

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah lima dimensi pokok kualitas pelayanan (*service quality*) yang terdiri dari Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empthy*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Untuk mengetahui pengaruh tersebut dilakukan penelitian dengan menyebarkan 150 kuesioner yang merupakan pelanggan dari PO. Maju Lancar di Cirebon, yang dianggap telah memenuhi ketentuan untuk dianalisis. Karakteristik yang digunakan adalah karakteristik yang mudah diamati seperti jenis kelamin, usia, pendapatan per bulan, dan kota asal. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan metode pengumpulan data yang digunakan berupa metode survei. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif analisis dan verifikasi. Deskriptif analisis merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk memperoleh diskripsi tentang ciri-ciri variabel (unsur-unsur kualitas pelayanan dan tingkat loyalitas pelanggan).

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji regresi berganda dengan menggunakan SPSS versi 17, yang hasil uji regresi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan memperoleh hasil $Y = 0,627 + 0,118X_1 + 0,316X_2 + 0,271X_3 + 0,061X_4 + 0,045X_5$ dengan $\alpha \leq 0,05$. Hal ini terlihat dari hasil adjusted R square adalah sebesar 0,27 atau 27% mempengaruhi loyalitas pelanggan dan sisanya sebesar 73% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Service Quality, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy.*

ABSTRAC

The purpose of this study was to analyze whether five basic dimension of service quality the consist of Physical Evidence (Tangibles), Reliability (Reliability), Respon (Responsiveness), Security (Assurance), and Empathy (Empathy) effect of costumers loyalty. To determine the influence of the research was conducted by distributing 150 quistionnaires to costumers of the PO. Maju Lancar in Cirebon, which is considered in compliance with the provisions to be analyzed. Characteristic used are easily to be observed such as gender, age, monthly income, and origin. The method that used is multiple regression analyzed and data collection method used in the form of survey method. This type of research used by researchers is a descriptive analyze and verification. The descriptive analyze is a type of research that aims to obtain a of the variables (element of service quality and level of costomer loyalty).

In the study, the authors conducted a multiple regression test using SPSS version 17, the result of the regression test of service quality on customer loyalty obtain the result $Y = 0,627 + 0,118 X_1 + 0,316X_2 + 0,271X_3 + 0,061X_4 + 0,045X_5$ with $\alpha \leq 0,05$. This can be seen from the adjusted R square is equal to 0,27 or 27% affectcustomer loyalty and the remaining 73% is influenced by other factors.

Keyword: *Service Quality, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran	10
2.2.1 Bauran Pemasaran Jasa	10
2.3 Pengertian Jasa	18
2.3.1 Karakteristik Jasa	20
2.3.2 Klasifikasi Jasa	23
2.3.3 Tugas Pokok Pengelola Jasa	24
2.3.4 Strategi Dalam Bisnis Jasa	26
2.4 Kualitas Jasa	27
2.4.1 Pengertian Kualitas Jasa	27
2.4.2 Dimensi Kualitas Jasa	29

2.5	Loyalitas Pelanggan	35
2.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	35
2.5.2	Karakteristik Pelanggan Yang Loyal	36
2.5.3	Tahapan Perkembangan Loyalitas Pelanggan	37
2.5.4	Jenis-jenis Loyalitas	38
2.5.5	Faktor-faktor Untuk Mengembangkan Loyalitas	39
2.5.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	40
2.6	Kerangka Pemikiran	40
2.7	Pengembangan Hipotesis	44
BAB III OBJEK PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian	45
3.2	Sejarah Singkat Perusahaan	45
3.3	Metode Penelitian	48
3.3.1	Jenis Penelitian	48
3.3.2	Sumber Data Penelitian	49
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	50
3.3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	51
3.4	Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran	52
3.5	Uji Validitas	55
3.6	Uji Reliabilitas	56
3.7	Analisis Multi Regresi	57
3.8	Metode Analisis Data	59
BAB IV HASIL PENELITIANNYA DAN PEMBAHASAN		
4.1	Objek Penelitian	60
4.2	Karakteristik Responden	60
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	61
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan ...	63
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Kota Asal	64

4.3	Uji Validitas	65
4.4	Uji Reliability	68
4.5	Uji Regresi	70
4.6	Uji Hipotesis	73
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	81
	Daftar Pustaka	
	Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

Gambar I	Model Kualitas Jasa	31
Gambar II	Kerangka Pemikiran	43

DAFTAR TABEL

Tabel I	Karakteristik Jasa dan Implikasi Manajemen	22
Tabel II	Operasi Variabel	53
Tabel III	Jenis Kelamin	61
Tabel IV	Usia	62
Tabel V	Pendapatan	63
Tabel VI	Kota Asal	64
Tabel VII	Nilai KMO dan Signifikan	66
Tabel VIII	Hasil Validitas	66
Tabel IX	Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel X	Hasil Analisis Regresi	70
Tabel XI	Hasil Regresi Service Quality	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Sampel Penelitian

Lampiran 3 Karakteristik Responden

Lampiran 4 Uji Validitas

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Uji Regresi Berganda