

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop Setiabudi Bandung. Data penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan secara langsung dengan cara penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan Barber Pop Setiabudi Bandung. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan program SPSS. Pada analisis data juga dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan yang meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop Setiabudi Bandung sebesar 68,1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Adapun hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan terdapat pengaruh *reliability* terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop. Tidak terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop. Terdapat pengaruh *assurance* terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop. Terdapat pengaruh *empathy* terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop. Tidak terdapat pengaruh *tangible* terhadap loyalitas pelanggan Barber Pop.

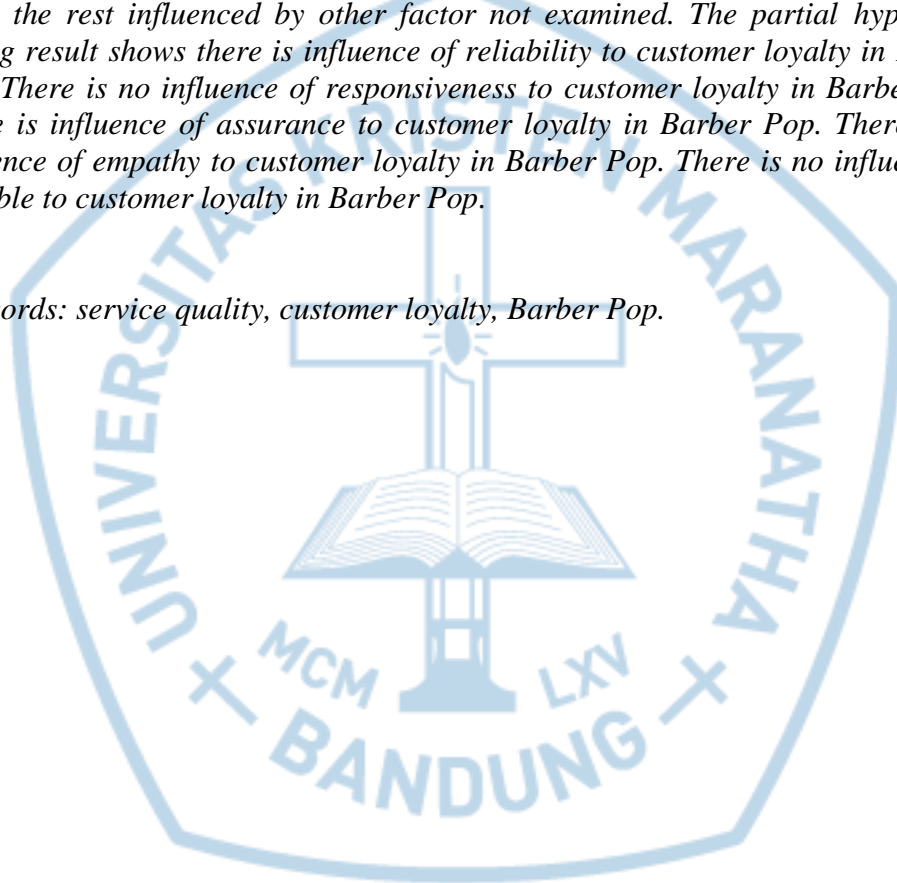
Kata kunci : kualitas layanan, loyalitas pelanggan, Barber Pop.



ABSTRACT

This research aims to test and analyze the effect of service quality on customer loyalty in Barber Pop Setiabudi Bandung. The data used in this research is primary data which are collected directly by distributing questionnaires to 100 respondents who are customers of Barber Pop Setiabudi Bandung. Technique of data analysis on this research using multiple regression analysis with SPSS program. In the data analysis also tested the validity, reliability, classical assumption test, hypothesis test and coefficient of determination. Overall, service quality that includes reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible influence on customer loyalty in Barber Pop Setiabudhi Bandung equal to 68,1%, while the rest influenced by other factor not examined. The partial hypothesis testing result shows there is influence of reliability to customer loyalty in Barber Pop. There is no influence of responsiveness to customer loyalty in Barber Pop. There is influence of assurance to customer loyalty in Barber Pop. There is an influence of empathy to customer loyalty in Barber Pop. There is no influence of tangible to customer loyalty in Barber Pop.

Keywords: service quality, customer loyalty, Barber Pop.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	7
2.1.3 Jasa (<i>Service</i>).....	8
2.1.3.1 Karakteristik Jasa	9
2.1.3.2 Klasifikasi Jasa.....	10
2.1.4 Kualitas Jasa (Pelayanan)	12
2.1.4.1 Kualitas Jasa Yang Dipersepsikan Pelanggan.....	13
2.1.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan	14
2.1.4.3 Atribut Kualitas Pelayanan	16
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.5.1 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ...	19
2.1.6 Loyalitas Pelanggan.....	26
2.1.6.1 Keuntungan Loyalitas Pelanggan	27
2.1.6.2 Jenis Loyalitas Pelanggan.....	28
2.1.6.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan	30
2.1.7 Hasil Riset Empiris.....	32
2.2 Kerangka Pemikiran.....	34
2.3 Pengembangan Hipotesis	35
2.4 Model Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Populasi, Sampel, dan Ukuran	37

3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5	Operasional Variabel Penelitian.....	40
3.6	Skala Pengukuran.....	42
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.7.1	Uji Validitas.....	42
3.7.2	Uji Reliabilitas	43
3.8	Uji Asumsi Klasik	43
3.8.1	Uji Normalitas Data.....	43
3.8.2	Uji Multikolinearitas.....	44
3.8.3	Uji Heteroskedastisitas	44
3.9	Metode Pengolahan Data	45
3.9.1	Uji Korelasi.....	45
3.9.2	Regresi Berganda.....	46
3.9.3	Koefisien Determinasi	47
3.9.4	Pengujian Hipotesis	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Gambaran Karakteristik Responden	49
4.1.2	Respon Responden.....	51
4.1.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Ketepatan Waktu Karyawan	51
4.1.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Tanggung Jawab Karyawan.....	52
4.1.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Kecepatan Respon Karyawan BarberPop.....	52
4.1.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Tawaran Bantuan Karyawan BarberPop pada Setiap Pelanggan.....	53
4.1.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Penanganan Keluhan Pelanggan oleh Karyawan BarberPop Dengan Cepat dan Tepat.....	54
4.1.2.6	Tanggapan Responden Terhadap Pemberian Informasi Selalu Tepat dan <i>Up to date</i> oleh Karyawan BarberPop.....	54
4.1.2.7	Tanggapan Responden Terhadap Keluasan Pengetahuan Karyawan BarberPop	55
4.1.2.8	Tanggapan Responden Terhadap Kepribadian Karyawan BarberPop Sangat Memadai Dalam Hal Kesopanan, Keramahan, dan Perhatian	56
4.1.2.9	Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Karyawan BarberPop Dalam Meyakinkan Pelanggan.....	56
4.1.2.10	Tanggapan Responden Terhadap Ketulusan Karyawan BarberPop.....	57
4.1.2.11	Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan Komunikasi Karyawan BarberPop	58

4.1.2.12	Tanggapan Responden Terhadap Pemahaman Karyawan BarberPop Atas Keinginan Setiap Pelanggan.....	58
4.1.2.13	Tanggapan Responden Terhadap Tata Letak/ Ruangan BarberPop yang Rapih dan Nyaman ..	59
4.1.2.14	Tanggapan Responden Terhadap Tampilan Luar dan Dalam BarberPop	60
4.1.2.15	Tanggapan Responden Terhadap Kelengkapan Peralatan BarberPop	60
4.1.2.16	Tanggapan Responden Terhadap Kerapihan dan Penampilan Karyawan BarberPop yang Menarik.....	61
4.1.2.17	Tanggapan Responden Bahwa Mereka Akan Kembali Menggunakan Jasa BarberPop.....	61
4.1.2.18	Tanggapan Responden Bahwa Mereka Akan Tetap Memilih BarberPop Sebagai Jasa Barbershop.....	62
4.1.2.19	Tanggapan Responden Bahwa Mereka Akan Merekomendasikan BarberPop Kepada Teman-Teman	63
4.1.3	Hasil Uji Validitas	63
4.1.4	Hasil Uji Reliabilitas.....	66
4.1.5	Uji Asumsi Klasik	69
4.1.5.1	Uji Normalitas.....	69
4.1.5.2	Uji Multikolinearitas	70
4.1.5.3	Uji Heteroskedastisitas	71
4.1.6	Metode Analisis Data	72
4.1.6.1	Regresi Berganda.....	72
4.1.6.2	Uji Hipotesis	73
4.1.6.3	Koefisien Determinasi	76
4.2	Pembahasan.....	77
BAB V PENUTUP		
5.1	Simpulan	80
5.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN.....		84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP (CURRICULUM VITAE).....		107

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>The Four P Components of the Marketing Mix</i>	9
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	25
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran.....	34
Gambar 2.4 Model Penelitian.....	36
Gambar 4.1 <i>Scatterplot</i> Data Penelitian.....	71



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	41
Tabel 3.2 Skor Penilaian Kuesioner	42
Tabel 3.3 Tingkat Keeratan Hubungan.....	46
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa Barber Pop Dalam 6 Bulan Terakhir	50
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Ketepatan Waktu Karyawan Dalam Menyelesaikan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Tanggung Jawab Karyawan BarberPop	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Kecepatan Respon Karyawan BarberPop	52
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Tawaran Bantuan Karyawan BarberPop	53
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Penanganan Keluhan Pelanggan oleh Karyawan BarberPop Dengan Cepat dan Tepat	54
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Pemberian Informasi Selalu Tepat dan <i>Up to date</i> oleh Karyawan BarberPop	54
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Keluasan Pengetahuan Karyawan BarberPop	55
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Kepribadian Karyawan BarberPop Sangat Memadai Dalam Hal Kesopanan, Keramahan, dan Perhatian	56
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Karyawan BarberPop Dalam Meyakinkan Pelanggan	56
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Ketulusan Karyawan BarberPop	57
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan Komunikasi Karyawan BarberPop.....	58
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Pemahaman Karyawan Atas Keinginan Setiap Pelanggan	58
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Tata Letak/ Ruangan BarberPop yang Rapih dan Nyaman.....	59
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Tampilan Luar dan Dalam BarberPop	60
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Kelengkapan Peralatan BarberPop	60
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Kerapihan dan Penampilan Karyawan BarberPop yang Menarik	61
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas pelanggan 1	61
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas pelanggan 2	62
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas pelanggan 3	63
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Reliability</i>	64

Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Responsiveness</i>	64
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Assurance</i>	65
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Empathy</i>	65
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Tangible</i>	65
Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	66
Tabel 4.29 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.30 Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.31 Hasil Uji Multikolinearitas.....	70
Tabel 4.32 Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4.33 Statistik Uji F.....	73
Tabel 4.34 Statistik Uji t.....	75
Tabel 4.35 Model Summary ^b	77



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner Penelitian	84
Lampiran B Skor Kuesioner.....	87
Lampiran C Karakteristik dan Tanggapan Responden.....	92
Lampiran D Hasil Analisis Data SPSS 20.....	97

