

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Restoran Sushi Tei Sukawangi Bandung). Latar belakang dari penelitian ini adalah perkembangan kehidupan manusia seiring waktu akan terus mengalami perubahan yang diikuti oleh perkembangan ekonomi, teknologi dan budaya di era modern ini. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak rumah makan atau restoran cepat saji yang menawarkan produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan gaya hidup masa kini. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh elemen kualitas layanan yang diukur melalui 5 dimensi kualitas layanan, yaitu tangible, empathy, responsiveness, reliability, dan assurance terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan dari tujuan penelitian, maka jenis penelitian ini adalah causal explanatory. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat sekitar Kota Bandung yang pernah berkunjung ke Sushi Tei, sementara kriteria sampel dalam penelitian ini adalah Masyarakat sekitar Universitas Maranatha yang pernah berkunjung ke Sushi Tei. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey dengan kuisioner yang diisi oleh 136 responden disekitar Universitas Kristen Maranatha Bandung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen di Sushi Tei Sukawangi Bandung. Besar Nilai Adjusted R^2 menunjukkan pengaruh simultan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 38,0% dan sedangkan sisanya sebesar 62,0% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci : Kualitas Layanan , Loyalitas Konsumen

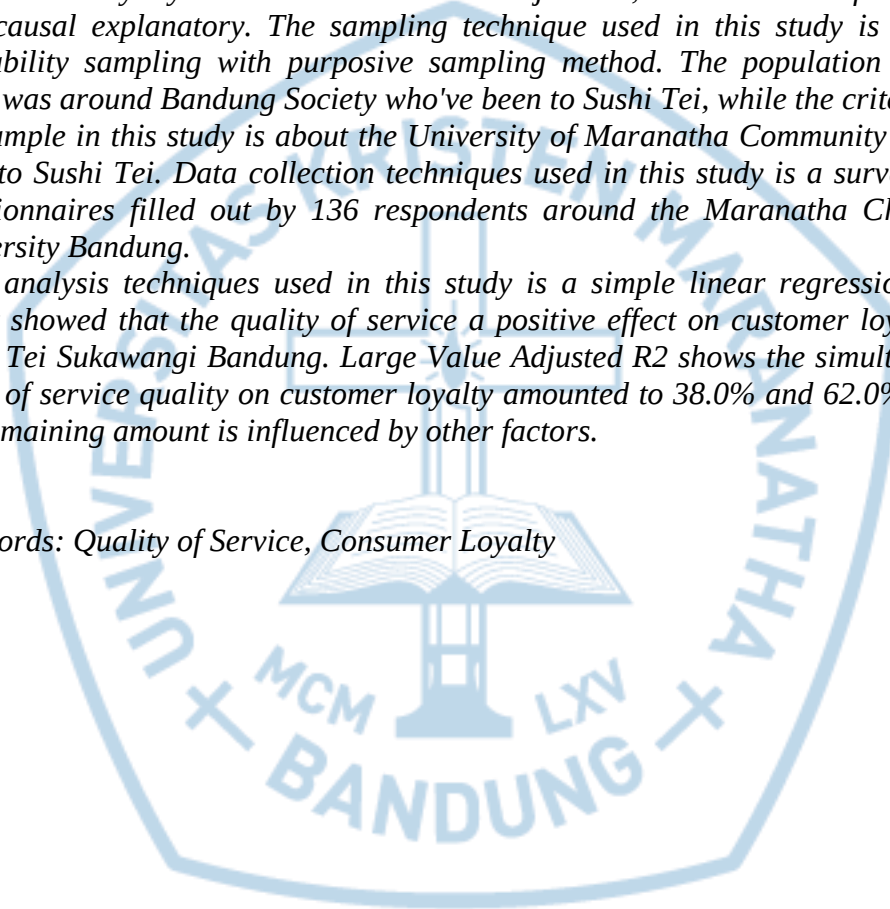
ABSTRACT

This study, entitled Effect of Service Quality on Customer Loyalty (Studies in Restaurants Sushi Tei Sukawangi Bandung). The background of this research is the development of human life over time will continue to change, followed by economic development, technology and culture in the modern era.

The phenomenon supports the emergence of a lot of restaurants and fast food restaurants that offer products and services to meet community needs for today's lifestyle. The aim of this research was to examine and analyze the influence of elements of service quality as measured through the five dimensions of quality of their services, that is tangible, empathy, responsiveness, reliability, and assurance on customer loyalty. Based on the research objectives, then this kind of research is a causal explanatory. The sampling technique used in this study is a non-probability sampling with purposive sampling method. The population in this study was around Bandung Society who've been to Sushi Tei, while the criteria for the sample in this study is about the University of Maranatha Community who've been to Sushi Tei. Data collection techniques used in this study is a survey with questionnaires filled out by 136 respondents around the Maranatha Christian University Bandung.

Data analysis techniques used in this study is a simple linear regression. The result showed that the quality of service a positive effect on customer loyalty in Sushi Tei Sukawangi Bandung. Large Value Adjusted R² shows the simultaneous effect of service quality on customer loyalty amounted to 38.0% and 62.0% while the remaining amount is influenced by other factors.

Keywords: Quality of Service, Consumer Loyalty



DAFTAR ISI

	Halaman
COVER LUAR	i
COVER DALAM	ii
COVER BAHASA INGGRIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
SURAT KETERANGAN	vi
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran	6
2.2 Entitas Pemasaran	6
2.3 Jasa	9
2.3.1 Kategori Jasa	10
2.3.2 Karakteristik Jasa	12
2.4 Kualitas Layanan	13
2.4.1 Dimensi-Dimensi Kualitas Layanan	14
2.5 Perilaku Konsumen	15
2.6 Nilai Pelanggan	16
2.7 Kepuasan Pelanggan	16
2.8 Loyalitas Pelanggan	17
2.8.1 Ciri-Ciri Pelanggan Loyal	17
2.8.2 Tingkatan Loyalitas Pelanggan	18
2.9 Penelitian Terdahulu	19
2.10 Rerangka Teoritis	24
2.11 Model Penelitian	25
2.12 Rerangka Pemikiran	26
2.13 Pengembangan Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	30
3.3 Definisi Operasional Variabel	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5 Uji Pendahuluan	40
3.5.1 Uji Normalitas	40
3.5.2 Uji Validitas	40
3.5.3 Uji Reliabilitas	41
3.5.4 Uji Heteroskedastisitas	41
3.6 Metode Analisis Data	42
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Responden	44
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	46
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	48
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Kunjungan	49
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Belanja	50
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	51
4.2.1 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 1	51
4.2.2 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 2	52
4.2.3 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 3	53
4.2.4 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 4	54
4.2.5 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 5	55
4.2.6 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 6	56
4.2.7 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 7	57
4.2.8 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 8	58
4.2.9 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 9	59
4.2.10 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 10	60
4.2.11 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 11	61
4.2.12 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 12	62
4.2.13 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 13	63
4.2.14 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 14	64
4.2.15 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 15	65
4.2.16 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 16	66
4.2.17 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 17	67
4.2.18 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 18	68
4.2.19 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 19	69
4.2.20 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 20	70
4.2.21 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 21	71
4.2.22 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 22	72
4.2.23 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 23	73
4.2.24 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 24	74
4.2.25 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 25	75
4.2.26 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 26	76
4.2.27 Frekuensi Pernyataan Kuesioner Nomor 27	77

4.3 Uji Kecukupan Sampel	78
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	79
4.4.1 Uji Validitas	79
4.4.2 Uji Reliabilitas	83
4.4.3 Uji Normalitas	84
4.4.4 Uji Heteroskedastisitas	86
4.4.5 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)	87
4.4.6 Koefisien Determinasi Adjusted (R^2)	87
4.4.7 Persamaan Regresi Sederhana	88
4.5 Pembahasan	89
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Implikasi Manajerial	92
5.3 Keterbatasan Penelitian	93
5.4 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 3.4 Skala <i>Likert</i>	39
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	48
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Kunjungan	49
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Belanja	50
Tabel 4.7 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 1	51
Tabel 4.8 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 2	52
Tabel 4.9 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 3	53
Tabel 4.10 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 4	54
Tabel 4.11 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 5	55
Tabel 4.12 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 6	56
Tabel 4.13 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 7	57
Tabel 4.14 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 8	58
Tabel 4.15 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 9	59
Tabel 4.16 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 10	60
Tabel 4.17 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 11	61
Tabel 4.18 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 12	62
Tabel 4.19 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 13	63
Tabel 4.20 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 14	64
Tabel 4.21 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 15	65
Tabel 4.22 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 16	66
Tabel 4.23 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 17	67
Tabel 4.24 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 18	68
Tabel 4.25 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 19	69
Tabel 4.26 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 20	70
Tabel 4.27 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 21	71
Tabel 4.28 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 22	72
Tabel 4.29 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 23	73
Tabel 4.30 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 24	74
Tabel 4.31 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 25	75
Tabel 4.32 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 26	76
Tabel 4.33 Frekuensi Item Pernyataan Nomor 27	77
Tabel 4.34 KMO and Bartlett's Test	78
Tabel 4.35 Hasil Uji Validitas <i>Service Quality</i>	80
Tabel 4.36 Hasil Uji Validitas <i>Customer Loyalty</i>	82
Tabel 4.37 Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel 4.38 Hasil Uji Statistik FTabel	87
Tabel 4.39 Hasil Uji Koefisien Determinasi Adjusted (R^2)	87
Tabel 4.40 Coefficient Regresi Sederhana	88

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Teoritis	24
Gambar 2.2 Model Penelitian	25
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Grafik Histogram	84
Gambar 4.2 Grafik Plot	85
Gambar 4.3 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas	86

