

ABSTRAK

Pada umumnya perusahaan zaman sekarang ini lebih memperhatikan kepada cara pembuatan produk yang memiliki bentuk dan bersifat lahiriah, namun ada juga produk yang tidak memiliki bentuk atau wujud yang disebut jasa. Dalam hal ini penulis memfokuskan pada bidang jasa, yang diamati adalah pencucian mobil *New Kartika*. Hal-hal yang mempengaruhi penulis untuk mengamati adalah banyaknya pemilik mobil yang tidak mencuci mobilnya sendiri, sehingga mereka mencucinya di tempat pencucian mobil. Pencucian mobil semakin banyak sehingga menyebabkan banyaknya persaingan yang terjadi, yang memunculkan inovasi-inovasi baru dalam pencucian mobil, seperti adanya kantin, ruang tunggu, teknologi pencucian mobil yang baru dan lain hal sebagainya yang membuat konsumen menjadi loyal terhadap pencucian mobil. Oleh karena itu kualitas jasa sangat penting untuk membuat konsumen semakin loyal.

Dimensi kualitas jasa terbagi 5 yaitu *Tangibles* (bukti nyata), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (asuransi), dan *Emphaty* (empati), yang akan mempengaruhi Loyalitas konsumen pada pencucian mobil *New Kartika*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas jasa pada *New Kartika*, mengetahui seberapa loyalnya konsumen kepada pencucian mobil *New Kartika*, dan seberapa besar pengaruh kualitas jasa terhadap Loyalitas konsumen kepada pencucian mobil *New Kartika*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada 80 responden maka dapat diketahui bahwa adanya pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen sebesar 28.8%.

Penelitian dilakukan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam upaya meningkatkan kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen pada pencucian mobil *New Kartika*.

Kata kunci : Loyalitas konsumen dan Kualitas jasa.

ABSTRACT

In General Company in this era are more expecting in product make wich have shape and something in form naturally, but some product don't have shape wich called service. In this case writer more focused in service, in *New Kartika*'s car washing. Many thing that influenced writer to do this are many people that don't wash car themselves, wich make they wash it in car washing. Car washing was issued too much so it's mean many rivalry in this term, that made many innovative in car washing, wich like canteen, waiting room, new technology in car washing, and else that will make consument loyal to car washing. Due to that service Quality become very importance to make consumen loyal.

Service quality dimension are divided to 5 term there are Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Emphaty, wich influence consumen loyalty in *New Kartika* car wasing. This research is addressed to know how service quality in *New Kartika*, Consumen loyalty *New Kartika*, and how much influence of service quality to consumen loyalty in *New Kartika* car washing. Visible from research result from 80 respondent there are known influence of service quality to consumen loyalty are 28.8%.

This research conducted to assisted in term to provide service quality to consumen loyalty in *New Kartika*'s car washing.

Keyword : Consumen Loyalty and Service Quality.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.4 Sistematik Penulisan	6
1.5 Kerangka Pemikiran.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN.....	1
2.1 Kajian Pustaka.....	1
2,1,1 Kualitas	1
2,1,2 Jasa dan Pemasaran Jasa	4
2.1.3 Kualitas Jasa	12
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	27
2.1.5 Hubungan Kualitas Jasa dengan Loyalitas Pelanggan	36
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	1
3.1 Obyek Penelitian	1
3.2 Metode Penelitian.....	4
3.2.1 Operasional Variabel	5
3.2.2 Jenis dan Sumber Data	9

3.2.3	Metode Penarikan Sampel	10
3.2.4	Metode Pengumpulan Data	12
3.2.5	Analisis Data.....	15
BAB IV	Pembahasan	1
4.1	Rata-rata Jumlah Konsumen	1
4.2	Pembahasan.....	4
4.2.1	Profil Responden	4
4.2.2	Kualitas Jasa Usaha Pencucian Mobil New Kartika	7
4.2.3	Tingkat Loyalitas Responden.....	25
4.2.4	Uji Normalitas, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	29
4.2.4.1	Uji Normalitas.....	29
4.2.5	Uji Reliabilitas.....	36
4.2.6	Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan di Pencucian Mobil New Kartika	40
BAB V	Kesimpulan dan Saran	1
5.1	Kesimpulan	1
5.2	Saran.....	2
DAFTAR PUSTAKA	1
RIWAYAT HIDUP PENULIS	2

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2.1.1 Operasionalisasi Variabel	7
Tabel 3.2.3.1 Jumlah Pelanggan di “New Kartika “ Juli 2008 – Desember 2008	11
Tabel 4.1.1 Rata-rata Jumlah Konsumen per Hari Periode Mei	1
Tabel 4.1.2 Rata-rata Jumlah Konsumen per Hari Periode Juni	2
Tabel 4.1.3 Rata-rata Jumlah Konsumen per Hari Periode Juli	2
Tabel 4.1.4 Rata-rata Jumlah Konsumen per Hari Periode Agustus	3
Tabel 4.1.5 Rata-rata Jumlah Konsumen per Hari bulan Mei – Agustus 2008	4
Tabel 4.2.1.1 Data Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	4
Tabel 4.2.1.2 Data Umum Responden Berdasarkan Usia	5
Tabel 4.2.1.3 Data Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	5
Tabel 4.2.1.4 Data Umum Responden Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi Pencucian Mobil New Kartika setiap Bulan	6
Tabel 4.2.2.1 Tanggapan Responden terhadap Daya Tarik New Kartika secara Visual sangat Bagus	7
Tabel 4.2.2.2 Tanggapan Responden terhadap Ruangan New Kartika Bersih dan Nyaman	8
Tabel 4.2.2.3 Tanggapan Responden terhadap Kelengkapan Alat Berat New Kartika yang Memadai	9
Tabel 4.2.2.4 Tanggapan Responden terhadap Karyawan/i New Kartika Berpakaian Rapih	10
Tabel 4.2.2.5 Tanggapan Responden terhadap Kemudahan dalam Menghubungi New Kartika	11
Tabel 4.2.2.6 Tanggapan Responden terhadap Kemudahan Karyawan New Kartika dalam Berinteraksi dan Berkomunikasi dengan Pelanggan	12
Tabel 4.2.2.7 Tanggapan Responden terhadap Kebutuhan Pelanggan sangat Terpenuhi	13

Tabel 4.2.2.8 Tanggapan Responden terhadap Perhatian Karyawan New Kartika yang Baik	14
Tabel 4.2.2.9 Tanggapan Responden terhadap Prioritas Kepentingan Pelanggan oleh Karyawan New Kartika.....	15
Tabel 4.2.2.10 Tanggapan Responden terhadap Ketepatan Waktu atas Pelayanan yang Dijanjikan.....	16
Tabel 4.2.2.11 Tanggapan Responden terhadap Kecepatan Layanan dari Sejak Awal	17
Tabel 4.2.2.12 Tanggapan Responden terhadap Optimalisasi New Kartika dalam Memberikan Pelayanan.....	18
Tabel 4.2.2.13 Tanggapan Responden terhadap Kecepatan New Kartika dalam Menangani Transaksi	19
Tabel 4.2.2.14 Tanggapan Responden terhadap Kecepatan New Kartika dalam Merespon Keluhan Pelanggan.....	20
Tabel 4.2.2.15 Tanggapan Responden terhadap Kecepatan Karyawan New Kartika untuk Memberi Layanan Terbaik kepada Pelanggan.....	21
Tabel 4.2.2.16 Tanggapan Responden terhadap Pengetahuan New Kartika atas Jasa yang Ditawarkan	22
Tabel 4.2.2.17 Tanggapan Responden terhadap Keterampilan New Kartika dalam Memberikan Informasi yang Dibutuhkan oleh Pelanggan	23
Tabel 4.2.2.18 Tanggapan Responden terhadap Sikap Karyawan New Kartika yang Lebih Bersahabat dan Sopan dalam Memberikan Jasa yang Ditawarkan	24
Tabel 4.2.2.19 Tanggapan Responden terhadap Kemampuan New Kartika dalam Menanamkan Kepercayaan Pelanggan	25
Tabel 4.2.3.1 Tanggapan Responden dalam Merekomendasikan <i>New Kartika</i> kepada Orang Lain	26
Tabel 4.2.3.2 Tanggapan Responden dalam Menggunakan Jasa New Kartika pada Divisi Lain.....	27

Tabel 4.2.3.3 Tanggapan Responden Tidak Terpengaruh atas Daya Tarik Penawaran dari Jasa Pencucian Mobil Lainnya.....	28
Tabel 4.2.4.1.1 Normalitas Kualitas Jasa dalam dimensi fisik, dimensi empati, dimensi reliabilitas, dimensi daya tanggap dan dimensi jaminan	29
Tabel 4.2.4.2.2 Uji Validitas Variable X2 (Empati / Emphaty).....	31
Tabel 4.2.4.2.3 Uji Validitas Variable X3 (Reliabilitas / Realbility).....	32
Tabel 4.2.4.2.4 Uji Validitas Variable X ₄ (Daya Tanggap / <i>Responsiveness</i>).....	33
Tabel 4.2.4.2.5 Uji Validitas Variable X ₅ (Jaminan / <i>Assurance</i>)	34
Tabel 4.2.4.2.6 Uji Validitas Variable Y (Tingkat Loyalitas Konsumen).....	35
Tabel 4.2.5.1 Reliability Statistik untuk Kualitas Jasa yaitu “Bukti Fisik”	36
Tabel 4.2.5.2 Reliability Statistik untuk Kualitas Jasa “Empati”	37
Tabel 4.2.5.3 Reliability Statistik untuk Kualitas Jasa “Reliabilitas”	37
Tabel 4.2.5.4 Reliability Statistik untuk Kualitas Jasa “Daya Tanggap”	38
Tabel 4.2.5.5 Reliability Statistik untuk Kualitas Jasa “Jaminan”	39
Tabel 4.2.5.6 Reliability Statistik untuk Tingkat Loyalitas Pelanggan	39
Tabel 4.2.6.1 Korelasi kualitas jasa pada pencucian mobil New Kartika terhadap loyalitas konsumen.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.5.1 Paradigm Pemikiran	9
Gambar 2.1.3.4.1 Analisis Lima Kesenjangan.....	21
Gambar 2.1.4.3.1 <i>The loyalty Pyramid</i>	31
Gambar 2.1.4.3.2 <i>Profit Generator System</i>	34
Gambar 2.1.4.4.1 <i>The Four Type of Loyalty</i>	35
Gambar 3.1.1 Struktur Organisasi Bengkel New Kartika.....	2

DAFTAR LAMPIRAN

A. KUESIONER	3
--------------------	---