

## **ABSTRACT**

*In business competition, companies should be able to find the factors that can make companies excel in competition. The high interest of consumers buying often a decisive advantage in business competition. Factors that may affect consumer buying interest one of them is service quality. Based on this, conducted a study that aims to test how much service quality depend on consumer loyalty, in this case the products is Starbuck Coffee. The data were collected through questionnaires distributed to student at the Maranatha Christian University ever goes to Starbuck Coffee. Sample taken as many as 100 people with a 100% rate of return. Of the proposed of hipotesis, service quality are depend on consumer loyalty. Manageria implications of the study are expected to increase information about what factors are very influential on consumer loyalty so as to make companies excel in the competitive business. For further research is expected to be complementary to other factors that have not been included in this study, so the result can be more developed.*

**Keywords:** Service Quality , Consumen Loyalty



## ABSTRACT

Dalam ketat nya persaingan bisnis, perusahaan harus mampu menemukan faktor-faktor yang dapat membuat perusahaan unggul dalam bersaing. Tinggi nya minat beli konsumen sering kali menjadi penentu keunggulan dalam persaingan bisnis. Faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen salah satu nya adalah kualitas pelayanan nya. Berdasarkan hal tersebut, dilakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, dalam hal ini yang menjadi produk adalah Starbucks Coffee. Adapun data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang pernah datang ke gerai Starbucks Coffee tersebut. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang dengan tingkat pengembalian 100%. Dari hipotesis yang diambil dalam penelitian ini, membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen. Implikasi manajerial yang diharapkan dari hasil penelitian adalah bertambah nya informasi tentang faktor-faktor apa saja yang sangat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sehingga dapat membuat perusahaan unggul dalam persaingan bisnis. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih melengkapi faktor-faktor lain yang belum terdapat dalam penelitian ini, sehingga hasil penelitian dapat lebih berkembang.

Kata kunci : Kualitas Layanan , Loyalitas Konsumen

## DAFTAR ISI

## HALAMAN

|                                                                          |      |
|--------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL.....                                                       | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                                  | ii   |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....                       | iii  |
| SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN..... | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                                                      | v    |
| ABSTRACT.....                                                            | viii |
| ABSTRAK.....                                                             | ix   |
| DAFTAR ISI.....                                                          | x    |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                       | xv   |
| DAFTAR TABEL.....                                                        | vi   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                                     | ix   |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                                   | 1    |
| 1.1 latar belakang.....                                                  | 1    |
| 1.2 rumusan masalah.....                                                 | 4    |
| 1.3 tujuan penelitian.....                                               | 4    |
| 1.4 kegunaan penelitian.....                                             | 5    |
| BAB II LANDASAN TEORI.....                                               | 6    |
| 2.1 kajian pustaka.....                                                  | 6    |
| 2.1.1 pemasaran.....                                                     | 6    |
| 2.1.2 teori marketing mix/bauran pemasaran.....                          | 7    |
| 2.1.3 jasa.....                                                          | 7    |
| 2.1.3.1 karakteristik jasa.....                                          | 8    |
| 2.1.3.2 klasifikasi jasa.....                                            | 9    |

|                                                                                 |           |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.4 kualitas pelayanan.....                                                   | 10        |
| 2.1.4.1 faktor yang mempengaruhi kualitas layanan.....                          | 11        |
| 2.1.4.2 mengelola kualitas layanan.....                                         | 13        |
| 2.1.5 loyalitas pelanggan.....                                                  | 15        |
| 2.1.5.1 riset empiris.....                                                      | 19        |
| 2.2 rerangka teoritis.....                                                      | 21        |
| 2.3 rerangka pemikiran.....                                                     | 22        |
| 2.4 pengembangan hipotesis.....                                                 | 23        |
| 2.5 model penelitian.....                                                       | 24        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                                           | <b>25</b> |
| 3.1 jenis penelitian.....                                                       | 25        |
| 3.2 populasi.....                                                               | 25        |
| 3.3 sampel.....                                                                 | 26        |
| 3.4 teknik pengambilan sampel.....                                              | 26        |
| 3.5 definisi operasional variable.....                                          | 27        |
| 3.6 teknik pengumpulan data.....                                                | 30        |
| 3.6.1 data sekunder.....                                                        | 30        |
| 3.7 uji kualitas data.....                                                      | 30        |
| 3.7.1 uji validitas.....                                                        | 31        |
| 3.7.2 uji reliabilitas.....                                                     | 32        |
| 3.7.3 uji asumsi klasik.....                                                    | 33        |
| 3.8 metode analisis data.....                                                   | 33        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                              | <b>35</b> |
| 4.1 analisis karakteristik responden.....                                       | 35        |
| 4.1.1 analisis karakteristik responden Starbucks berdasarkan jenis kelamin..... | 35        |

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1.2 analisis karakteistik responden Starbucks berdasarkan usia.....       | 36 |
| 4.1.3 analisis karakteristik responden Starbucks berdasarkan pernah/tidak.. | 36 |
| 4.2 uji validitas.....                                                      | 36 |
| 4.2.1 hasil uji validitas.....                                              | 36 |
| 4.3 uji reliabilitas.....                                                   | 37 |
| 4.3.1 hasil uji reliabilitas.....                                           | 37 |
| 4.4 uji normalitas.....                                                     | 37 |
| 4.5 uji heterokedasitisitas.....                                            | 38 |
| 4.6 uji regresi.....                                                        | 39 |
| 4.7 implikasi manajerial.....                                               | 41 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....                                             | 42 |
| 5.1 KESIMPULAN.....                                                         | 42 |
| 5.2 SARAN.....                                                              | 42 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                         | 43 |