

ABSTRACT

Industry in service area is one of the industrial phenomenal because it's growth level very fast. Service industries is the industry that more variative. There are various business sector that give service activities like hotel, bank, restaurant, salon and other service business sector. During the growth of Indonesia economics, service industries has potential and bright prospects in the future. Many types of services that can still be explored and developed, both micro and macro. Through an understanding of the unique characteristics of services, then the appropriate marketing strategies can be developed so that service businesses can thrive. In this research, the researcher wanted to explain the dimensions of service quality affects customer loyalty in Salon Anata Surya Sumantri, Bandung. Where the dimensions of service quality consist of tangible, responsiveness, reliability, assurance and empathy. The service quality has the advantage that can make consumers become loyal, but the constraints or consider consumer weakness is still a lack of quality of service provided by the company. The research was done by spreading the questionnaire on the respondents who had used the services of Anata Surya Sumantri Salon, New York of 250 respondents. Testing and processing of data using SPSS v.11.5 using multiple linear regression. The results also showed that the magnitude of the effect of service quality on customer loyalty is equal to 53.9% and the remaining 46.1% influenced by other factors.

Keywords: Service quality, consumer loyalty.

ABSTRAK

Industri di bidang jasa merupakan salah satu industri yang fenomenal karena tingkat pertumbuhannya yang sangat pesat. Industri jasa merupakan industri yang variatif. Ada berbagai sektor bisnis yang memberikan pelayanan jasa seperti hotel, restoran, salon dan sektor bisnis jasa lainnya. Seiring berkembangnya perekonomian Indonesia, sektor jasa memiliki potensi dan prospek yang cerah di masa depan. Banyak jenis jasa yang masih bisa digali dan dikembangkan, baik secara mikro maupun makro. Melalui pemahaman akan karakteristik jasa yang unik, maka dapat dikembangkan strategi pemasaran sesuai sehingga bisnis jasa dapat berkembang. Dalam penelitian ini, peneliti hendak menjelaskan dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada Salon Anata Surya Sumantri, Bandung. Dimana dimensi kualitas pelayanan meliputi *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *empathy*. 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 menggunakan jasa Salon Anata Surya Sumantri, Bandung sebanyak 250 responden. Pengujian dan pengolahan data menggunakan SPSS v.11.5 dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 53,9% dan sisanya 46,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata-kata kunci: Kualitas pelayanan, Loyalitas konsumen.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Landasan Teori.....	8

2.1.1	Kualitas	8
2.1.2	Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2.1	Definisi Kualitas Pelayanan	9
2.1.2.2	Faktor-Faktor Penentu Kualitas Pelayanan	10
2.1.2.3	Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa	11
2.1.3	Nilai Pelanggan.....	13
2.1.4	Kepuasan Konsumen	14
2.1.5	Loyalitas.....	15
2.1.5.1	Loyalitas Konsumen.....	16
2.1.6	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen	20
2.2	Rerangka Pemikiran.....	21
2.3	Pengembangan Hipotesis	23
 BAB III METODE PENELITIAN.....		25
3.1	Jenis Penelitian.....	25
3.2	Operasional Variabel	25
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.3.1	Populasi.....	28
3.3.2	Sampel	28
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	29
3.4	Sumber dan Cara Pengumpulan Data	30
3.5	Teknik Analisi Data	31
3.5.1	Uji Validitas.....	31
3.5.2	Uji Reliabilitas	32

3.5.3 Pengujian Hipotesis	33
3.6 Hasil Pengujian	34
3.6.1 Hasil Pengujian Validitas.....	34
3.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Karakteristik Responden.....	41
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Datang	41
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	44
4.2 Tanggapan Kualitas Pelayanan	44
4.2.1 <i>Tangible</i>	45
4.2.2 <i>Reliability</i>	48
4.2.3 <i>Responsiveness</i>	52
4.2.4 <i>Assurance</i>	55
4.2.5 <i>Empathy</i>	59
4.3 Tanggapan Loyalitas Pelanggan	64
4.4 Analisis Regresi Sederhana.....	69
4.4.1 <i>Tangible</i>	70
4.4.2 <i>Reliability</i>	71
4.4.3 <i>Responsiveness</i>	71
4.4.4 <i>Assurance</i>	72

4.4.5 <i>Empathy</i>	72
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	73
4.6 Implikasi Manajerial	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Simpulan	76
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	77
5.3 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	102

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Rerangka Pemikiran..... 23

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Operasional Variabel 26
Tabel II	Pengujian Validitas <i>Tangibel</i> 34
Tabel III	Pengujian Validitas <i>Reliability</i> 35
Tabel IV	Pengujian Validitas <i>Responsiveness</i> 36
Tabel V	Pengujian Validitas <i>Assurance</i> 37
Tabel VI	Pengujian Validitas <i>Empathy</i> 38
Tabel VII	Pengujian Validitas <i>Loyalty</i> 39
Tabel VIII	Reliability Statistics 40
Tabel IX	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Datang 41
Tabel X	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 42
Tabel XI	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 42
Tabel XII	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 43
Tabel XIII	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 44
Tabel XIV	Salon Anata Memiliki Peralatan Berpenampilan Modern..... 45
Tabel XV	Fasilitas fisik di Salon Anata Menarik Secara Visual 45
Tabel XVI	Karyawan di Salon Anata Berpenampilan Rapi 46
Tabel XVII	Materi Berkaitan Dengan Layanan Salon Anata Menarik Secara Visual (Pamflet)..... 47
Tabel XVIII	Bila pelanggan memiliki masalah, Salon Anata akan bersungguh- sungguh membantu memecahkannya 48
Tabel XIX	Salon Anata Memberikan Layanan Secara Tepat Sejak Awal 49
Tabel XX	Salon Anata Menyediakan Layanan Sesuai Dengan Waktu Yang

	Dijanjikan.....	50
Tabel XXI	Salon Anata Selalu Mengupayakan Catatan (Records) Yang Bebas Dari Kesalahan.....	51
Tabel XXII	Karyawan Salon Anata Memberitahu Pelanggannya Kapan Pastinya Jasa Akan Selesai	52
Tabel XXIII	Karyawan Salon Anata Memberikan Layanan Dengan Cepat	53
Tabel XXIV	Karyawan Salon Anata Selalu Bersedia Membantu Para Pelanggan.....	54
Tabel XXV	Perilaku Para Karyawan Salon Anata Mampu Membuat Konsumen Mempercayai Mereka.....	55
Tabel XXVI	Konsumen Salon Anata Merasa Nyaman Dalam Bertransaksi	56
Tabel XXVII	Karyawan Salon Anata Secara Konsisten Bersikap Sopan Terhadap Konsumen	57
Tabel XXVIII	Karyawan Salon Anata Memiliki Pengetahuan Memadai Untuk Menjawab Pertanyaan.....	58
Tabel XXIX	Salon Anata Memberikan Perhatian Individual Kepada Konsumennya	59
Tabel XXX	Salon Anata Memiliki Jam Operasi Yang Nyaman Bagi Konsumennya	60
Tabel XXXI	Salon Anata Memiliki Karyawan Yang Memberikan Perhatian Personal Kepada Konsumen	61
Tabel XXXII	Salon Anata Selalu Mengutamakan Kepentingan Konsumen	62
Tabel XXXIII	Karyawan Salon Anata Memahami Kebutuhan Spesifik Para Konsumennya	63

Tabel XXXIV	Penolakan Konsumen Terhadap Jasa Salon Lain	64
Tabel XXXV	Kesediaan Menunggu Antrian Salon Anata.....	65
Tabel XXXVI	Menceritakan Kondisi Jasa Tersebut Kepada Orang Lain.....	66
Tabel XXXVII	Pemberi Saran Kepada Orang Lain Untuk Mencoba Mendatangi Salon Anata.....	67
Tabel XXXVIII	Pemakaian Barang Atau Jasa Dimasa Yang Akan Datang Secara Berulang.....	68
Tabel XXXIX	<i>Model Summary</i>	69
Tabel XL	Anova.....	69
Tabel XLI	<i>Coefficients</i>	70

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A	Kuesioner 81
Lampiran B	Tanggapan Responden 84
Lampiran C	Karakteristik Responden 91
Lampiran D	Uji Regresi 92
Lampiran E	Uji Validitas 93
Lampiran F	Reliabilitas 96