

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA
WIWI COUTURE DI JAKARTA PUSAT**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : Siat Ching Mij
NIM : 43105120 - 006**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siat Ching Mij

NIM : 43105120006

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 27 Mei 2010

Siat Ching Mij

NIM : 43105120006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Siat Ching Mij
NIM : 43105120006
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
WIWI COUTURE DI JAKARTA PUSAT
Tanggal Lulus Ujian : 27 Mei 2008

Disahkan oleh:
Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(R.M. Rasyid, SE., MM)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(Dra. Yuli Harwani, M.M)

(Arif Bowo Prayogo K, SE., MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi
Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan
pada *Wiwi Couture* di Jakarta Pusat

Dipersiapkan dan Disusun oleh:
Siat Ching Mij
43105120006

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 27 Mei 2010

Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

R.M. Rasyid, SE., MM.

.....
UNIVERSITAS
Anggota Dewan Penguji

MERCU BUANA

Luna Haningsih, SE., ME.

.....

Anggota Dewan Penguji

Ir. Sahibul Munir, SE., MSi.

.....

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Kuasa telah memberi rahmat dan karunia serta membimbing dan menuntun penulis sehingga dapat menyelesaikan karya akhir dengan judul “ Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Wiwi Couture* di Jakarta Pusat ”. Dalam penyusunan karya akhir ini penulis mendapat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Tanpa bantuan dari pihak-pihak tersebut penyusunan karya akhir ini tidak akan dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Suharyadi, M.S., selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Ir.Yenon Orsa, M.M., selaku Direktur PKK Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dra. Yuli Harwani, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Arif Bowo Prayogo K,SE., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Strata 1 Universitas Mercu Buana.
5. Bapak R.M. Rasyid, SE, MM., selaku pembimbing utama karya akhir ini yang dengan tulus ikhlas memberikan bimbingan dan pengarahan.
6. Seluruh Dosen dan Staff PKK Universitas Mercu Buana yang telah membekali berbagai pengetahuan dan bantuan kepada penulis.
7. Para responden yang telah bersedia untuk mengisi lembaran kuesioner yang kami sebar.

8. Putriku tersayang Jennie S Bev. yang selalu memberikan dorongan dan dukungan semangat, moril maupun materiil hingga bisa terselesaikannya karya akhir ini. dan
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga terselesaikannya karya akhir ini.

Penyusun menyadari bahwa penulisan karya akhir ini masih jauh dari sempurna. Maka dengan segala kerendahan hati diharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna lebih sempurnanya karya akhir ini. Akhir kata semoga karya akhir ini dapat berguna seperti yang diharapkan.



Jakarta, 27 Mei 2010

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Siat Ching Mij)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Pengertian Pemasaran	5

2.2	Perilaku Konsumen	7
2.3	Pengertian Jasa	10
2.3.1	Karakteristik Jasa	11
2.3.2	Kualitas Jasa	12
2.3.3	Faktor-faktor yang Menentukan Kualitas Jasa	13
2.4	Pengertian Pelayanan dan Kualitas Pelayanan	13
2.4.1	Pengertian Pelayanan	13
2.4.2	Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2.5	Pengertian Kepuasan Pelanggan	16
2.5.1	Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan	16
2.5.2	Pengukuran Kepuasan Pelanggan	17
2.6	Loyalitas Konsumen / Pelanggan	18
2.6.1	Definisi Loyalitas	19
2.6.2	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	20
2.6.3	Tingkatan Loyalitas Pelanggan	21
2.6.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	22
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1	Obyek Penelitian	24
3.1.1	Lokasi penelitian	24
3.1.2	Gambaran Perusahaan	24

3.1.3	Jenis Layanan	26
3.2	Desain Penelitian	26
3.3	Hipotesis	27
3.4	Variabel dan skala pengukuran	27
3.4.1	Definisa Operasional Variabel	27
3.4.1.1	Kualitas Pelayanan	28
3.4.1.2	Loyalitas Pelanggan	29
3.4.2	Skala Pengukuran	29
3.5	Metode Pengumpulan Data	30
3.6	Jenis Data	31
3.7	Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.7.1	Populas	31
3.7.2	Sampel	31
3.8	Metode Analisa Data	34
3.8.1	Analisa Data	34
3.8.2	Pengujian Hipotesis Koefisien Regresi	36
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Statistik Deskriptif	37
4.1.1	Analisa Data Responden	37
4.1.2	Analisa tanggapan Responden mengenai Kualitas Pelayanan	39
4.1.3	Analisa tanggapan Responden mengenai Loyalita Pelanggan	44

4.2	Validitas Reliabilitas	49
4.2.1	Uji Validitas Instrumen	49
4.2.2	Uji Reliabilitas Instrumen	50
4.3	Analisa Regresi	52
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1	Simpulan	56
5.2	Saran	57
DAFTAR PUSAKA		58
LAMPIRAN		59
Lampiran 1: Hasil uji Validitas dan Reliabilitas		59
Lampiran 2: Hasil analisis Regresi Linier		60
Lampiran 3: Hasil uji Hipotesis		61
Lampiran 4: Kuesioner penelitian		62
Lampiran 5: Tabel r		66
Lampiran 6: Tabel t		67
TABEL		68
Tabel 4.1 Jenis kelamin responden		68
Tabel 4.2 Pendidikan terakhir		68
Tabel 4.3 Lama waktu menggunakan jasa fashion design		
Wiwi Couture		68

Tabel 4.4 Apakah ada menggunakan jasa fashion design pihak	
Lain	69
Tabel 4.5 Wiwi Couture mampu menyelesaikan pekerjaan fashion design	
Tepat waktu sesuai keinginan pelanggan	69
Tabel 4.6 Wiwi Couture selalu memberi informasi yang jelas dan mudah	
Dimengerti kepada pelanggan tentang busana yang dipesan	69
Tabel 4.7 Saya tidak ragu dengan kecakapan Wiwi Couture dalam	
Mengerjakan busana saya, karena Wiwi Couture mempunyai	
Team handal	70
Tabel 4.8 Wiwi Couture selalu memperhatikan dan bertanggung jawab	
Atas pekerjaan yang dipercayakan pelanggan	70
Tabel 4.9 Saya percaya kualitas jahitan Wiwi Couture yang rapi dan	
Design yang fashionable	70
Tabel 4.10 Tingkat penilaian Kualitas Pelayanan	71
Tabel 4.11 Reputasi perusahaan yang baik.....	71
Tabel 4.12 Design yang fashionable	72
Tabel 4.13 Rasa aman dalam proses pembuatan busana	72
Tabel 4.14 Jaminan kerusakan dan kehilangan barang	72
Tabel 4.15 Kemampuan menangani pekerjaan yang bersifat seger ...	73
Tabel 4.16 Tingkat penilaian loyalitas pelanggan	73

GAMBAR	74
Gambar 1: Faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen.....	74
Gambar 2: Piramida Loyalitas	74
Gambar 3: Nomogram Harry King	75
Bagan 1: Struktur organisasi sederhana	76



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis kelamin responden	37
Tabel 4.2 Pendidikan terakhir	38
Tabel 4.3 Lama waktu menggunakan jasa fashion design Wiwi Couture...	38
Tabel 4.4 Apakah ada menggunakan jasa fashion design pihak lain	39
Tabel 4.5 Wiwi Couture mampu menyelesaikan pekerjaan fashion design tepat waktu sesuai keinginan pelanggan	40
Tabel 4.6 Wiwi Couture selalu memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti kepada pelanggan tentang busana yang dipesan	40
Tabel 4.7 Saya tidak ragu dengan kecakapan Wiwi Couture dalam Mengerjakan busana saya,karena Wiwi Couture mempunyai team handal.....	41
Tabel 4.8 Wiwi Couture selalu memperhatikan dan bertanggung jawab Atas pekerjaan yang dipercayakan pelanggan	42
Tabel 4.9 Saya percaya kualitas jahitan Wiwi Couture yang rapi dan design yang fashionable	42
Tabel 4.10 Tingkat penilaian kualitas pelayanan	44
Tabel 4.11 Reputasi perusahaan yang baik	45
Tabel 4.12 Design yang fashionable	45
Tabel 4.13 Rasa aman dalam proses pembuatan busana	46
Tabel 4.14 Jaminan kerusakan dan kehilangan barang	47
Tabel 4.15 Kemampuan menangani pekerjaan yang bersifat segera	47
Tabel 4.16 Tingkat penilaian Loyalitas pelanggan	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen	8
Gambar 2 Piramida Loyalitas	22
Gambar 3 Nomogram Harry King	33
Bagan 1 Struktur organisasi sederhana	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil uji Validitas dan Reliabilitas	61
Lampiran 2 Hasil analisis Regresi Linier	62
Lampiran 3 Hasil uji hipotesis.....	63
Lampiran 4 Kuesioner	64
Lampiran 5 Tabel r	68
Lampiran 6 Tabel t	69

