

## ABSTRACT

This study aims to identify and analyze how much influence the quality of service to the level of satisfaction experienced by customers who use the services of PT. PLN (Persero) UPJ Rajamandala. The results showed that the quality of care consisting of realibility (X1), responsiveness (X2), assurance (X3), emphaty (X4), and tangible (X5) jointly have a positive influence. Indicated by the regression equation  $Y = 1,205 + 0,164 x_1 - 0,357 x_2 + 0,218 x_3 + 0,223 x_4 + 0,322 x_5$ , with a significant level of Realibility at 004 or 4%; Responsiveness of 022 or 2.2%; Assurance by 000 or 0%; Emphaty 000 or 0% and tangible by 009 or 9%. Of the five variables that affect customer satisfaction PT. PLN (Persero) UPJ Rajamandala, most dominant variable is the variable Assurance, with significant requirements.

Keywords: Quality of service, tangible, reliability, responsiveness, assurance, emphaty, and customer loyalty.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen yang menggunakan jasa PT. PLN (Persero) UPJ Rajamandala. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri atas *Realibility* (X1), *responsiveness* (X2), *assurance* (X3), *emphaty* (X4), dan *tangible* (X5) secara bersamasama memiliki pengaruh yang positif, ditunjukkan oleh persamaan regresi  $Y = 1,205 + 0,164_{x1} - 0,357_{x2} + 0,218_{x3} + 0,223_{x4} + 0,322_{x5}$  dengan tingkat signifikan untuk realibility sebesar 004 atau 4%; responsiveness sebesar 022 atau 2,2%; assurance sebesar 000 atau 0%; emphaty 000 atau 0% dan tangible sebesar 009 atau 9%. Dari lima variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) UPJ Rajamandala, variabel yang paling dominan adalah variabel Assurance (Jaminan), dengan signifikan yang disyaratkan.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (kepedulian), dan loyalitas konsumen.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
<b>BAB 1</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Identifikasi Masalah .....	4
1.3    Tujuan Penelitian.....	5
1.3.1    Tujuan Penelitian .....	5
1.4    Kegunaan Penelitian.....	5
<b>BAB II</b> .....	7
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1    Tinjauan Tentang Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.1    Pengertian Bauran Pemasaran dan Bauran Pemasaran Jasa .....	8

2.2.	Ruang Lingkup Pemasaran Jasa .....	11
2.2.1	Pengertian Jasa .....	11
2.2.2	Karakteristik Jasa .....	12
2.2.3	Klasifikasi Jasa.....	14
2.2.4	Jasa Sebagai Suatu Proses.....	17
2.2.5	Strategi Pemasaran Untuk Perusahaan Jasa .....	18
2.3	Pengertian Kualitas Jasa.....	20
2.3.1	Model Kualitas Jasa .....	21
2.3.2	Mengukur Kualitas Jasa .....	24
2.3.3	Faktor-Faktor Penyebab Kualitas Yang Buruk.....	26
2.4	Kepuasan Pelanggan.....	29
2.4.1	Pengertian Kepuasan.....	29
2.4.2	Mengukur Kepuasan Jasa.....	31
2.5	Loyalitas Pelanggan.....	33
2.5.1	Definisi Loyalitas .....	33
2.5.2	Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	34
2.5.3	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	34
2.5.4	Tahap-Tahap Pertumbuhan Loyalitas Pelanggan.....	36
2.5.5	Keuntungan-Keuntungan dari Pelanggan Yang Loyal .....	38
2.6	Kerangka Pemikiran .....	39
2.7	Hipotesis.....	40
<b>BAB III</b>	.....	<b>41</b>
<b>Metode Penelitian</b>	.....	<b>41</b>
3.1	Objek Penelitian .....	41

3.1.1 Tujuan , Visi dan Misi.....	41
3.2    Metode Penelitian.....	42
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.2.2 Variabel Penelitian.....	44
3.2.3 Operasional Variabel.....	44
3.2.4    Jenis Penelitian dan Sumber data.....	46
3.2.5    Populasi dan sampel.....	46
3.3    Analisis data .....	49
3.3.1 Analisis Kualitatif .....	49
3.3.2 Analisis Kuantitatif .....	49
3.4    Pengukuran Instrumen Penelitian .....	49
3.5    Metode Analisis Data .....	50
3.5.1    Uji Normalitas.....	50
3.5.2    Uji Multikolinearitas .....	51
3.5.3    Uji Heteroskedastisitas .....	52
3.5.4    Uji Validitas .....	52
3.5.5    Uji Reliabilitas .....	53
3.5.6    Analisis Regression.....	54
3.5.7    Uji F (Uji Serempak).....	55
3.5.    8 Uji t (Uji Parsial) .....	56
<b>BAB IV .....</b>	<b>57</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1    Hasil Pengumpulan data.....	57
4.1.1    Kualitas pelayanan .....	59

4.1.2	Loyalitas Konsumen .....	64
4.2.	Analisis data .....	67
4.2.1	Uji Aumsi klasik Normalitas.....	67
4.2.2	Uji Aumsi klasik Multikolinearitas.....	68
4.2.3	Uji Aumsi klasik Heteroskedasitas.....	69
4.2.4	Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan Jasa dan Loyalitas Konsumen.....	69
4.2.5	Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan Jasa dan Loyalitas Konsumen 73	
4.3	Pengujian Hipotesis .....	74
<b>BAB V</b>	.....	83
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	83
5.1	Simpulan.....	83
5.2	Saran bagi pagi phak perusahaan .....	87
5.3	Keterbatasan dan Saran bagi Penelitian Mendatang .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR GAMBAR

Halaman		
Gambar 1	Tiga Jenis pemasaran dalam Industri Jasa.....	19
Gambar 2	Kualitas Jasa Analisis Lima Kesenjangan.....	22
Gambar 3	Bagan Kerangka Konsep.....	40
Gambar 4	Uji Normalitas.....	67
Gambar 5	Uji Heteroskedastisitas.....	69
Gambar 6	Hasil Model Penelitian.....	81
Gambar 7	Hasil Uji Pengaruh Secara Simultan.....	81

## DAFTAR TABEL

Halaman		
Tabel 1	Operasional Kualitas Pelayanan Jasa (X).....	45
Tabel 2	Operasional Loyalitas Konsumen (Y).....	46
Tabel 3	Distribusi Frekuensi dan Persentase Demografi Responden.....	58
Tabel 4	Penilaian Tingkat Kualitas Layanan.....	61-62
Tabel 5	Penilaian Tingkat Loyalitas Konsumen.....	69
Tabel 6	Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 7	Uji Validitas Dimensi Tangibles dan Emphaty.....	70
Tabel 8	Uji Validitas Dimensi Reliability dan Responsiveness.....	71
Tabel 9	Uji Validitas Dimensi Assurance.....	72
Tabel 10	Uji Validitas Loyalitas Konsumen.....	73
Tabel 11	Uji Reliability Variabel Kualitas Layanan Jasa.....	73
Tabel 12	Uji Reliability Variabel Loyalitas Konsumen.....	74
Tabel 13	Uji Pengaruh Simultan Variabel Kualitas Layanan Jasa Terhadap Loyalitas.....	75
Tabel 14	Model Summary.....	76
Tabel 15	Uji Pengaruh secara Parsial.....	76
Tabel 16	Correlations.....	78
Tabel 17	Coefficients.....	78
Tabel 18	Perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung.....	79-81
Tabel 19	Perhitungan pengaruh total.....	80



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Pengolahan Data
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen
- Lampiran 4 Hasil Model Penelitian
- Lampiran 5 Hasil Uji Pengaruh Secara Simultan