

ABSTRACT

Service quality is an important factor for companies especially in the field of retail business. In the increasingly competition, service quality can be a competitive advantage. Service is a kind of products that does not have physical form and create no ownership and non-durable. Therefore, it is difficult for consumers to judge the quality of service. 5 dimensions SERVICE QUALITY by Parasuraman is the one of indicators that be able to measure the quality of service.

The purpose of this research is to analyze whether there is an influence of service quality to customer loyalty. In this research, researcher used Lawson minimarket as an object of research. For research's data collection, 180 customer of Lawson minimarket customer taken as respondents with purposive sampling technique. Where samples were selected with the conditions considered to have essential characteristics relevant to the study. The analyze of this research is simple linear regression method, along with validity test, reliability test, and classical assumptions.

The result of this research indicates that the quality of services influence customer loyalty significantly. This research was also supported by the results of previous researches with the same study of the effect of service quality on customer loyalty. With this result, it can be concluded that the quality of services plays an important role in building customer loyalty

Keywords: service quality, SERVQUAL, customer loyalty

ABSTRAK

Kualitas layanan menjadi faktor penting bagi perusahaan-perusahaan, terutama dalam bisnis ritel. Di dalam persaingan yang semakin ketat, kualitas layanan dapat menjadi keunggulan kompetitif. Jasa merupakan bentuk dari produk yang tidak memiliki bentuk, tidak menimbulkan kepemilikan dan tidak tahan lama. Oleh karena itu, sulit bagi konsumen untuk menilai kualitas suatu jasa. Salah satu alat ukur yang dapat digunakan untuk menilai kualitas suatu jasa adalah kualitas layanan dengan 5 dimensi SERVQUAL oleh Parasuraman.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen. Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Lawson *minimarket*. *Minimarket* khususnya Lawson; sebagai objek penelitian. Untuk pengumpulan data penelitian, diambil 180 responden Lawson *minimarket* dengan teknik pengambilan data purposive sampling. Dimana sampel dipilih dengan syarat-syarat yang dipandang memiliki ciri-ciri esensial yang relevan dengan penelitian. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier sederhana, dengan disertai uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian sebelumnya dengan hasil penelitian yang sama yaitu pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen. Dengan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berperan dalam membangun loyalitas konsumen.

Kata Kunci: kualitas layanan, SERVQUAL, loyalitas konsumen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II STUDI PENDAHULUAN	
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Jasa.....	14
2.1.3 Kualitas Layanan	17
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	20

2.1.5	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	21
2.2	Rerangka Teoritis	23
2.3	Rerangka Pemikiran	24
2.4	Penelitian Terdahulu	25
2.5	Model Riset	27
2.6	Hipotesis.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	29
3.1.1	Variabel Independen	29
3.1.2	Variabel Dependen.....	31
3.2	Jenis Penelitian.....	32
3.3	Populasi dan sampel.....	33
3.3.1	Populasi.....	33
3.3.2	Sampel.....	33
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.5	Definisi Operasional Variabel (DOV)	35
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7	Uji Pendahuluanl	39
3.7.1	Uji Validitas.....	39
3.7.2	Uji Realibilitas	40
3.8	Teknik Analisis Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Responden	41
-----	--------------------------	----

4.2	Analisis Variabel Penelitian	42
4.2.1	Kualitas Layanan	42
4.2.2	Loyalitas Pelanggan	44
4.3	Analisis Kuantitatif	46
4.3.1	Uji Kualitas Data	46
	a. Uji Validitas.....	46
	b. Uji Realibilitas	49
4.3.2	Analisis Data	52
	a. Besarnya Pengaruh Simultan.....	53
	b. Uji Simultan	53
	c. Besarnya Pengaruh Parsial.....	54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	55
5.2	Saran dan Keterbatasan Penelitian	55
5.2.1	Saran Penelitian Lanjutan.....	55
5.2.2	Keterbatasan Penelitian	56
	DAFTAR PUSTAKA	57
	LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Ritel <i>Modern</i> dan Ritel Tradisional	2
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	25

Tabel 3.1 Tabel DOV	35
Tabel 4.1 Gambaran penelitian berdasarkan jenis kelamin	41
Tabel 4.2 Gambaran penelitian berdasarkan usia	42
Tabel 4.3 Gambaran variabel kualitas layanan	43
Tabel 4.4 Gambaran variabel kualitas konsumen	44
Tabel 4.5 Gambaran uji validitas	47
Tabel 4.6 Gambaran variabel validitas.....	48
Tabel 4.7 Gambaran uji reabilitas variabel X	50
Tabel 4.8 Gambaran uji reabilitas variabel Y	50
Tabel 4.9 Gambaran variabel reliabilitas	51
Tabel 4.12 Gambaran besar pengaruh simultan.....	53
Tabel 4.13 Gambaran Uji Simultan	53
Tabel 4.14 Gambaran Besar Pengaruh Parsial.....	54

DAFTAR GAMBAR

Grafik 1 Pertumbuhan dari bentuk-bentuk ritel <i>modern</i>	3
Gambar 1 Rerangka Teoritis	23
Gambar 2 Rerangka Pemikiran	24
Gambar 3 Model Riset	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	59
Lampiran 2 Variabel Kualitas Layanan	62
Lampiran 3 Variabel Loyalitas Konsumen	63
Lampiran 4 Validitas	64
Lampiran 5 Reliabilitas Variabel X	67
Lampiran 6 Reliabilitas Variabel Y	68
Lampiran 7 Regresi Linier Sederhana	69