

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan terhadap 206 pelanggan salon di jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.

Faktor dari kualitas pelayanan meliputi: *Tangibles, Realibility, Responsiveness, Assurance, Empathy*. Melalui penanganan kualitas pelayanan jasa yang berorientasi pada kebutuhan dan keinginan pelanggan diharapkan akan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan yang akan datang.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer (observasi, wawancara, dan kuesioner yang validitas dan reliabilitasnya telah diuji terlebih dahulu).

Berdasarkan perhitungan statistik didapatkan bahwa *Adjusted R square* sebesar 0.207. Hal ini menunjukkan bahwa 20.7% variasi dari *customer loyalty* bisa dijelaskan oleh variabel dari *service quality* (variabel independent), yaitu *tangibles, reliability, dan responsiveness*. Sedangkan 79.3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain. Hasil uji hipotesis nilai signifikansi pada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0.000, dengan melihat nilai signifikansi t dengan $\alpha = 0.05$ maka hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis mendapat dukungan. Pengujian asumsi klasik dilakukan melalui pengujian heterokedastisitas dan pengujian normalitas. Berdasarkan pengujian heterokedastisitas dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi ini. Pada uji normalitas, menunjukkan pola berdistribusi normal. Pada uji korelasi antar-konstruksi, menunjukkan variabel loyalitas pelanggan dan kualitas pelayanan sebesar 0.576 yang berarti memiliki kekuatan hubungan yang kuat.

Simpulan dari penelitian ini, Salon Anata memiliki kualitas pelayanan jasa sudah cukup baik, namun disarankan untuk memberikan perhatian lebih pada beberapa unsur kualitas pelayanan jasa yang masih dianggap kurang.

Kata Kunci: Kualitas layanan, Dimensi Kualitas Layanan, Loyalitas pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the effect of service quality on customer loyalty. This research was conducted on 206 customers salon Management Faculty of Economics in Maranatha Christian University. Factors of service quality include: Tangibles, reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy. Through the handling of quality-oriented services on the needs and desires of customers are expected to be able to increase customer loyalty in the future.

In this research method used is descriptive method. Technique of data collecting is done by using primary data (observations, interviews, and questionnaires that validity and reliability have been tested first).

Based on statistical calculations showed that Adjusted R square by 0.207. This indicates that 20.7% variation of customer loyalty can be explained by the variables of service quality (independent variable), namely tangibles, reliability, and responsiveness. While 79.3% is explained by other factors. The result of hypothesis test significance value on the influence of service quality to customer loyalty is 0.000, with a view of the significance of t with $\alpha = 0.05$ then the results show that a hypothesis received support. Tests carried out by testing the assumptions of classical heterokedatisitas and testing normality. Based on the test can be concluded heterokedatisitas heterokedatisitas not occur in this regression model. On the normality test, showed normal distribution patterns. On inter-construct correlation test, showed variable customer loyalty and service quality for 0.576 which means having the power of strong relationships. The conclusions of this research , Anata Salon has a quality service is good enough, but it is recommended to give more attention to some elements of service quality that is still considered to be lacking.

Keywords: Quality of service, Dimensions of Service Quality, Customer loyalty

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GRAFIK	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Konsep Pemasaran.....	8
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	8
2.2 Pengertian Jasa.....	9
2.3 Karakteristik Jasa.....	10
2.4 Klasifikasi Jasa.....	12
2.5 Kualitas Layanan.....	13

2.5.1	Definisi <i>ServQual</i> (<i>Service Quality</i>).....	13
2.5.2	Dimensi-Dimensi <i>Service Quality</i>	15
2.5.3	Kesenjangan-Kesenjangan pada Kualitas Pelayanan (<i>Gap</i>).....	20
2.5.4	Unsur-Unsur Pelayanan.....	23
2.5.5	Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa.....	24
2.6	Persepsi dan Ekspektasi Konsumen.....	26
2.7	Perilaku Konsumen.....	27
2.7.1	Definisi.....	27
2.8	Loyalitas Pelanggan.....	29
2.9	Pengembangan Hipotesis.....	35
2.10	Model Penelitian.....	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Objek dan Subjek Penelitian.....	37
3.2	Metode Pengambilan Sampel.....	38
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4	Definisi Operasional dan Pengujian Instrumen.....	40
3.5	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.5.1	Uji Heterokedastisitas.....	41
3.5.2	Uji Normalitas.....	42
3.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.7	Statistik Deskriptif dan Korelasi Antar-Konstruksi.....	43
3.8	Metode Analisis Data.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Data.....	46
4.2	Pengumpulan Data.....	46
4.3	Karakteristik Responden.....	47
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	47
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	48
4.3.4	Tanggapan Responden terhadap variabel kualitas layanan yaitu <i>tangibles, reliability, responsiveness, assurance, emphaty</i>	49
4.3.5	Tanggapan Loyalitas Pelanggan.....	64
4.4	Hasil Pengujian Asumsi Klasik.....	70
4.4.1	Uji Heterokedatisitas.....	70
4.4.2	Uji Normalitas.....	71
4.4.3	Uji Korelasi Antar-Konstruk.....	73
4.5	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	74
4.5.1	Hasil Pengujian Validitas.....	74
4.5.2	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	77
4.6	Analisis Regresi Sederhana.....	79
4.7	Hasil Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	81
4.8	Model Hasil Penelitian.....	82

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Implikasi Manajerial.....	85
5.2	Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1. Dimensi <i>ServQual</i>	19
2.2. <i>Service Quality</i> Model.....	22
2.3. Persepsi dan Ekspektasi Konsumen.....	28
2.4. Hubungan Sikap Relatif pada Pembelian Ulang.....	31
2.5. Tiga Komponen Sikap.....	33
2.6. Rerangka Model Dasar yang Dihipotesiskan.....	36
4.1. Uji Heterokedatisitas.....	71
4.2. Histogram.....	73

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Hal
3.1.	Hasil Survei Objek Penelitian.....38
3.2.	Penentuan Ukuran Sampel.....39
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....47
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....48
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....49
4.4.	Kriteria Pengukuran Nilai Jawaban Responden.....50
4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Fasilitas Salon Menarik.....50
4.6.	Karakteristik Salon Memiliki Peralatan Modern.....51
4.7.	Karakteristik Karyawan Salon Berpenampilan Baik.....52
4.8.	Karakteristik Responden Saat Anda Memiliki Masalah, Salon Sungguh-Sungguh Berusaha membantu menyelesaikannya.....53
4.9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Salon Memberikan Layanannya Secara Tepat Sejak Awal.....54
4.10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Salon Menyediakan Layanannya Sesuai Dengan Waktu Yang Dijanjikan.....55
4.11.	Karakteristik Responden Berdasarkan Karyawan Salon Melayani Anda Dengan Cepat.....56
4.12.	Karakteristik Responden Berdasarkan Karyawan Salon Bersedia Membantu Anda.....57
4.13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Karyawan Salon Tidak Pernah Terlalu Sibuk Merespon Permintaan Pelanggan.....58

4.14.	Karakteristik Responden Berdasarkan Anda Merasa Aman Dalam Bertransaksi Dengan Salon.....	59
4.15.	Karakteristik Responden Berdasarkan Keramahan Karyawan Melayani Konsumen.....	60
4.16.	Karakteristik Responden Berdasarkan Karyawan Salon Memiliki Kemampuan Dalam Menjawab Pertanyaan Anda.....	61
4.17.	Karakteristik Responden Berdasarkan Salon Memberikan Perhatian Individual Kepada Anda.....	62
4.18.	Karakteristik Responden Berdasarkan Salon Memberikan Pelayanan Yang Nyaman Bagi Semua Pelanggan.....	63
4.19.	Karakteristik Responden Berdasarkan Salon Berhasil Memenuhi Kebutuhan Anda.....	64
4.20.	Karakteristik Responden Berdasarkan Salon Ini Adalah Pilihan Pertama Bagi Saya.....	65
4.21.	Karakteristik Responden Berdasarkan Akan Memilih Salon Ini Di Masa Akan Datang Ketika Saya Membutuhkannya.....	66
4.22.	Karakteristik Responden Berdasarkan Akan Terus Menjadi Pelanggan Yang Loyal Pada Salon Ini.....	67
4.23.	Karakteristik Responden Berdasarkan Akan Mengatakan Hal-Hal Yang Positif Tentang Salon Ini Pada Orang Lain.....	68
4.24.	Karakteristik Responden Berdasarkan Akan Merekomendasikan Salon Ini Pada Seseorang Yang Meminta Nasihat Saya.....	69
4.25.	Karakteristik Responden Berdasarkan Akan Mendorong Teman Atau Keluarga Saya Untuk Menggunakan Salon Ini Bagi Hal-Hal Yang Berkaitan Dengan Masalah Perawatan Diri.....	70

4.26.	Korelasi Antar-Konstruk.....	74
4.27.	KMO and Bartlett's Test.....	75
4.28.	Analisis Faktor Awal.....	75
4.29.	KMO and Barlett's Test.....	76
4.30.	Analisis Faktor Akhir.....	76
4.31.	Pengujian Reliabilitas.....	77
4.32.	Koefisien <i>Cronbach Alpha</i> untuk setiap konsruk penelitian.....	79
4.33.	Model Summary.....	79
4.34.	ANOVA (b).....	80
4.35.	Coefficient's (a).....	80

DAFTAR GRAFIK

Grafik	Hal
4.1 Pengujian Normalitas.....	72