



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
PEMBENTUKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA VILO
GELATO TOMANG JAKARTA BARAT**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Tugas Akhir Ini Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu

(S1)

Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Nabilah Ramadhani

44222110037

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
PEMBENTUKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA VILO
GELATO TOMANG JAKARTA BARAT**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Tugas Akhir Ini Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
(S1)
Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh :
Nabilah Ramadhani

44222110037

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabilah Ramadhani
NIM : 44222110037
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relation

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP PEMBENTUKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA VILO GELATO TOMANG JAKARTA BARAT”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 Agustus 2026



Nabilah Ramadhani

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Nabilah Ramadhani

NIM : 44222110037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relation

Dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Pembentukan Loyalitas Pelanggan Pada Vilo Gelato Tomang Jakarta Barat”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 12 Agustus 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 24%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Agustus 2026
Administrator Turnitin


Rizki Agustin. M.I.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Menteng Selatan No. 100, Jakarta Barat 11010

Telp: 021-8040818 / 021-8040819 / 021-8040820

Website: www.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nabilah Ramadhani
NIM : 44222110037
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Pembentukan Loyalitas Pelanggan Pada Vilo Gelato Tomang Jakarta Barat

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 25 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Public Relation, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



Novi Erlita, S.Sos., Ma
NIDN/NUPTK : 0309118502

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Agustus 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
NIDN/NUPTK : 0318116602



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si
NIDN/NUPTK : 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan Rahmat-Nya. Sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Pembentukan Loyalitas Pelanggan” tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat selesai.

Ucapan terima kasih ini penulisan tujukan kepada :

1. Ibu Novi Erlita, MA selaku Dosen Pembimbing dan penasihat yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan nasihat sehingga tugas akhir ini dapat terlaksana.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Ketua Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Novi Erlita, MA, selaku Sekretaris Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Kedua orang tua tercinta Ibu Iin Parlina dan Bapak Wahdani, dan adik saya Nailah Rasikah yang telah memberikan motivasi, doa, dan dukungannya kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
8. Yang terkasih, teman-teman, serta semua orang yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan tugas akhir ini sebaik mungkin,

penulis menyadari bahwa skripsi ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga tugas akhir ini berguna bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Jakarta, Juli 2026

Peneliti,
Nabilah Ramadhani
44222110037



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabilah Ramadhani
NIM : 44222110037
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relation
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Pembentukan Loyalitas Pelanggan Pada Vilo Gelato Tomang Jakarta Barat.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Agustus 2026
Yang menyatakan,


Nabilah Ramadhani

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP PEMBENTUKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA VILO GELATO TOMANG JAKARTA BARAT

ABSTRAK

Persaingan industri *food and beverage* (F&B) yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk memberikan kualitas layanan yang mampu mempertahankan loyalitas pelanggan. Vilo Gelato Tomang Jakarta Barat merupakan salah satu bisnis gelato lokal yang mengutamakan inovasi produk dan kualitas pelayanan. Namun, berdasarkan hasil observasi, terjadi penurunan frekuensi kunjungan ulang pelanggan pada tahun 2025 yang mengindikasikan adanya potensi penurunan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap pembentukan loyalitas pelanggan pada Vilo Gelato Tomang Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Teori yang digunakan adalah Teori Kualitas Interaksi Layanan dari Grönroos serta konsep SERVQUAL dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Variabel kualitas layanan diukur melalui dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, sedangkan loyalitas pelanggan diukur melalui dimensi *repeat purchase*, *referrals*, *retention*, dan *share of wallet*. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics 25 melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, korelasi Pearson, regresi linear sederhana, uji *t*, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,593 menunjukkan hubungan positif dengan kategori sedang.

Hasil uji *t* memperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,352 menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan kontribusi sebesar 35,2% terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan 64,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, SERVQUAL, Komunikasi Pelayanan, Vilo Gelato.

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY AT VILO GELATO TOMANG, WEST JAKARTA

ABSTRACT

The increasingly competitive food and beverage (F&B) industry requires companies to provide high-quality services that can maintain customer loyalty. Vilo Gelato Tomang, West Jakarta, is a local gelato business that prioritizes product innovation and service quality. However, based on the observation results, there was a decline in the frequency of repeat customer visits in 2025, indicating a potential decrease in customer loyalty.

This study aims to determine and analyze the effect of service quality on customer loyalty at Vilo Gelato Tomang, West Jakarta. This study employed a positivist paradigm with a quantitative approach and survey method. The theoretical framework used was Grönroos' Service Interaction Quality Theory and the SERVQUAL concept developed by Parasuraman, Zeithaml, and Berry. The service quality variable was measured through the dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, while customer loyalty was measured through repeat purchase, referrals, retention, and share of wallet. The study involved 100 respondents selected using a purposive sampling technique.

Data were collected through questionnaires and analyzed using IBM SPSS Statistics 25 through validity, reliability, normality, Pearson correlation, simple linear regression, t-test, and coefficient of determination tests. The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer loyalty. The correlation coefficient value of 0.593 indicated a moderate positive relationship.

The t-test result obtained a significance value of $0.000 < 0.05$; therefore, H_0 was rejected and H_1 was accepted. The coefficient of determination (R^2) value of 0.352 indicated that service quality contributed 35.2% to customer loyalty, while the remaining 64.8% was influenced by other factors outside the scope of this study.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty, SERVQUAL, Service Communication, Vilo Gelato.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Teori Kualitas Interaksi Layanan (Grönroos, 1984)	15
2.2.2 Teori Komunikasi Organisasi	16

2.2.3	Kualitas Layanan.....	17
2.2.4	Dimensi Kualitas Layanan	18
2.2.5	Pelanggan	22
2.2.6	Loyalitas Pelanggan	22
2.2.7	Dimensi Loyalitas Pelangga.....	23
2.3	Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		26
3.1	Paradigma Penelitian.....	26
3.2	Metode Penelitian.....	26
3.3	Populasi dan Sampel	27
3.3.1	Populasi.....	27
3.3.2	Sampel.....	28
3.3.3	Teknik Sampling.....	28
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	29
3.4.1.	Definisi Konsep.....	29
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	30
3.4.3	Skala Pengukuran.....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5.1	Data Primer	37
3.5.2	Data Sekunder	38
3.5.3	Uji Validasi dan Reliabilitas	38
3.5.3.1	Uji Validasi	38
3.5.3.2	Reliabilitas	42
3.6	Teknik Analisis Data.....	44
3.6.1	Uji Normalitas Data	44
3.6.2	Uji Regresi Linier.....	45

3.6.3	Uji T	46
3.6.4	Relevansi Uji T terhadap penelitian.....	46
3.6.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.2	Hasil Penelitian	49
4.2.1	Karakteristik Data Responden.....	50
4.2.2	Tabulasi Data Frekuensi.....	51
4.2.2.1	Hasil Penelitian Variabel X (Kualitas Layanan).....	51
4.2.2.2	Analisis Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	66
4.3	Hasil Uji Kualitas Data	78
4.3.1	Analisis Koefisien Korelasi.....	79
4.3.2	Analisis Normalitas Data	80
4.3.3	Analisis Regresi Linear Sederhana	81
4.3.4	Uji Hipotesis (Uji T)	82
4.3.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	83
4.4.	Pembahasan.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN.....		94

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1. Operasional Konsep	36
Tabel 3. 2. Skala Likert	37
Tabel 3. 3. Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X)	41
Tabel 3. 4. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	42
Tabel 3. 5. Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4. 1. Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4. 2. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 3. Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili	51
Tabel 4. 4. Pertanyaan Dimensi Tangible (Bukti Fisik) (X1)	52
Tabel 4. 5. Pertanyaan Dimensi Tangible (Bukti Fisik) (X2)	52
Tabel 4. 6. Pertanyaan Dimensi Tangible (Bukti Fisik) (X3)	53
Tabel 4. 7. Pertanyaan Dimensi Tangible (Bukti Fisik) (X4)	53
Tabel 4. 8. Mean Per-dimensi Tangible (Bukti Fisik)	54
Tabel 4. 9. Pertanyaan Dimensi Reliability (Keandalan) (X5)	55
Tabel 4. 10. Pertanyaan Dimensi Reliability (Keandalan) (X6)	55
Tabel 4. 11. Pertanyaan Dimensi Reliability (Keandalan) (X7)	56
Tabel 4. 12. Mean Per-dimensi Reliability (Keandalan)	57
Tabel 4. 13. Pertanyaan Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap) (X8)	58
Tabel 4. 14. Pertanyaan Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap) (X9)	58
Tabel 4. 15. Pertanyaan Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap) (X10)	58
Tabel 4. 16. Mean Per-dimensi Responsiveness (Daya Tanggap)	59
Tabel 4. 17. Pertanyaan Dimensi Assurance (Jaminan) (X11)	60
Tabel 4. 18. Pertanyaan Dimensi Assurance (Jaminan) (X12)	61
Tabel 4. 19. Pertanyaan Dimensi Assurance (Jaminan) (X13)	61
Tabel 4. 20. Mean Per-dimensi Assurance (Jaminan)	62
Tabel 4. 21. Pertanyaan Dimensi Empathy (Empati) (X14)	63
Tabel 4. 22. Pertanyaan Dimensi Empathy (Empati) (X15)	64
Tabel 4. 23. Pertanyaan Dimensi Empathy (Empati) (X16)	64

Tabel 4. 24. Mean Per-dimensi Empathy (Empati).....	65
Tabel 4. 25. Pertanyaan Dimensi Repeat Purchase (Pembelian Ulang) (Y1).....	66
Tabel 4. 26. Pertanyaan Dimensi Repeat Purchase (Pembelian Ulang) (Y2).....	67
Tabel 4. 27. Pertanyaan Dimensi Repeat Purchase (Pembelian Ulang) (Y3).....	67
Tabel 4. 28. Mean Per-dimensi Repeat Purchase (Pembelian Ulang)	68
Tabel 4. 29. Pertanyaan Dimensi Repeat Referrals (Memberikan Rekomendasi) (Y4)	69
Tabel 4. 30. Pertanyaan Dimensi Repeat Referrals (Memberikan Rekomendasi) (Y5)	70
Tabel 4. 31. Pertanyaan Dimensi Repeat Referrals (Memberikan Rekomendasi) (Y6)	71
Tabel 4. 32. Mean Per-dimensi Repeat Referrals (Memberikan Rekomendasi)...	72
Tabel 4. 33. Pertanyaan Dimensi Retention (Kesetiaan/Jangka Waktu Bertahan) (Y7).....	73
Tabel 4. 34. Pertanyaan Dimensi Retention (Kesetiaan/Jangka Waktu Bertahan) (Y8).....	73
Tabel 4. 35. Pertanyaan Dimensi Retention (Kesetiaan/Jangka Waktu Bertahan) (Y9)	74
Tabel 4. 36. Mean Per-Dimensi Retention (Kesetiaan/Jangka Waktu Bertahan) .	75
Tabel 4. 37. Pertanyaan Dimensi Share of Wallet (Proporsi Pembelian) (Y10)...	76
Tabel 4. 38. Pertanyaan Dimensi Share of Wallet (Proporsi Pembelian) (Y11)...	76
Tabel 4. 39. Pertanyaan Dimensi Share of Wallet (Proporsi Pembelian) (Y12)...	77
Tabel 4. 40. Mean Per-dimensi Share of Wallet (Proporsi Pembelian)	78
Tabel 4. 41. Tabel Uji Korelasi.....	79
Tabel 4. 42. Hasil Uji Korelasi dengan SPSS	79
Tabel 4. 43. Hasil Nomalitas Kolmogorov-Smirnov	81
Tabel 4. 44. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	81
Tabel 4. 45. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	82
Tabel 4. 46. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Diagram Data Jumlah Customer pada Tahun 2025	3
Gambar 3. 1. Lemeshow	28
Gambar 4. 1. Logo Vilo	48

