

ABSTRACT

In Choosing a product to buy, consumer have some separate criteria as according to characteristic of itself consumer. One of criterion which at most used is Quality Service. Loyalty is one of inseparable attribute from a service or product which is selling. Therefore, at the time of company offer the product to marketing, company require to pay attention and to adapt product price with consumer willingness to buy usually, so that formed a good perception of price in consumer eye.

On the basis of above description, therefore writer interest to do research in SPBU Ahmad Yani. Target performed by this research is to know how influence of Quality Service to Loyalty of SPBU Ahmad Yani.

In this research writer use method of survey with spread out questionnaire to get needed data for 100 respondent. To proof it do Quality Service have influence to Loyalty, therefor in this research was used by the calculation statistic with calculation of couple linier regression. From result of calculation regression which have been done through program of SPSS 20.00 therefor obtained influence level equal to 0.626 meaning Quality Service have influence equal to 62,6% to Loyalty, while the rest 37,4% influence by other factors. From value of signifkansi obtained signifkansi equal to 0.000 because $0.000 < 0.05$ therefor matter this means H_0 refused and H_1 accepted.

From above explanation, indicating that there are signifikan influence between Quaity Service with Loyalty, therefor degradation and increase one of both the variable will boost up or degrade other variable because the influence of positive.

Keywords : Quality Service, Loyalty

ABSTRAK

Melihat perkembangan ekonomi yang terbilang pesat di Indonesia, khususnya pada demikian permintaan pasar akan barang dan jasa ikut meningkat. Sebab itu tidak sedikit produk yang ditawarkan kepada pasar khususnya Bahan Bakar Minyak sangat tinggi di masyarakat. Terlebih karena perkembangan ekonomi yang mengakibatkan bidang barang dan jasa diiringi dengan populasi penduduk yang pesat pula. Dengan banyaknya masyarakat yang memiliki kendaraan menyebabkan kebutuhan akan BBM semakin tinggi. Kualitas layanan dan loyalitas konsumen merupakan hal yang perlu dikaji dalam melihat permasalahan pada aspek manajemen pemasaran.

Atas dasar uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berlokasi di SPBU Ahmad Yani yang menitikberatkan pada Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuesioner untuk mendapatkan data-data yang diperlukan sebanyak 100 orang responden. Untuk membuktikan Kualitas Layanan mempunyai pengaruh terhadap Looyalitas konsumen, maka dalam penelitian ini digunakan perhitungan statistik dengan perhitungan regresi linier berganda. Dari hasil perhitungan statistik dengan perhitungan regresi yang telah dilakukan melalui program SPSS 20.00 maka diperoleh tingkat pengaruh sebesar 0,626 yang berarti Kualitas Layanan memiliki pengaruh sebesar 62,6% terhadap Looyalitas Konsumen, sedangkan sisanya 37,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dari nilai signifikansi diperoleh sebesar 0.000 karena $0.000 < 0.05$ maka hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dari penjelasan diatas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan dengan Loyalitas Konsumen, maka kenaikan ataupun penurunan salah satu dari kedua variabel tersebut akan menaikkan atau menurunkan variabel lainnya karena pengaruhnya positif.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Loyalitas Konsumen

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSTRAK.....	iv

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Definisi Jasa Pelayanan.....	10
2.1.2 Definisi Kualitas.....	16

2.1.2.1	Definisi Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.2.1	Definisi Pelayanan Konsumen.....	25
2.1.3	Loyalitas.....	28
2.1.3.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	29
2.1.3.2	Dimensi Loyalitas Konsumen.....	36
2.1.4	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Konsumen	36
2.2	Kerangka Pemikiran.....	37
2.3	Penelitian Terdahulu.....	44
2.4	Hipotesis.....	46
 BAB III		
METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian.....	48
3.2	Jenis Penelitian.....	48
3.3	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	49
3.4	Devinisi Operasional Variabel.....	49
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	53
3.5.1	Populasi.....	53
3.5.2	Sampel.....	53
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	54
3.6	Jenis dan Sumber Data.....	55
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.7.1	Skala Pengukuran.....	56
3.8	Alat Analisis Data.....	57

3.9	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	59
3.10	Kriteria Pengujian Hipotesis.....	59

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Analisis Karakteristik Responden.....	60
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	62
4.1.4	Analisis karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi SPBU Ahmad Yani.....	63
4.1.5	Analisis Pernyataan Responden Mengenai Kualitas Layanan yang Ada di SPBU Ahmad Yani.....	65
4.1.6	Analisis Pernyataan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen Di SPBU Ahmad Yani.....	72
4.1.7	Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas.....	76
	4.1.7.1 Analisis Pengujian Validitas.....	76
	4.1.7.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	78
4.2	Pembahasan.....	80
4.2.1	Analisis Kualitas Layanan di SPBU Ahmad Yani.....	81
4.2.2	Analisis Loyalitas Konsumen di SPBU Ahmad Yani.....	83
4.2.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsmen di SPBU Ahmad Yani.....	85
4.3	Implikasi Manajerial.....	89

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	92
5.3	Saran.....	94

DAFTAR PUSTAKA.....	xiv
----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	xvi
----------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel II	Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel III	Devinis Operasional Varabel.....	38
Table 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	52
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi SPBU.....	54
Tabel 4.5	SPBU Ahmad Yani sangat Nyaman dan Bersih.....	65
Tabel 4.7	Personil SPBU Sangat Ramah.....	66
Tabel 4.8	SPBU Ahmad Yani memiliki Fasilitas yang Lengkap.....	66
Tabel 4.9	Kualitas Sarana dan Prasarana SPBU Ahmad Yani baik.....	67
Tabel 4.10	Personil SPBU Ahmad Yani memiliki Keramahan yang baik	68
Tabel 4.11	Semua Personil SPBU Sangat Peduli.....	68
Tabel 4.12	Kinerja SPBU Ahmad Yani sangat Baik.....	69
Tabel 4.13	Personil Sangat Hormat terhadap Konsumen.....	70
Tabel 4.14	Personil Sangat Sigap Melayani.....	70
Tabel 4.15	Personil Mampu Memberikan Jaminan Baik.....	71
Tabel 4.16	Melakukan Pembelian Berulang Kali.....	72
Tabel 4.17	Melakukan Pembelian Ulang Karena Kualitas Baik.....	73
Tabel 4.18	Membelia Produk Lain Selain BBM.....	74
Tabel 4.19	Sering Menggunakan Isi Air dan Nitro.....	74
Tabel 4.20	Tetap Akan Mengisi Bensin di SPBU Ahmad Yani.....	75

Tabel 4.21	Merekomendasikan Kepada Teman.....	76
Tabel 4.22	Uji Validitas.....	79
Tabel 4.23	Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 4.24	<i>Variable Entered</i>	84
Tabel 4.25	<i>Model Summary</i>	86
Tabel 4.26	ANOVA.....	87
Tabel 4.27	<i>Coefficient</i>	88

DAFTAR GAMBAR

1	Bauran Pemasaran.....	9
2	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	32
3	Paradigma Penelitian.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	xvii
Lampiran 2	Hasil Karakteristik Responden.....	xviii
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas.....	xix
Lampiran 4	Hasil Uji Regresi.....	xx