

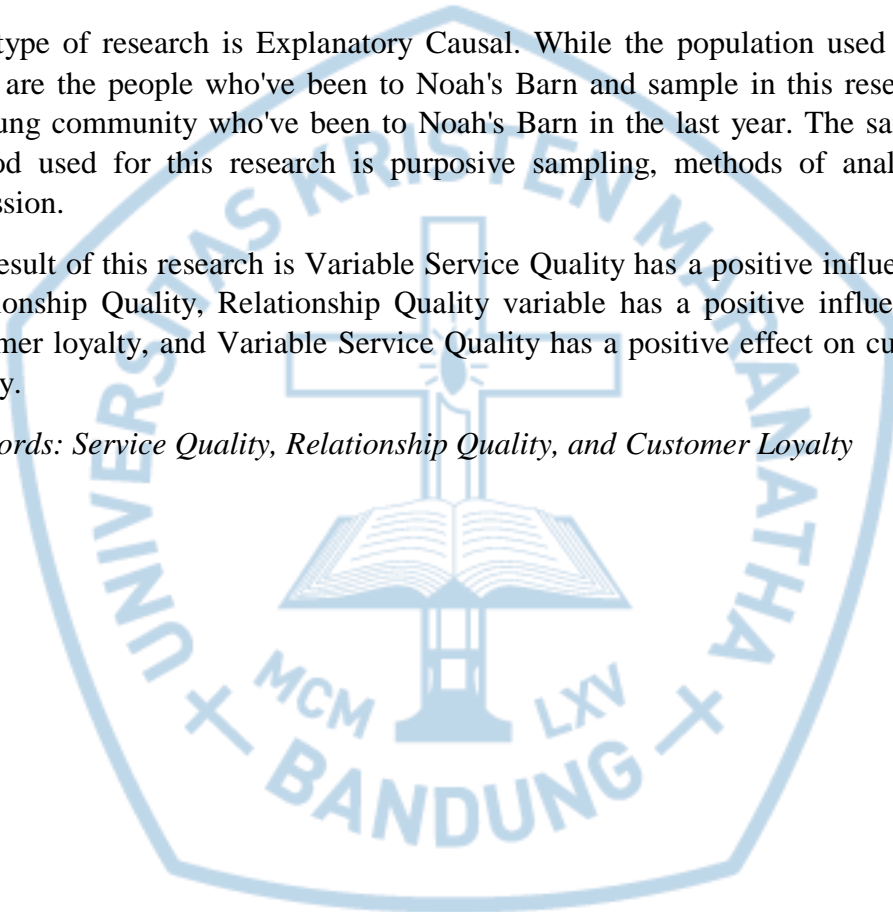
Abstract

In the current era of globalization, competition in trade more so, the company should be customer oriented. One of the factors that determine the level of success and quality of the company is the company's ability to provide services to its customers. Service quality, customer satisfaction and customer loyalty is the most important factor of a successful business competition for service providers. The purpose of this study was to determine whether there is influence between Service Quality on Relationship Quality, Relationship Quality on Customer Loyalty and Service Quality towards Customer Loyalty in Noah's Barn.

This type of research is Explanatory Causal. While the population used in this study are the people who've been to Noah's Barn and sample in this research is Bandung community who've been to Noah's Barn in the last year. The sampling method used for this research is purposive sampling, methods of analysis is regression.

The result of this research is Variable Service Quality has a positive influence on Relationship Quality, Relationship Quality variable has a positive influence on customer loyalty, and Variable Service Quality has a positive effect on customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Relationship Quality, and Customer Loyalty



Abstrak

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia perdagangan semakin terasa, perusahaan harus berorientasi pada pelanggan. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggannya. Kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan menjadi faktor paling penting dari persaingan bisnis yang sukses untuk penyedia layanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Service Quality terhadap Relationship Quality, Relationship Quality terhadap Customer Loyalty, dan Service Quality terhadap Customer Loyalty pada Noah's Barn.

Jenis penelitian ini adalah Causal Explanatory. Sedangkan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah berkunjung ke Noah's Barn dan sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Bandung yang pernah berkunjung ke Noah's Barn dalam setahun terakhir. Metode sampling yang digunakan untuk penelitian ini adalah purposive sampling, sedangkan metode analisisnya adalah regresi berganda.

Hasil penelitian ini adalah Variabel Service Quality memiliki pengaruh yang positif terhadap Relationship Quality, Variabel Relationship Quality memiliki pengaruh yang positif terhadap Customer Loyalty, dan Variabel Service Quality memiliki pengaruh yang positif terhadap Customer Loyalty.

Kata kunci: Service Quality, Relationship Quality, dan Customer Loyalty



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	iv
SURAT KETERANGAN	v
KATA PENGANTAR	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Teori	6
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.2. Bauran Pemasaran Jasa	7
2.1.3. Kualitas.....	9
2.1.3.1. Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.3.2. Kualitas Hubungan	10
2.1.4. Kepuasan Pelanggan	11
2.1.5. Loyalitas Pelanggan	13
2.1.6. Dimensi Variabel Penelitian.....	14
2.1.6.1. Dimensi Kualitas Pelayanan	14
2.1.6.2. Dimensi Kualitas Hubungan.....	15
2.1.6.3. Dimensi Loyalitas Pelanggan	16
2.2. Kerangka Teori.....	16
2.3. Penelitian Terdahulu	17
2.4. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis.....	19
2.4.1. Kerangka Pemikiran.....	19
2.4.2. Pengembangan Hipotesis	20
2.4.2.1. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kualitas Hubungan.....	20
2.4.2.2. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan	21
2.4.2.3. Hubungan Kualitas Hubungan dengan Loyalitas Pelanggan	21
2.5. Model Penelitian	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	23

3.2. Populasi dan Sampel	23
3.2.1. Populasi	23
3.2.2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	23
3.2.3. Penentuan Jumlah Sampel	24
3.2.3. Skala Pengukuran	25
3.3. Definisi Operasional Variabel	26
3.4. Teknik Pengumpulan Data	29
3.5. Uji Instrumen	29
3.5.1. Uji Validitas	29
3.5.2. Uji Reliabilitas	30
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	30
3.6. Teknik Analisa Data	32
3.6.1. Uji Regresi	32
3.6.2. Koefisien Determinasi	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	35
4.1.1. Hasil Penelitian Berdasarkan Data Demografis	35
4.1.2. Hasil Penelitian Berdasarkan Variabel Service Quality	37
4.1.3. Hasil Penelitian Berdasarkan Variabel Relationship Quality	40
4.1.4. Hasil Penelitian Berdasarkan Variabel Customer Loyalty	48
4.1.5. Uji Instrumen	52
4.1.5.1. Uji Validitas	52
4.1.5.2. Uji Reliabilitas	53
4.1.5.3. Uji Asumsi Klasik	54
4.1.5.3.1. Uji Normalitas	54
4.1.5.3.2. Uji Heteroskedastitas	55
4.1.6. Uji Hipotesis	56
4.1.6.1. Uji Regresi	56
4.1.6.1.1. Uji Hipotesis Pertama	57
4.1.6.1.2. Uji Hipotesis Kedua	59
4.1.6.1.3. Uji Hipotesis Ketiga	60
4.2. Pembahasan	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Keterbatasan Penelitian	63
5.3. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE)	84

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Teori	17
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	20
Gambar 2.3	Model Penelitian	22
Gambar 4.1	Uji Heteroskedastitas	56



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1	Skala Likert.....	25
Tabel 3.2	Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian	26
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	35
Tabel 4.2	Umur Responden	36
Tabel 4.3	Pendapatan Per Bulan Responden	36
Tabel 4.4	Layanan yang Disediakan Sangat Andal	37
Tabel 4.5	Layanan yang Disediakan Sangat Individual.....	37
Tabel 4.6	Layanan yang Disediakan Sangat Profesional.....	38
Tabel 4.7	Layanan yang Disediakan Sangat Cepat.....	38
Tabel 4.8	Fasilitas Layanannya Sangat Maju	39
Tabel 4.9	Penampilan dan Sikap Staff Sangat Tepat.....	39
Tabel 4.10	Minat Staff dan Perhatiannya Sangat Baik	40
Tabel 4.11	Penyedia Layanan ini Dapat Dipercaya Karena Peduli Dengan Minat Pelanggan.....	40
Tabel 4.12	Penyedia Layanan ini Memperlakukan Pelanggan Dengan Jujur	41
Tabel 4.13	Penyedia Layanan ini Memiliki Kemampuan Untuk Memenuhi Kebutuhan Saya.....	41
Tabel 4.14	Saya Percaya dan Bersedia Bergantung Pada Penyedia Layanan ini.....	42
Tabel 4.15	Saya Puas Dengan Pengalaman Saya di Penyedia Layanan	42
Tabel 4.16	Saya Puas Dengan Penyedia Layanan ini Secara Keseluruhan.....	43
Tabel 4.17	Pengalaman Saya di Penyedia Layanan ini Telah Melampaui Harapan Saya.....	43
Tabel 4.18	Saya Mengidentifikasi Dengan Penyedia Layanan ini Sangat Banyak	44
Tabel 4.19	Saya Merasa Seperti Bagian dari Keluarga di Penyedia Layanan ini.....	44
Tabel 4.20	Saya Merasa Terikat Secara Emosional Dengan Penyedia Layanan ini.....	45
Tabel 4.21	Saya Merasa Senang Menjadi Pelanggan dari Penyedia Layanan ini.....	45
Tabel 4.22	Saya Merasakan Rasa Kepemilikan yang Kuat dari Penyedia Layanan ini.....	46
Tabel 4.23	Saya Telah Menerima Lebih Banyak Manfaat di Penyedia Layanan ini Daripada di Penyedia Layanan lain.....	46
Tabel 4.24	Dibandingkan Dengan Penyedia Layanan ini, Akan Terlalu Mahal Bagi Saya Untuk Mengunjungi Penyedia Layanan lain	47

Tabel 4.25	Lebih Mudah Bagi Saya Untuk Menggunakan Penyedia Layanan ini Daripada di Penyedia Layanan lain	47
Tabel 4.26	Saya Tidak Akan Menerima Perlakuan Yang Sama di Penyedia Layanan lain Yang Saya Terima di Penyedia Layanan ini.....	48
Tabel 4.27	Saya Percaya Bahwa Menggunakan Penyedia Layanan ini Lebih Baik Dibandingkan Menggunakan Perusahaan Lain	48
Tabel 4.28	Saya Percaya Bahwa Penyedia Layanan ini Memiliki Penawaran Terbaik Saat ini	49
Tabel 4.29	Saya Lebih Suka Layanan Dari Penyedia Layanan ini Dibandingkan Layanan Pesaing.....	49
Tabel 4.30	Saya Telah Berulang Kali Menemukan Penyedia Layanan ini Menjadi Lebih Baik Daripada Yang lain.....	50
Tabel 4.31	Saya Adalah Pelanggan Setia Dari Penyedia Layanan ini.....	50
Tabel 4.32	Saya Menganggap Penyedia Layanan ini Sebagai Pilihan Pertama Untuk Kebutuhan Saya	51
Tabel 4.33	Saya Telah Mengatakan Hal-Hal Positif Tentang Penyedia Layanan ini Kepada Orang Lain	51
Tabel 4.34	Saya Telah Merekomendasikan Penyedia Layanan ini Kepada Seseorang Yang Meminta Saran Saya.....	52
Tabel 4.35	Uji Validitas.....	53
Tabel 4.36	Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.37	Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.38	Uji t	58
Tabel 4.39	Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 4.40	Uji t	59
Tabel 4.41	Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.42	Uji t	60
Tabel 4.43	Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran A	Kuisisioner Penelitian.....	71
Lampiran B	Hasil Penelitian.....	75
Lampiran C	CV.....	84
Lampiran D	Berita Acara Bimbingan	85
Lampiran E	Jurnal Utama	86

