

ABSTRAK

Handika Nugraha, 2007, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Salon Putri Terhadap Loyalitas Pelanggan”, di bawah bimbingan A. Rinny Maharsi, SE., MM.

Kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dapat menjadi acuan penilaian kualitas pelayanan suatu kinerja jasa pada suatu bentuk jasa yang sedang berlangsung salahsatunya yaitu pada kinerja kualitas pelayanan Salon Putri. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif, adapun tipe penelitian yang digunkana dalam penelitian ini yaitu tipe penelitian kausalitas korelasional. Unit analisis penelitian yang termasuk dalam penelitian ini adalah individual, yaitu para pelanggan Salon Putri. Salon Putri adalah salon yang bergerak dalam bisnis jasa perawatan kecantikan di Bandung yang fokus utamanya adalah perawatan kecantikan tata rambut. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa, seperti halnya salon dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Melalui kualitas jasa yang sesuai dengan harapan para pelanggan, maka diharapkan akan terbentuk loyalitas pelanggan yang merupakan aset yang berharga bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan tingkat profitabilitas. Dari penelitian lapangan yang telah dilakukan melalui teknik pengumpulan data survey diketahui besarnya nilai koefisien korelasi *Spearman* antara kualitas pelayanan jasa dengan loyalitas konsumen adalah 0,767. Nilai koefisien korelasi ini jika dibandingkan dengan kriteria *Guilford* menunjukkan hubungan yang kuat atau erat. Kemudian selain itu juga diperoleh besaran koefisien determinasi sebesar 58,83% yang berarti sebesar 58,83% dari loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan jasa, dan sisanya sebesar 41,17% memiliki pengertian bahwasanya terdapat sebesar 41,17% dari loyalitas konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor variabel-variabel lainnya selain kualitas pelayanan jasa.

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati penulis sampaikan puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkat dan kasih setia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Salon Putri Terhadap Loyalitas Pelanggan”.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sidang Sarjana strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis, baik dalam hal pengetahuan maupun pengalaman. Namun demikian penulis telah berusaha sebaik mungkin agar skripsi ini dapat memenuhi persyaratan.

Penyelesaian skripsi ini tidak mungkin berhasil tanpa bantuan orang-orang terdekat yang telah memberikan dorongan dan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu A. Rinny Maharsi, SE., MM. atas segala bimbingan, masukan, pengarahan, waktu, dan kesabarannya yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

Selanjutnya dalam kesempatan ini, penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Ibu Tatik Budiningsih, Dra., MS., selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
2. Bapak Teddy Wahyu Saputra, SE., MM., selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Univesitas Kristen Maranatha.
3. Ibu Marcellia Susan, Dra., MT., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
4. Ibu A. Rinny Maharsi, SE., MM., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
5. Ibu Martalena, SE selaku Dosen Wali yang telah membantu, mendukung, dan membimbing penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat besar manfaatnya bagi penulis.
7. Seluruh staf Tata Usaha dan staf Perpustakaan, dan seluruh staf karyawan Universitas Kristen Maranatha yang telah membantu kelancaran studi dan administrasi penulis selama masa kuliah.
8. Seluruh jajaran pegawai dan pemilik Salon Putri yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis juga mengucapkan terima kasih dan mempersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan kasih yang besar kepada :

1. Allah SWT atas semua bantuan, rahmat, kebesaran, kekuasaan, keajaiban dan mukzizat yang di berikan selama ini.
2. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Rudy Harun dan Ibu Sri Trisnawati tercinta, and my sister Adinda Manika yang telah memberikan penulis kehangatan cinta, semangat, dorongan, doa, dan kasih sayang selama ini.
3. Untuk Mr. Iskandar si “Ganteng Maut” tanpamu my man skripsi ini ga akan anggeus, nuhun kang
4. Untuk Iyol yang udah minjemmin salon nya
5. Untuk Andi atas nasihat – nasihat spiritual nya .
6. Buat Torro yang udah ngasih banyak masukan yang banyak membantu dalam pembuatan skripsi ini....Nuhun aa Torro.
7. Teman-teman senasib, sepermainan, selama kuliah di Maranatha...Obar, Aldi, Uliel, Daniel, Katie, Key-key, Ina, Mas Bgenks, Angga VW, Bonny Windra, Bonni tompel, Badaks, Hendri, Ria, Daniel badag, Hengky, JamesTerimakasih atas bantuannya selama ini... *friend's forever for all*
8. .Teman – teman tongkrongan food court Endru, Mikha, Rima, Adies, Lingga,,Army, Pak Imam, Ipank, Husein, Iqbal, Fhatur, Michonk, Ubenk, Shandi, Aldi 00, Jodi, Hari, Abie, Rian, Lia, Agit, Devy, Neng Uchen, Vidia,

Andra, Olive, Jurek, Utep, Deddi, dan lain-lain...kalian membuat kampus lebih berwarna heuheuehue.

9. Anak – anak the Chubbies and Crew Gilang, Mas Ito di Caprio, Genthonks, Othoy, Oki dll.
10. Anak – anak mambo yang tidak bisa saya sebutkan satu – persatu karena banyak sekali kalian membuat semangat untuk menyelesaikan kuliah buat mas koko thx sudah merelakan “cribs”nya untuk dijadiin tongkrongan.
11. Untuk teman – teman dan adik – adikku di Teater AH Bandung
12. Serta rekan-rekan dan pihak-pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih untuk segalanya.

Atas semua dorongan dan bantuan yang telah diberikan oleh berbagai pihak tersebut di atas, penulis mengharapkan semoga Allah SWT membalas segala kebaikannya.

Akhir kata, dengan menyadari segala keterbatasan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Bandung, Agustus 2007

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	XX
DAFTAR ISI.....	i
DAFTARTABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	01
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	01
1.2 Identifikasi Masalah	09
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	09
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	11
1.6 Metode Penelitian	19
1.6.1 Definisi Operasional Variabel	20
1.6.2 Sumber dan Jenis Data	31
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data	31
1.6.4 Metode Pengumpulan Data	30
1.6.4.1 Metode Penentuan Populasi	30
1.6.4.2 Metode Penentuan Sampel	31

1.6.4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	33
1.6.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	36
1.7 Lokasi Penelitian	42
1.8 Sistematika Pembahasan	42
BAB II LANDASAN TEORI	44
2.1 Pemasaran	44
2.1.1 Pengertian Pemasaran	44
2.1.2 Definisi Manajemen Pemasaran	44
2.2 Konsep Inti Pemasaran	45
2.2.1 Pengertian Konsep Inti Pemasaran	46
2.2.2 Konsep Inti Pemasaran	46
2.3 Konsep Pemasaran	49
2.3.1 Jenis – Jenis dan Pengertian Konsep Pemasaran.....	49
2.3.2 Konsep Pemasaran Yang Berorientasi Pada Kepuasan Pelanggan	52
2.4 Bauran Pemasaran	54
2.4.1 Pengertian Bauran Pemasaran	54
2.4.2 Variabel – Variabel Bauran Pemasaran	54
2.5 Jasa	57
2.5.1 Karakteristik Jasa	59
2.5.2 Klasifikasi Jasa	62

2.5.3	Pemasaran Jasa	66
	2.5.3.1 Strategi Pemasaran Jasa	66
	2.5.3.2 Strategi mengelola Penawaran Jasa	67
	2.5.3.3 Strategi Mengelola Permintaan Jasa	69
2.6	Kualitas (Mutu)	73
	2.6.1 Perspektif Kualitas	74
2.7	Kualitas Jasa	76
2.7.1	Dimensi Kualitas Jasa	77
2.7.2	Prinsip – prinsip Kualitas Jasa	83
2.7.3	Biaya Kualitas Jasa.....	85
2.7.4	Manfaat Kualitas Jasa	87
2.7.5	Model Kualitas Jasa	87
2.7.6	Faktor – Faktor Penyebab Kualitas Jasa Yang Buruk	94
2.7.7	Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa	94
2.8	Prilaku Pelanggan.....	97
2.8.1	Pengertian Perilaku Pelanggan	97
2.8.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pelanggan	98
2.9	Kepuasan Pelanggan.....	105
2.9.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	105
2.9.2	Strategi Kepuasan Jasa	108
2.9.3	Mengukur dan Memantau Kepuasan Pelanggan	111
2.9.4	Kepuasan Pelanggan dan Perilaku Sesudah Pembelian ...	113

2.10	Loyalitas Pelanggan	116
2.10.1	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	118
2.10.2	Tingkatan Loyalitas Pelanggan	118
2.10.3	Penggolongan Loyalitas Pelanggan	126
2.10.4	Menjaga Loyalitas Pelanggan	127
2.11	Hubungan Kualitas Jasa dengan Loyalitas Pelanggan	130

BAB III OBJEK PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	131
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	131
3.1.2	Struktur Organisasi	131
3.1.3	Aktivitas Perusahaan	134
3.1.4	Manajemen Keuangan	136
3.1.5	Manajemen Pemasaran	137
3.1.6	Manajemen Sumber Daya Manusia	140

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 141

4.1	Karakteristik Responden (Profil Pelanggan)	142
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	142
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	143
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	145

4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	146
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	147
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	149
4.2.1	Gambaran Pelaksanaan Kinerja Yang Diterima Responden Dan Harapan Responden Terhadap Kualitas Jasa Salon Putri	148
4.2.1.1	Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	148
4.2.1.2	Dimensi <i>Reliability</i> (Keandalan).....	154
4.2.1.3	Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	158
4.2.1.4	Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan)	161
4.2.1.5	<i>Empathy</i> (Empati)	165
4.2.2	Tingkat Kesesuaian Harapan Dan Kinerja Kualitas Jasa Salon Putri	170
4.2.2.1	Tingkat Kesesuaian Harapan Dan Kinerja Kualitas Jasa Salon Putri Mengenai Sub Variabel <i>Tangible</i>	170
4.2.2.2	Tingkat Kesesuaian Harapan Dan Kinerja Kualitas Jasa Salon Putri Mengenai Sub Variabel <i>Reliability</i>	172

4.2.2.3	Tingkat Kesesuaian Harapan Dan Kinerja Kualitas Jasa Salon Putri Mengenai Sub Variabel <i>Responsiveness</i>	173
4.2.2.4	Tingkat Kesesuaian Harapan Dan Kinerja Kualitas Jasa Salon Putri Mengenai Sub Variabel <i>Assurance</i>	174
4.2.2.5	Tingkat Kesesuaian Harapan Dan Kinerja Kualitas Jasa Salon Putri Mengenai Sub Variabel <i>Empathy</i>	176
4.2.3	Gambaran Tingkat Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Jasa Salon Putri.....	177
4.2.3.1	Penggunaan Ulang Jasa Yang Dimiliki	178
4.2.3.2	Penggunaan Jasa Lain Yang Dimiliki	179
4.2.3.3	Mereferensikan Kepada Orang Lain.....	181
4.2.3.4	Kekebalan Terhadap Daya Tarik Penawaran Dari Pesaing	182
4.2.4	Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Salon Putri terhadap Loyalitas Pelanggan	186
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	189
5.1	Kesimpulan	189
5.2	Saran	190

DAFTAR TABEL

Tabel

Halaman

1.	Jumlah Pelanggan di Salon Putri pada Bulan Januari 2007 – Februari 2007(a)	05
2.	Definisi Operasional Variabel	22
3.	Jumlah Pelanggan di Salon Putri pada Bulan Januari 2007 – Februari 2007 (b)	34
4.	Tingkat Keeratan Hubungan Korelasi	39
5.	Perbedaan Konsep Penjualan dan Pemasaran	51
6.	Harga untuk Potong Rambut dan Blow, Creambath, Facial, dan Body Spadi Salon Putri	137
7.	Harga untuk Keriting, Rebonding, Laminating, dan Cat Rambut di Salon Putri	137
8.	Karakteristik Responden (Profil Pelanggan) Berdasarkan Jenis Kelamin	143
9.	Karakteristik Responden (Profil Pelanggan) Berdasarkan Usia	144
10.	Karakteristik Responden (Profil Pelanggan) Berdasarkan Jenis Pekerjaan yang dimiliki	145
11.	Karakteristik Responden (Profil Pelanggan) Berdasarkan Pendidikan Yang Terakhir.....	146
12.	Karakteristik Responden (Profil Pelanggan) Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	147
13.	Salon Putri Memiliki Ruangan Yang Nyaman	149
14.	Salon Putri Memiliki Peralatan Yang Lengkap	150

15.	Salon Putri Memiliki Tempat Parkir Yang Aman	152
16.	Penampilan Karyawan Salon ^{xiii} Putri Meyakinkan Dalam Melayani	153
17.	Pelayanan Karyawan Salon Putri Cepat	155
18.	Pemberian Pelayanan Salon Putri Sesuai Yang Diinginkan Pelanggan	156
19.	Kemampuan Dalam Menangani Keluhan Pelanggan	157
20.	Karyawan Salon Putri Selalu Siap Untuk Memberikan Jasa Yang Diperlukan Pelanggan	159
21.	Karyawan Salon Putri Bersikap Simpatik Dan Responsif	160
22.	Salon Putri Dapat Dipercaya Dalam Melayani Pelanggan	162
23.	Karyawan Salon Putri Bersikap Sopan	163
24.	Karyawan Salon Putri Memiliki Pengetahuan Terhadap Keseluruhan Jasa Yang Disediakan Oleh Salon Putri	164
25.	Mudah Dalam Melakukan Komunikasi	166
26.	Karyawan Salon Putri Memberikan Perhatian Individual Kepada Pelanggan	167
27.	Karyawan Salon Putri Memberikan Informasi-Informasi Terbaru Yang Diperlukan Pelanggan	168
28.	Tingkat Kesesuaian Kualitas Jasa Sub Variabel <i>Tangible</i>	171
29.	Tingkat Kesesuaian Kualitas Jasa Sub Variabel <i>Reliability</i>	172

		172
30.	Tingkat Kesesuaian Kualitas Jasa Sub Variabel <i>Responsiveness</i>	173
31.	Tingkat Kesesuaian Kualitas Jasa Sub Variabel <i>Assurance</i>	175
32.	Tingkat Kesesuaian Kualitas Jasa Sub Variabel <i>Empathy</i>	176
33.	Penggunaan Ulang Jasa Yang Dimiliki	178
34.	Penggunaan Jasa Lain Yang Dimiliki	180
35.	Mereferensikan Kepada Orang Lain	181
36.	Kekebalan Terhadap Dayxiv Farik Penawaran Dari Pesaing	183
37.	Rekapitulasi Nilai Korelasi Antara Unsur Dimensi Kualitas Jasa Dengan Loyalitas Pelanggan	184
38.	Output Uji Korelai Rank Spearman Antara Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan	185

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
1.	Bagan Kerangka Pemikiran	19
2.	Konsep Inti Pemasaran	48
3.	Perbedaan Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran	51
4.	Bauran Pemasaran (4P)	56
5.	Pemasaran dalam Industri Jasa	67
6.	Strategi-Strategi Penyesuaian Penawaran dan Permintaan Jasa	69
7.	Model Konseptual Jasa.....	91
8.	Konsep kepuasan pelanggan	107
9.	Pengaruh Harapan Terhadap Kepuasan	110
10.	<i>Profit Generator System</i>	125
11.	Kriteria Penolakan H_0	187

