

ABSTRAK

Bioskop telah menjadi bagian dari sarana hiburan masyarakat. Menonton bioskop sudah menjadi gaya hidup tersendiri khususnya untuk para mahasiswa sebagai tempat untuk menjalin relasi atau pun menghilangkan rasa jenuh dan juga sebagai sarana hiburan yang berbeda bagi konsumennya dibandingkan dengan menonton TV di rumah. Bertambah banyaknya bioskop-bioskop XXI ataupun pesaing lain di Indonesia khususnya di kota Bandung, maka bioskop akan berlomba-lomba memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk mendapatkan loyalitas konsumen, dalam penelitian ini, peneliti hendak menjelaskan dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada Bioskop XXI BTC Bandung. Dimana dimensi kualitas pelayanan meliputi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Kualitas pelayanan memiliki keunggulan yang dapat membuat konsumen menjadi loyal, namun kendala atau kelemahannya adalah konsumen menganggap masih kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner pada responden yang pernah berkunjung dan menonton di Bioskop XXI BTC Bandung sebanyak 150 responden. Pengujian dan pengolahan data menggunakan SPSS v.15 dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 49,2% dan sisanya 50,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata-kata kunci: kualitas pelayanan, loyalitas konsumen

ABSTRACT

Cinema has become part of the public entertainment facilities. Watching cinema is a lifestyle of its own, especially for the students as a place to establish relationships or even eliminate boredom and also as a means of entertainment for consumers different than watching TV at home. Increasing the number of cinemas XXI or any other competitor in Indonesia especially in the city Bandung, the cinema will be competing to provide the best quality service to gain customer loyalty, in this study, researchers wanted to explain service quality dimensions that affect customer loyalty in the film XXI BTC Bandung. Where the service quality dimensions include tangible, empathy, reliability, responsiveness, and assurance Quality of service has the advantage that can make consumers become loyal, but constraints or weakness is the lack of consumer considers the quality of services provided by the company. This research was carried out by spreading the questionnaire respondents who 've been watching in Cinema XXI and BTC Bandung 150 respondents. Testing and processing of data using SPSS v.15 using multiple linear regression. The results also show that the magnitude of the effect of service quality on customer loyalty was at 49.2 % and the remaining 50.8 % is influenced by other factors .

Key words : quality of service , customer loyaltyof service, customer loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10

2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Jasa	9
2.1.2 Karakteristik Jasa	11
2.1.3 Kualitas Pelayanan	12
2.1.3.1 Ciri-Ciri Kualitas Pelayanan	13
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	14
2.1.3.3 Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa	15
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	17
2.1.4.1 Faktor - faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan	18
2.1.5 Loyalitas Konsumen	19
2.1.5.1 Tingkatan Loyalitas	21
2.1.5.2 Ciri Konsumen Yang Loyal	22
2.1.5.3 Dimensi Loyalitas	22
2.1.5.4 Keuntungan Bila Konsumen Loyal	23
2.1.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen..	23
2.2 Rerangka Pemikiran	26
2.3 Pengembangan Hipotesis	27
2.4 Rerangka Teoritis	29
2.5 Model Penelitian	31
2.6 Riset Empiris	32
 BAB III METODE PENELITIAN	 34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel	34
 Universitas Kristen Maranatha	

3.3 Teknik Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel	35
3.4 Operasional Variabel	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.6 Metode Analisis Data	43
3.6.1 Uji Heteroskedastisitas	43
3.6.2 Uji Normalitas	45
3.6.3 Uji Multikolinearitas	47
3.6.4. Uji Validitas	48
3.6.5. Uji Realibilitas	55
3.6.6. Uji Regresi	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Karakteristik Responden	57
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	57
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	59
4.2 Tanggapan Kualitas Pelayanan	60
4.2.1 <i>Tangible</i>	60
4.2.2 <i>Empathy</i>	64
4.2.3 <i>Reliability</i>	69
4.2.4 <i>Responsiveness</i>	74
4.2.5 <i>Assurance</i>	78
4.3 Tanggapan Loyalitas Pelanggan	82
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	88

4.4.1 <i>Tangible</i>	91
4.4.2 <i>Empathy</i>	91
4.4.3 <i>Reliability</i>	92
4.4.4 <i>Responsiveness</i>	92
4.4.5 <i>Assurance</i>	93
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	94
4.6 Implikasi Manajerial	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Keterbatasan Penelitian	101
5.3 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN	106
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	138

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Rerangka Pemikiran	25
Gambar II Rerangka Teoritis	29
Gambar III Model Penelitian	31
Gambar IV Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	44
Gambar V Grafik Histogram	45
Gambar VI Grafik Scatterplots Uji Normalitas	46

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Operasional Variabel	37
Tabel II Uji Multikolinearitas	47
Tabel III Pengujian Validitas <i>Tangible</i>	49
Tabel IV Pengujian Validitas <i>Empathy</i>	50
Tabel V Pengujian Validitas <i>Reliability</i>	51
Tabel VI Pengujian Validitas <i>Responsiveness</i>	52
Tabel VII Pengujian Validitas <i>Assurance</i>	53
Tabel VIII Pengujian Validitas <i>Loyalty</i>	54
Tabel IX Reliability Statistics	55
Tabel X Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel XI Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel XII Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	59
Tabel XIII <i>Bioskop XXI BTC</i> memiliki peralatan berpenampilan modern ..	60
Tabel XIV Fasilitas fisik <i>Bioskop XXI BTC</i> menarik secara visual	61
Tabel XV Karyawan di <i>Bioskop XXI BTC</i> berpenampilan menarik	62
Tabel XVI Materi-materi berkaitan dengan layanan <i>Bioskop XXI BTC</i> (seperti iklan patung) menarik secara visual	63
Tabel XVII <i>Bioskop XXI BTC</i> memberikan perhatian individual kepada para pelanggannya	64
Tabel XVIII <i>Bioskop XXI BTC</i> memiliki jam operasi yang nyaman	

bagi semua pelanggannya	65
Tabel XIX <i>Bioskop XXI BTC</i> memiliki karyawan yang memberikan perhatian personal kepada para pelanggan	66
Tabel XX <i>Bioskop XXI BTC</i> selalu mengutamakan kepentingan pelanggan	67
Tabel XXI <i>Bioskop XXI BTC</i> memahami kebutuhan spesifik para pelanggannya	68
Tabel XXII Bila <i>Bioskop XXI BTC</i> berjanji untuk melakukan layanan pada waktu yang ditentukan, mereka akan menepatinya	69
Tabel XXIII Bila pelanggan memiliki masalah, <i>Bioskop XXI BTC</i> akan bersungguh-sungguh membantu memecahkannya	70
Tabel XXIV <i>Bioskop XXI BTC</i> memberikan layanannya secara tepat sejak awal	71
Tabel XXV <i>Bioskop XXI BTC</i> menyediakan layannya sesuai dengan waktu yang dijanjikan	72
Tabel XXVI <i>Bioskop XXI BTC</i> selalu mengupayakan catatan (<i>records</i>) yang bebas dari kesalahan	73
Tabel XXVII Karyawan <i>Bioskop XXI BTC</i> memberitahu pelanggannya kapan pastinya jasa akan disampaikan	74
Tabel XXVIII Karyawan <i>Bioskop XXI BTC</i> memberikan layanan yang cepat kepada para pelanggan	75
Tabel XXIX Karyawan <i>Bioskop XXI BTC</i> selalu bersedia membantu para pelanggan	76

Tabel XXX Karyawan <i>Bioskop XXI BTC</i> tidak akan pernah terlalu sibuk untuk merespon permintaan pelanggan	77
Tabel XXXI Perilaku para karyawan <i>Bioskop XXI BTC</i> mampu membuat para pelanggan mempercayai mereka	78
Tabel XXXII Pelanggan <i>Bioskop XXI BTC</i> merasa aman dalam bertransaksi	79
Tabel XXXIII Karyawan <i>Bioskop XXI BTC</i> secara konsisten bersikap sopan terhadap para pelanggan	80
Tabel XXXIV Karyawan <i>Bioskop XXI BTC</i> memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan	81
Tabel XXXV Pelanggan mengatakan hal positif tentang <i>Bioskop XXI</i>	82
Tabel XXXVI Memberikan rekomendasi kepada pihak lain untuk menonton di <i>Bioskop XXI BTC</i>.....	83
Tabel XXXVII Anda akan menonton di <i>Bioskop XXI BTC</i> kembali	84
Tabel XXXVIII Jarang melakukan peralihan ke <i>Bioskop XXI</i> lain	85
Tabell XXXIX Menjadikan <i>Bioskop XXI BTC</i> pilihan pertama dalam menonton bioskop	86
Tabel XL Percaya bahwa <i>Bioskop XXI BTC</i> merupakan <i>Bioskop XXI</i> yang .terbaik	87
Tabel XLI <i>Model Summary</i>	
Tabel XLII Anova	88
Tabel XLIII <i>Coefficients</i>	89

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner	106
Lampiran B Tanggapan Responden	111
Lampiran C Karakteristik Responden	120
Lampiran D Uji Regresi	122
Lampiran E Uji Validitas	124
Lampiran F Uji Reliabilitas	128
Lampiran G Uji Heteroskedastisitas	131
Lampiran H Uji Normalitas	133
Lampiran I Uji Multikolineritas	136