

ABSTRACT

In this era, all companies have to always provide the best services in order to fulfill the needs and desires of their customers. By giving a maximum service, company expects customers' loyalty thus loyal customers will tend to perform continuous transactions and bring other consumers to use the services or products of the company. Loyal customers are valuable assets that ensure the survival of a company.

The aim of this study is to analyze how service quality dimension (tangibility, empathy, reliability, responsiveness, and assurance) can affect Cineplex 21 customers' loyalty in Bandung simultaneously and partially, and to determine which factors of the five dimensions of service quality that have the highest influence on Cineplex 21 customers' loyalty in Bandung. The population in this study is Cineplex 21 customers in Bandung. Samples were taken from 105 respondents, who answered 21 questions about customers' loyalty, questionnaire were measured by using a Likert scale. The data were analyzed by using multiple regression test with SPSS application program.

From the analysis, it is shown that simultaneous service quality dimension affects customer loyalty by 48,9 %, however, only empathy and assurance which have influence on customer loyalty. To be exact, empathy has the most influence on customer loyalty.

Key words: service quality dimension; customer loyalty

ABSTRAK

Dewasa ini, semua perusahaan dituntut untuk senantiasa memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Melalui pemberian pelayanan yang maksimal diharapkan hal itu akan membentuk loyalitas pelanggan. Bagi perusahaan, loyalitas pelanggan merupakan tolak ukur kesetiaan pelanggan terhadap suatu jasa atau produk perusahaan. Pelanggan yang loyal akan cenderung melakukan transaksi secara terus menerus serta membawa konsumen lain untuk menggunakan jasa atau produk dari perusahaan. Pelanggan yang loyal merupakan aset berharga yang menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dimensi kualitas pelayanan (aspek fisik, empati, keandalan, ketanggapan, keyakinan) terhadap loyalitas pelanggan Cineplex 21 di Bandung secara simultan dan parsial, dan untuk mengetahui faktor mana dari kelima dimensi kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh tertinggi terhadap loyalitas pelanggan Cineplex 21 di Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Cineplex 21 di Kota Bandung yang tidak diketahui jumlah pastinya. Sampel yang diambil sebesar 105 responden, yang menjawab 21 pertanyaan mengenai loyalitas pelanggan. Skala pengukurannya menggunakan skala Likert. Pada analisis data digunakan uji regresi berganda dengan program aplikasi SPSS.

Dari hasil analisis data diketahui bahwa secara simultan dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 48,9%. Hanya faktor empati dan keyakinan yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Empati memiliki pengaruh tertinggi terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: dimensi kualitas pelayanan; loyalitas pelanggan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Bauran Pemasaran	11

2.1.2.1 Produk	12
2.1.2.2 <i>Price</i>	15
2.1.2.3 <i>Place</i> (Saluran Distribusi)	16
2.1.2.4 <i>Promotion</i>	17
2.1.2.5 <i>People</i>	17
2.1.2.6 <i>Physical Evidence</i>	18
2.1.2.7 <i>Process</i>	19
2.1.3 Jasa	20
2.1.4 Kualitas Jasa.....	23
2.1.5 Dimensi Kualitas Jasa	27
2.1.6 Perilaku Konsumen	31
2.1.7 Loyalitas Pelanggan	33
2.2 Rerangka Teoritis	36
2.3 Rerangka Pemikiran	37
2.4 Model Penelitian	38
2.5 Hipotesis.....	38
2.6 Hasil Riset Empiris	40
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Objek Penelitian	43
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	44
3.3 Jenis Penelitian.....	44
3.4 Jenis Data	45
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	46

3.6 Populasi dan Sampel	50
3.6.1 Populasi	50
3.6.2 Sampel.....	50
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.6.4 Menentukan Ukuran Sampel.....	51
3.7 Metode Analisis Data	52
3.7.1 Uji Instrumen	53
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.7.3 Uji Regresi Berganda	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Profil Responden.....	58
4.2 Karakteristik Responden	58
4.2.1 Jenis Kelamin	59
4.2.2 Usia	60
4.2.3 Frekuensi Menonton Film.....	61
4.2.4 Jenis Pekerjaan	62
4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	63
4.3.1 Uji Validitas	63
4.3.2 Uji Reliabilitas	66
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.4.1 Uji Normalitas	69
4.4.2 Uji Multikolinearitas	70
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	71

4.5 Uji Regresi Berganda	72
4.6 Pembahasan.....	75
4.6.1 Pengujian Hipotesis Pertama	76
4.6.2 Pengujian Hipotesis Kedua	76
4.6.3 Pengujian Hipotesis Ketiga	76
4.6.4 Pengujian Hipotesis Keempat	77
4.6.5 Pengujian Hipotesis Kelima.....	77
4.6.6 Pengujian Hipotesis Keenam	77
4.6.7 Pengujian Hipotesis Ketujuh.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Batasan Penelitian	80
5.3 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	87
LAMPIRAN.....	88
KUESIONER PENELITIAN.....	197
PERNYATAAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN	200

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Kualitas Pelayanan – Loyalitas Pelanggan	38
Gambar 4.2 Jenis Kelamin	59
Gambar 4.3 Usia.....	60
Gambar 4.4 Frekuensi Menonton Film	61
Gambar 4.5 Jenis Pekerjaan	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Bioskop di Bandung	3
Tabel 2.1 Perbedaan Karakteristik Barang dan Jasa	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 4.1 Jumlah Kuesioner dan Tingkat Pengembalian.....	58
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.3 Usia	60
Tabel 4.4 Frekuensi Menonton Film.....	61
Tabel 4.5 Jenis Pekerjaan.....	62
Tabel 4.6 Uji Validitas Awal	63
Tabel 4.7 Uji Validitas Akhir.....	65
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	70
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas.....	71
Tabel 4.12 Anova	72
Tabel 4.13 <i>Model Summary</i>	73
Tabel 4.14 Analisis Regresi Berganda (Tabel <i>Coefficients</i>)	73