personal (E).....	63
4.2.2. Harapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Yohan Photo dari Dimensi Bukti Fisik.....	70
4.2.3. Harapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Yohan Photo dari Dimensi Proses.....	77
4.2.4. Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Yohan Photo dari Dimensi Personal (P).....	82
4.2.5. Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Yohan Photo Bandung dari Dimensi Bukti Fisik.....	89
4.2.6. TanggapanResponden terhadap Kualitas Pelayanan Yohan Photo Bandung dari Dimensi Proses.....	97
4.2.7. Kualitas Pelayanan Studio Yohan Photo.....	102
4.2.8. Tingkat Loyalitas Konsumen di Yohan Photo.....	109
4.2.9. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Yohan Photo Bandung.....	112

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	113
5.2. Saran.....	114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Daftar Tabel

1.1. Target Realisasi Konsumen.....	4
1.2. Tabel harga pas Photo.....	6
1.3. Tabel Harga Postcard.....	6
1.4. Tabel Harga Ukuran Diperbesar.....	6
2.1. Paradigma Kerangka Pemikiran Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Yohan Photo.....	44
3.1. Tabel Operasionalisasi Variabel.....	47
3.2. Jumlah Pelanggan Yohan Photo selama Periode Juli-November 2005.....	50
3.3. Derajat hubungan dan Penafsiran.....	54
4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
4.4. Harapan Responden terhadap Keahlian Fotografer dalam Memotret.....	63
4.5. Harapan Responden terhadap Kkreatifitas Fotografer dalam Menata Gaya..	64
4.6. Harapan Responden untuk Segera Dilayani pada saat Datang ke Studio...	64
4.7. Harapan Responden Customer Service siap untuk Memberikan Bantuan...	65
4.8. Harapan Responden Staff Mampu Memberikan Penjelasan tentang Jasanya.....	66
4.9. Harapan Responden Staff Terbuka pada Kritik dan Saran.....	66
4.10. Harapan Responden Staff Bersifat Ramah pada saat Berinteraksi.....	67
4.11. Harapan Responden Staff Mengenal Pelanggan Tetapnya.....	68
4.12. Harapan Responden Staff Mengenakan Seragam.....	68
4.13. Harapan Responden Staff Berpenampilan Menarik.....	69
4.14. Harapan Responden terhadap Kelengkapan Alat Fotografi.....	70
4.15. Harapan Responden terhadap Kecanggihan Peralatan Fotografi.....	70
4.16. Harapan Responden terhadap Background yang Variatif.....	71
4.17. Harapan Responden terhadap Jumlah Studio.....	72
4.18. Harapan responden terhadap peraturan tertulis untuk menjaga ketertiban...	72
4.19. Harapan responden terhadap studio yang memajang hasil-hasil produksi..	73
4.20. Harapan responden studio menyiapkan gaun pesta dan make-up.....	74
4.21. Harapan responden tersedianya banyak studio.....	74
4.22. Harapan responden terhadap ruang tunggu yang nyaman.....	75
4.23. Harapan responden terhadap interior gedung yang menarik.....	76
4.24. Harapan responden terhadap lahan parkir yang luas.....	76
4.25. Harapan responden terhadap pencatatan pesanan pelanggan dengan akurat.....	77
4.26. Harapan responden terhadap sistem antrian yang baik.....	78
4.27. Harapan responden terhadap kecepatan proses pemotretan.....	78
4.28. Harapan responden terhadap kemudahan akses melalui telepon.....	79
4.29. Harapan responden agar pengambilan photo dilakukan dua kali.....	80
4.30. Harapan responden terhadap jasa yang diberikan perusahaan setelah melakukan pembelian.....	81

4.31. Harapan responden adanya iringan musik dalam studio.....	81
4.32. Tanggapan responden terhadap keahlian fotografer dalam memotret.....	83
4.33. Tanggapan responden terhadap kreatifitas fotografer dalam menata gaya...	83
4.34. Tanggapan responden untuk segera dilayani pada saat datang ke studio..	83
4.35. Tanggapan responden customer service siap untuk memberikan bantuan...	84
4.36. Tanggapan responden staff mampu memberikan penjelasan tentang jasanya.....	85
4.37. Tanggapan responden staff terbuka pada kritik dan saran.....	86
4.38. Tanggapan responden staff bersifat ramah pada saat berinteraksi.....	86
4.39. Tanggapan responden staff mengenal pelanggan tetapnya.....	87
4.40. Tanggapan responden staff mengenakan seragam.....	88
4.41. Tanggapan responden staff berpenampilan menarik.....	88
4.42. Tanggapan responden terhadap kelengkapan alat fotografi.....	89
4.43. Tanggapan responden terhadap kecanggihan peralatan fotografi.....	90
4.44. Tanggapan responden terhadap background yang variatif.....	90
4.45. Tanggapan responden terhadap jumlah studio.....	91
4.46. Tanggapan responden terhadap peraturan tertulis untuk menjaga ketertiban.....	92
4.47. Tanggapan responden terhadap studio yang memajang hasil-hasil produksi.....	92
4.48. Tanggapan responden studio menyiapkan gaun pesta dan make-up.....	93
4.49. Tanggapan responden tersedianya banyak studio.....	94
4.50. Tanggapan responden terhadap ruang tunggu yang nyaman.....	94
4.51. Tanggapan responden terhadap interior gedung yang menarik.....	95
4.52. Tanggapan responden terhadap lahan parkir yang luas.....	96
4.53. Tanggapan responden terhadap pencatatan pesanan pelanggan dengan akurat.....	97
4.54. Tanggapan responden terhadap sistem antrian yang baik.....	98
4.55. Tanggapan responden terhadap kecepatan proses pemotretan.....	99
4.56. Tanggapan responden terhadap kemudahan akses melalui telepon.....	99
4.57. Tanggapan responden agar pengambilan photo dilakukan dua kali.....	100
4.58. Tanggapan responden terhadap jasa yang diberikan perusahaan setelah melakukan pembelian.....	101
4.59. Tanggapan responden adanya iringan musik dalam studio.....	101
4.60. Tabel frekwensi datang ke studio photo.....	102
4.61. Tabel berkunjung ke studio photo lain.....	103
4.62. Tabel ketertarikan konsumen oleh tawaran sejenis.....	103
4.63. Tabel Merekomendasikan kolega atau teman untuk datang ke Yohan Photo.....	104

DAFTAR GAMBAR

2.1. Persepsi Kualitas Pelayanan.....	21
2.2. Profit Generator System.....	28
4.1. Struktur Organisasi Yohan Photo.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Bukti Penelitian

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

Lampiran 3: Tabel Kualitas Pelayanan Yohan Photo Bandung dan Loyalitas Pelanggan