

**PENGARUH ASPEK RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE,
EMPHATY, TANGIBLE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN MENJADI VARIABEL
*INTERVENING***

“STUDI KASUS PADA HOKBEN CABANG MALL CBD CILEDUG”

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Program Studi Manajemen S1

Nama : Yusuf halim

N.I.M : 43112010253

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yusuf Halim

NIM : 43112010253

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 November 2016



NIM: 4311201025

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yusuf Halim
NIM : 43112010253
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Aspek Reliabilty, Responsiveness,
Assurance, Emphaty, Tangible Terhadap Loyalitas
Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai
Variabel Intervening.

Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,


(Endi Rekarti, SE, ME)


(Agus Arijanto, SE, MM)

Tanggal: 19/12 2016

Tanggal: 12/12 2016

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi

dan Bisnis,

Manajemen S1,


(Prof. Dr. Wiwik Utami Ak., MS., CA)


(Dr. Rina Astini SE., MM)

Tanggal:

Tanggal: 20/12 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisa dengan judul penelitian **“Pengaruh Aspek Reliabilty, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening”**.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Ibu Dr. Rina Astini SE., MM selaku Kaprodi Manajemen S1, Bapak Soelton Psi., MM selaku Sekretaris I dan Ibu Hesti Maheswari SE., M.Si Sekretaris II Program Studi Manajemen S1.
4. Bapak Drs. Endi Rekarti SE., ME selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam membimbing, memberikan saran, meluangkan waktunya, mengarahkan serta memotivasi kepada penuli ssehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik.

5. Yang Teristimewa, kedua Orang Tua saya (ALM) Bapak Yaskurie HR dan Ibu Hj. Maria Ulfa yang luar biasa hebatnya dalam membesarkan saya serta kedua kakak saya Ali Depie, dan Ika Maya Sari yang tidak pernah putus memberikan semangat, doa, motivasi, kasih sayang dan cinta dalam setiap prosesnya hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Yang Teristimewa, mama saya tercinta Maria Ulfa dan kakak saya tercinta Ika Maya Sari beserta suaminya Yudhie Pratama Heliawan yang telah membiayai kuliahku selama ini dan kehidupanku. I love you full.
7. Terima kasih untuk semua sahabat spesial seluruh anak Emak family atas semua canda tawa, dukungan, serta doa-doa terbaik yang telah diberikan.

Kepada seluruh pihak, saudara, sahabat dan teman penulis lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terimakasih atas segalanya. Skripsi yang penulis susun ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun cara penulisan. Karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi di masa yang akan datang.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Agustus 2016

Yusuf Halim

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan masalah penelitian	9
C. Tujuan penelitian	9
D. Kontribusi penelitian	10
1. Kontribusi akademis	10
2. Kontribusi praktisi	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
A. Kajian pustaka	12
1. Manajemen Pemasaran Jasa.....	12
2. Kualitas Pelayanan.....	13
3. Kepuasan Pelanggan	16
4. Loyalitas Pelanggan.....	21
5. Penelitian Terdahulu	23
6. Hubungan antara reliability terhadap kepuasan pelanggan.....	36
7. Hubungan antara responsivness terhadap kepuasan pelanggan.....	37
8. Hubungan antara assurance terhadap kepuasan pelanggan	37
9. Hubungan antara emphaty terhadap kepuasan pelanggan	38
10. Hubungan antara tangibles terhadap kepuasan pelanggan	38

11. Hubungan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan	39
B. Rerangka pemikiran	40
C. Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Waktu dan tempat penelitian	40
1. Waktu penelitian	40
2. Tempat penelitian	40
B. Desain penelitian	41
C. Definisi dan operasional variabel	41
1. Definisi variabel	41
2. Operasionalisasi variabel	42
D. Populasi dan Sampel	50
1. Populasi	50
2. Sampel	51
E. Teknik pengumpulan data	52
F. Metode analisis data	54
1. Structural equation modeling (SEM)	54
2. Uji Validitas	62
3. Uji Reliabilitas	63
4. Uji Hipotesis	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
A. Gambaran PT EKA BOGAINTI	65
1. Tempat dan waktu penelitian	66
2. Karakteristik Profil Responden	66
B. Analisis Deskriptif Variabel	73
1. Reliability	73
2. Responsiveness	74
3. Assurance	75
4. Emphaty	76
5. Tangible	77
6. Kepuasan pelanggan	79

7. Loyalitas pelanggan	80
C. Uji validitas dan uji reliabilitas variabel	81
1. Hasil uji validitas variabel	81
2. Hasil uji reliabilitas variabel	92
D. Uji kecocokan model pengukuran	93
1. Uji kecocokan keseluruhan model	93
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T)	96
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	98
E. Analisis hasil penelitian	102
1. Analisis reliability terhadap kepuasan pelanggan	102
2. Analisis responsiveness terhadap kepuasan pelanggan	102
3. Analisis assurance terhadap kepuasan pelanggan	103
4. Analisis empathy terhadap kepuasan pelanggan	103
5. Analisis tangible terhadap kepuasan pelanggan	104
6. Analisis kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
A. KESIMPULAN	106
B. SARAN	107
1. Saran untuk Hoka-hoka Bento	107
2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN - LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Merek Fast Food Yang Paling Sering Digunakan Masyarakat Indonesia ...	2
1.2	Jumlah Komplain Pelanggan	4
2.1	Penelitian Terdahulu	23
3.1	Operasional Variabel.....	43
3.2	Instrumen Skala Likert.....	53
3.3	Goodness Of Fit Index	59
4.1	Analisis Deskriptif Variabel Reliabilty	74
4.2	Analisis Deskriptif Variabel Responsiveness	75
4.3	Analisis Deskriptif Variabel Assurance	76
4.4	Analisis Deskriptif Variabel Emphaty	77
4.5	Analisis Deskriptif Variabel Tangible	78
4.6	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	79
4.7	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	80
4.8	Uji Validitas Variabel Reliabilty.....	82
4.9	Uji Validitas Variabel Responsiveness	83
4.10	Uji Validitas Variabel Assurance.....	85
4.11	Uji Validitas Variabel Emphaty.....	87
4.12	Uji Validitas Variabel Tangible.....	88
4.13	Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	90
4.14	Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	92
4.15	Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	92
4.16	Hasil Uji kecocokan Model Struktural.....	95
4.17	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	97

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Model Penelitian Hubungan Antar Variabel.....	38
4.1	Jenis Kelamin	67
4.2	Usia	68
4.3	Tingkat Pendidikan	69
4.4	Pekerjaan	70
4.5	Penghasilan	71
4.6	Menjadi Pelanggan Hoka-hoka Bento	72
4.7	Model Pengukuran Variabel Reliabilty.....	81
4.8	Model Pengukuran Variabel Responsiveness	83
4.9	Model Pengukuran Variabel Assurance.....	84
4.10	Model Pengukuran Variabel Emphaty	86
4.11	Model Pengukuran Variabel Tangible	88
4.12	Model Pengukuran Variabel Kepuasan Pelanggan.....	90
4.13	Model Pengukuran Variabel Loyalitas Pelanggan.....	91
4.14	Model Pengukuran keseluruhan	94
4.15	Model Struktural (T-value)	96

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
1	Kuisisioner	111
2	Hasil Karakteristik Responden.....	118
3	Hasil Kuisisioner	122
4	Analisis Deskriptif Variabel.....	157
5	Hasil Uji Validitas.....	161
6	Hasil Uji Reliabilitas	164
7	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	168
8	Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran	172
9	Hasil Uji model Struktural (Uji T).....	173

