

## ABSTRAK

**Irvansyah Maulana, 2007, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends Bandung, di bawah bimbingan Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja, MM.**

Penilaian Kualitas Pelayanan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends ditinjau dari lima dimensi, yaitu: *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Dari penelitian diketahui besarnya nilai koefisien korelasi Pearson antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan adalah 0,686. Nilai koefisien korelasi ini jika dibandingkan dengan kriteria Guilford menunjukkan hubungan yang sedang/cukup erat. Kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 47,03% yang berarti sebesar 47,03% dari loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dan sisanya sebesar 52,97% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain misalnya harga dan promosi. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif dan verifikatif, tipe penelitian ini adalah tipe penelitian korelasional dan kausalitas. Unit analisis penelitian ini adalah individual, yaitu para pelanggan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends. THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends bergerak dibidang jasa makanan dan minuman yang jasa utamanya yaitu menyediakan kopi espresso yang di campur bahan lainnya. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa makanan/minuman seperti halnya THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, serta harapan pelanggan. Melalui kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka diharapkan akan terbentuk loyalitas pelanggan yang merupakan asset yang sangat berharga bagi perusahaan.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

## **ABSTRACT**

***Irvansyah Maulana, 2007, The Influence of Service Quality on THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends Customers Loyalty, under the supervision of Dr.Ir.Surachman Surjaatmadja, MM.***

*Service quality appraiser of THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends is evaluated from five dimensions are tangible, empathy, reliability, responsiveness, and assurance. From research know that the amounts Pearson's correlation coefficient between service quality with customers loyalty is 0.686. This correlation coefficient value in comparison with criterion Guilford show the relation which related enough. The determination of coefficient momentum is 47,03% which means that up to 47,03% from customers loyalty are influenced by service quality, and the remaining 52,97% customers loyalty are influenced by other variables, among others promotion and price. The research methods used in the writing of this thesis are Descriptive and Verificative method, whereas, the types of this research are correlation and causality. The analysis unit for this research is individual unit, which are THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends customers loyalty. THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends that specialist in served coffe espresso. To make survival of a business, THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends required to continues provide superior service fit expectation of customer. Given service quality fit expectations of customers, it is expected to form customer loyalty constituting valuable assets for a company.*

***Key words:*** *Service Quality, Customer Loyalty, The Influence Of Service Quality on Customer Loyalty*

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTARTABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Kegunaan Penelitian.....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	14
2.1.1 Pelayanan.....	14
2.1.2 Kualitas.....	16
2.1.2.1 Perspektif Kualitas.....	17
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.3.2 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan.....	24
2.1.3.3 Biaya Kualitas Pelayanan.....	26
2.1.3.4 Manfaat Kualitas Pelayanan.....	27
2.1.3.5 Faktor-Faktor Penyebab Kualitas Pelayanan Yang Buruk... ..	28
2.1.3.6 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan.....	29
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	32
2.1.4.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	33
2.1.4.2 Tingkatan Loyalitas Pelanggan .....	34
2.1.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	36
2.2 Kerangka Pemikiran.....	37
2.3 Hipotesis.....	39
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian.....	40
3.2 Metode Penelitian.....	40
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.2.2 Metode Penentuan Sampel.....	47
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.2.4 Analisis Data.....	49

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian.....	55
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	55
4.1.2 Struktur Organisasi.....	55
4.1.3 Profil Responden.....	58
4.2 Pembahasan.....	61
4.2.1 Kualitas Pelayanan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends Bandung.....	61
4.2.1.1 Dimensi <i>Tangible</i> dari Kualitas Pelayanan .....	62
4.2.1.2 Dimensi <i>Empathy</i> dari Kualitas Pelayanan .....	66
4.2.1.3 Dimensi <i>Reliability</i> dari Kualitas Pelayanan.....	70
4.2.1.4 Dimensi <i>Responsiveness</i> dari Kualitas Pelayanan .....	73
4.2.1.5 Dimensi <i>Assurance</i> dari Kualitas Pelayanan .....	77
4.2.2 Loyalitas Pelanggan.....	80
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	83
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b>	91
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	93

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Struktur PDB Menurut Lapangan Usaha Tahun 2003-2005 (Persentase).....	1
Tabel 1.2	Bidang Usaha Waralaba di Indonesia dan Jumlahnya.....	2
Tabel 1.3	Peningkatan Jumlah Café di Bandung Tahun 2002-2006.....	3
Tabel 1.4	Data Pelanggan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends 2007.....	6
Tabel 1.5	Harga Kopi THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends.....	8
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.2	Jumlah Pelanggan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends	47
Tabel 3.3	Tingkat Keeratan Hubungan Korelasi.....	52
Tabel 4.1	Profil Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.2	Profil Pelanggan Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3	Profil Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4.4	Profil Pelanggan Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	60
Tabel 4.5	Kualitas Pelayanan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends Untuk Dimensi Tangibles.....	62
Tabel 4.6	Kualitas Pelayanan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends Untuk Dimensi Empathy.....	66
Tabel 4.7	Kualitas Pelayanan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends Untuk Dimensi Reliability.....	70
Tabel 4.8	Kualitas Pelayanan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends Untuk Dimensi Responsiveness.....	73
Tabel 4.9	Kualitas Pelayanan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends Untuk Dimensi Assurance.....	77
Tabel 4.10	Loyalitas Pelanggan THE DAILY CAFFEINE Brews & Blends.....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Pemikiran.....	39
Gambar 4.1 Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi Pearson (SPSS).....	85
Gambar 4.2 Kriteria Penolakan Ho.....	87