

ABSTRAK

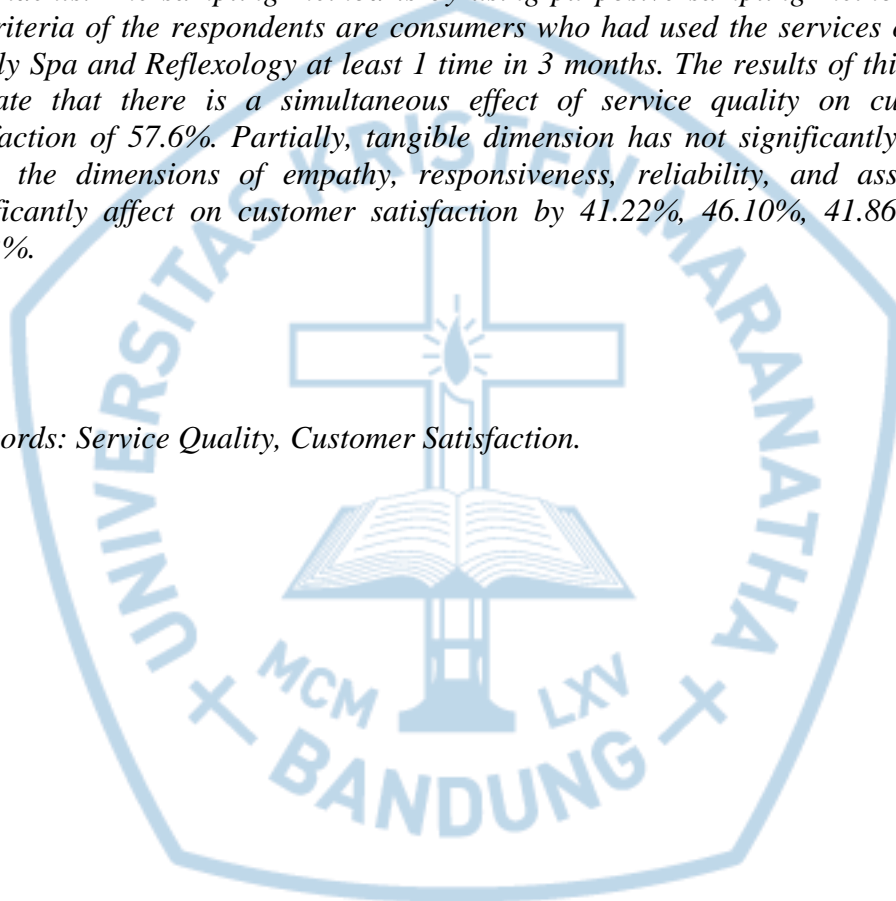
Kesadaran masyarakat Indonesia akan kesehatan tubuh dan kesehatan kulit membuat industri spa diproyeksikan akan tumbuh 93% di perkotaan besar di Indonesia. Terkait industri spa, peneliti melihat aspek kualitas pelayanan memiliki peranan yang penting dalam perkembangan industri spa dan reflexology di perkotaan besar di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ZEN Family Spa and Reflexology. Sampel yang digunakan adalah 180 responden. Metode pengambilan sampel adalah menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria responden merupakan konsumen yang pernah menggunakan jasa ZEN Family Spa and Reflexology minimal 1kali dalam waktu 3bulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 57,6%. Secara parsial, dimensi *tangible* tidak berpengaruh secara signifikan, sedangkan dimensi *empathy*, *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Indonesian society awareness about the body and skin health make the spa industry projected to grow 93% in big city in Indonesia. Related to the spa industry, researchers see the aspect of service quality has an important role in the development of spa industry and reflexology in big city in Indonesia. This study aims to determine how much impact the quality of service on customer satisfaction ZEN Family Spa and Reflexology. The sample used is 180 respondents. The sampling method is by using purposive sampling method, with the criteria of the respondents are consumers who had used the services of ZEN Family Spa and Reflexology at least 1 time in 3 months. The results of this study indicate that there is a simultaneous effect of service quality on customer satisfaction of 57.6%. Partially, tangible dimension has not significantly effect, while the dimensions of empathy, responsiveness, reliability, and assurance significantly affect on customer satisfaction by 41.22%, 46.10%, 41.86% and 44.22%.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	v
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN DATA PERUSAHAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Manajemen	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	11
2.1.4 Perilaku Konsumen	14
2.1.5 Kualitas Pelayanan	15
2.1.5.1 Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	17
2.1.5.2 Empati (<i>Empathy</i>)	18
2.1.5.3 Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	19
2.1.5.4 Keandalan (<i>Reliability</i>)	21
2.1.5.5 Jaminan (<i>Assurance</i>)	22
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	23
2.1.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	28
2.1.8 Riset Empiris	29
2.2 Rerangka Pemikiran	36
2.3 Pengembangan Hipotesis	37
2.4 Model Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	39

3.2	Jenis Penelitian	39
3.3	Populasi dan Sampel	40
3.4	Operasionalisasi Variabel Penelitian	41
3.4.1	Kualitas Pelayanan	41
3.4.2	Kepuasan Pelanggan	43
3.5	Jenis Data	49
3.6	Teknik Pengumpulan Data	49
3.7	Uji Instrumen Penelitian	50
3.7.1	Uji Validitas	51
3.7.2	Uji Reliabilitas	52
3.8	Uji Asumsi Klasik	53
3.8.1	Uji Normalitas	53
3.8.2	Uji Outlier	54
3.8.3	Uji Multikolinieritas	55
3.8.4	Uji Heterokedastisitas	55
3.9	Metode Analisis Data	56
3.9.1	Metode Regresi Berganda	56
3.9.2	Uji Simultan (Uji F)	57
3.9.3	Uji Parsial (Uji T)	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	60
4.1.1	Gambaran Responden	60
4.1.1.1	Jenis Kelamin	60
4.1.1.2	Frekuensi Penggunaan Jasa ZEN Family Spa and Reflexology	61
4.1.2	Tanggapan Responden	63
4.1.3	Uji Instrumen Penelitian	82
4.1.3.1	Uji Validitas	82
4.1.3.2	Uji Reliabilitas	96
4.1.4	Uji Asumsi Klasik	100
4.1.4.1	Uji Normalitas	100
4.1.4.2	Uji Outlier	101
4.1.4.3	Uji Multikolinieritas	103
4.1.4.4	Uji Heterokedastisitas	105
4.1.5	Uji Regresi dan Korelasi	106
4.2	Pembahasan	114
4.2.1	Pengaruh <i>Tangible</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	114
4.2.2	Pengaruh <i>Empathy</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	115
4.2.3	Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	116
4.2.4	Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	116
4.2.5	Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	117
4.2.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	118

4.3 Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris	119
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan.....	122
5.2 Keterbatasan Penelitian	123
5.3 Implikasi Penelitian	124
5.3.1 Implikasi Teoritis.....	124
5.3.2 Implikasi Manajerial.....	124
5.4 Saran	125
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	129
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>) ..	136



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	36
Gambar 2.2 Model Penelitian	38



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Tabel Riset Empiris.....	29
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	44
Tabel 4.1	Tabel Jenis Kelamin Responden	60
Tabel 4.2	Tabel Frekuensi Penggunaan Jasa ZEN Family Spa and Reflexology.....	61
Tabel 4.3	Tanggapan Responden mengenai Peralatan ZEN Family Spa & Reflexology yang Modern, Mendukung Kualitas Pelayanan yang Diberikan (T1)	63
Tabel 4.4	Tanggapan Responden mengenai Tampilan Fisik dan Kondisi Fisik Membuat Saya Nyaman Berada di ZEN Family Spa & Reflexology (T2)	64
Tabel 4.5	Tanggapan Responden mengenai Kebersihan dan Kerapihan Tempat serta Cara Berpakaian Karyawan yang Rapih Membuat Saya Nyaman Berada di ZEN Family Spa & Reflexology (T3)	65
Tabel 4.6	Tanggapan Responden mengenai ZEN Family Spa & Reflexology Memberikan Perhatian Kepada Konsumen (E1)	66
Tabel 4.7	Tanggapan Responden mengenai ZEN Family Spa & Reflexology Memberikan Pelayanan yang Baik (E2)	67
Tabel 4.8	Tanggapan Responden mengenai ZEN Family Spa & Reflexology Memberikan Pelayanan dan Komunikasi yang Ramah dengan Konsumen (E3)	68
Tabel 4.9	Tanggapan Responden mengenai ZEN Family Spa & Reflexology Memberikan Pelayanan secara Cepat dan Tepat (RS1)	69
Tabel 4.10	Tanggapan Responden mengenai Karyawan ZEN Family Spa & Reflexology Bersedia Membantu Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan Konsumen (RS2)	70
Tabel 4.11	Tanggapan Responden mengenai Karyawan ZEN Family Spa & Reflexology dapat Meluangkan Waktu dan Perhatian dalam Menanggapi Keluhan Konsumen (RS3)	71
Tabel 4.12	Tanggapan Responden mengenai ZEN Family Spa & Reflexology Memberikan Pelayanan yang Berkualitas secara Konsisten (RL1)	72
Tabel 4.13	Tanggapan Responden mengenai Konsumen Yakin dan Percaya pada Kemampuan Para Karyawan ZEN Family Spa & Reflexology (RL2)	73

Tabel 4.14	Tanggapan Responden mengenai ZEN Family Spa & Reflexology Memberikan Jasa Layanan dengan Akurat dan Tepat Waktu (RL3)	74
Tabel 4.15	Tanggapan Responden mengenai Konsumen Merasa Nyaman dan Senang dalam Melakukan Jasa Refleksi dan Spa di ZEN Family Spa & Reflexology (A1)	75
Tabel 4.16	Tanggapan Responden mengenai Karyawan ZEN Family Spa & Reflexology Selalu Bersikap Sopan dan Ramah (A2)	76
Tabel 4.17	Tanggapan Responden mengenai Karyawan ZEN Family Spa & Reflexology Selalu Bisa Menjawab Keluhan Konsumen (A3)	77
Tabel 4.18	Tanggapan Responden mengenai ZEN Family Spa & Reflexology Memiliki Komunikasi yang Baik dengan Konsumen (KP1)	78
Tabel 4.19	Tanggapan Responden mengenai ZEN Family Spa & Reflexology Perlu Melakukan Perbaikan dan Peningkatan Kualitas Fasilitas serta Kualitas Layanan Jasanya (KP2)	79
Tabel 4.20	Tanggapan Responden mengenai ZEN Family Spa & Reflexology Mampu Menyampaikan Informasi Layanan Refleksi dan Spa yang Baik Kepada Konsumen (KP3)	80
Tabel 4.21	Uji Validitas Dimensi <i>Tangible</i>	82
Tabel 4.22	Uji Validitas Dimensi <i>Empathy</i>	84
Tabel 4.23	Uji Validitas Dimensi <i>Responsiveness</i>	87
Tabel 4.24	Uji Validitas Dimensi <i>Reliability</i>	89
Tabel 4.25	Uji Validitas Dimensi <i>Assurance</i>	92
Tabel 4.26	Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	94
Tabel 4.27	Uji Reliabilitas Dimensi <i>Tangible</i>	96
Tabel 4.28	Uji Reliabilitas Dimensi <i>Empathy</i>	97
Tabel 4.29	Uji Reliabilitas Dimensi <i>Responsiveness</i>	97
Tabel 4.30	Uji Reliabilitas Dimensi <i>Reliability</i>	98
Tabel 4.31	Uji Reliabilitas Dimensi <i>Assurance</i>	99
Tabel 4.32	Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan	99
Tabel 4.33	Uji Asumsi Klasik Normalitas	100
Tabel 4.34	Uji Asumsi Klasik Outlier	101
Tabel 4.35	Uji Asumsi Klasik Outlier	102
Tabel 4.36	Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas	103
Tabel 4.37	Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas	105
Tabel 4.38	Pengujian Simultan (ANOVA)	108
Tabel 4.39	Pengujian Parsial	109
Tabel 4.40	Persamaan Regresi	110
Tabel 4.41	Korelasi	112
Tabel 4.42	Pengaruh Secara Simultan	113
Tabel 4.43	Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris	119

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Tabel Chi Square	130
Lampiran B Tabel R	131
Lampiran C Kuesioner Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada ZEN Family Spa and Reflexology)	132

