



**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA COUNTRYSTYLE DONUTS YANG
BERLOKASI DI GEDUNG BURSA EFEK JAKARTA**

KARYA AKHIR

**OLEH
I WAYAN SURYANA
55109120147**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

2012

PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan
dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan pada
CountryStyle Donuts yang Berlokasi di Gedung Bursa
Efek Jakarta

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : I Wayan Suryana

NIM : 55109120147

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : - Februari 2012

Mengesahkan,

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Direktur Program Pascasarjana

Dr. Rina Astini SE, ME

Prof. Dr. Ir. Didik J. Rachbini

Pembimbing Utama

Dr. Rina Astini SE, ME

ABSTRACT

This study is to examine how each dimension of service quality may show different influence on customer's satisfaction and their impact on customer's loyalty in the foods and beverages industry especially on CountryStyle Donuts at Jakarta Stock Exchange Tower (Gedung Bursa Efek Jakarta).

A survey research was conducted with 206 respondents. Technical data analysis used for testing proposed hypothesis is Structural Equation Modelling (SEM) which is run by Lisrel 8.70 program.

The results reveal that the service quality dimensions of assurance and empathy have significant influences on customer satisfaction while the other three dimensions (tangibles, reliability and responsiveness) do not. In addition, customer's satisfaction appears to mediate the influence of service quality dimension on customer loyalty.

ABSTRAK

Tujuan utama dari studi ini adalah untuk mengetahui bagaimana masing-masing dimensi kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh yang berbeda pada kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada industri makanan dan minuman, khususnya pada CountryStyle Donuts yang berlokasi di Gedung Bursa Efek Jakarta.

Penelitian ini telah dilaksanakan melalui survey pelanggan dengan mengambil sampel sebanyak 206 responden. Teknik pengolahan data hasil survey tersebut dengan menggunakan model persamaan struktural (Structural Equation Modelling / SEM) dengan program Lisrel 8.70.

Hasilnya menyatakan bahwa dimensi *assurance* dan *empathy* dari kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan konsumen, sementara tiga dimensi lainnya, yakni *tangibles*, *reliability* dan *responsiveness* tidak berpengaruh. Sebagai tambahan, kepuasan pelanggan nampaknya menjadi mediasi atas pengaruh dari dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan pada CountryStyle Donuts yang Berlokasi di Gedung Bursa Efek Jakarta

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : I Wayan Suryana

NIM : 55109120147

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang tetap dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Februari 2012

I Wayan Suryana
55109120147

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas karunia dan tuntunanNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir dengan judul: Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan pada CountryStyle Donuts yang Berlokasi di Gedung Bursa Efek Jakarta. Karya Akhir ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyusunan karya akhir ini penulis mendapat dukungan, masukan, bantuan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Tanpa bantuan dari pihak-pihak tersebut penyusunan Karya Akhir ini tidak akan dapat terselesaikan pada waktunya. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu DR. Rina Astini, SE, ME, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan banyak masukan kepada penulis dalam menyelesaikan karya akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, selaku Dosen Penelaah pada waktu seminar proposal Karya Akhir, yang telah banyak memberikan pemahaman, koreksi, masukan dan saran dalam penulisan Karya Akhir ini.
3. Bapak Muchsin Saggaf Shihab, MBA, Ph.D dan Bapak Wawan Purwanto SE, MM, selaku Dosen Penguji Karya Akhir, yang telah memberikan koreksi, pemahaman dan masukan kepada penulis.
4. Seluruh dosen, staff dan civitas akademika Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pelayanan yang baik dalam membantu penulis menyelesaikan kuliah dan Karya Akhir ini.
5. Seluruh teman angkatan 15 Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dorongan dan bantuan untuk menyelesaikan Karya Akhir ini.
6. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu karena keterbatasan penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan pembahasan Karya Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, demi kesempurnaan laporan Karya Akhir ini, saran dan kritik yang membangun dari kalangan akademis maupun praktisi akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis mengharapkan semoga Karya Akhir ini dapat membawa manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, Februari 2012

I Wayan Suryana

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1 Sejarah	8
2.2 Lingkup Bidang Usaha	9
2.3 Sumber Daya	10
2.4 Visi dan Misi	14
2.4.1 Visi	14
2.4.2 Misi	14
2.5 Tantangan Bisnis	15

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

3.1 Kajian Pustaka	17
3.1.1 Kualitas Pelayanan	17
3.1.1.1 <i>Tangibles</i>	34
3.1.1.2 <i>Reliability</i>	35

3.1.1.3	<i>Responsiveness</i>	35
3.1.1.4	<i>Assurance</i>	36
3.1.1.5	<i>Empathy</i>	36
3.1.2	Kepuasan Pelanggan	37
3.1.3	Loyalitas Pelanggan	40
3.1.4	Variabel	42
3.1.4.1	<i>Tangibles</i>	42
3.1.4.2	<i>Reliability</i>	42
3.1.4.3	<i>Responsiveness</i>	42
3.1.4.4	<i>Assurance</i>	43
3.1.4.5	<i>Empathy</i>	43
3.1.4.6	Kepuasan Pelanggan	43
3.1.4.7	Loyalitas Pelanggan	43
3.1.5	Hasil Penelitian Terdahulu	44
3.2	Kerangka Pemikiran	46
3.3	Hipotesis	47

BAB IV METODOLOGI

4.1.	Objek Penelitian	49
4.2.	Lokasi dan Waktu Penelitian	49
4.3.	Rancangan Penelitian	49
4.4.	Jenis Data	50
4.5.	Populasi dan Sampel	51
4.5.1	Populasi	51
4.5.2	Sampel	53
4.6.	Metode Pengambilan Sample	53
4.7.	Operasionalisasi Variabel dan Model	55
4.8.	Uji Validitas dan Reliabilitas	60
4.9.	Teknik Analisis Data	64
4.9.1	Analisis Deskriptif	65
4.9.1.1	Rataan Hitung (<i>Mean</i>)	65
4.9.1.2	Tabel Frekuensi	66
4.9.1.3	Standar Deviasi	66
4.9.2	Tahapan Analisis Data dengan Metode SEM	67
4.9.3	Modifikasi Model SEM	82
4.9.4	<i>Multiple Group Analysis</i>	83
4.10.	<i>Pre-test</i>	84

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1	Pengumpulan Data	88
5.2	Profil Responden	89
5.2.1	Jenis Kelamin Responden	89
5.2.2	Usia Responden	90
5.2.3	Pendidikan Responden	91
5.2.4	Penghasilan Responden	92
5.2.5	Frekuensi Pembelian dalam Setahun	96
5.3	Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran ..	98
5.3.1	Pengolahan Data	98
5.3.2	Uji Kecocokan Model Pengukuran	99
5.4.	Pembahasan Hasil Penelitian	143

BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1.	Kesimpulan	149
6.2.	Rekomendasi	150
6.3.	Keterbatasan Penelitian	153

DARTAR PUSTAKA	156
LAMPIRAN	162
RIWAYAT HIDUP	202

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Pertumbuhan jumlah gerai Donuts di Indonesia	3
Tabel 1.2.	Nilai Penjualan Perusahaan dalam 3 Tahun Terakhir	3
Tabel 2.1.	Daftar Mesin yang Dimiliki oleh PT. ILN	12
Tabel 4.1.	Jumlah Transaksi Penjualan Bulan April, Mei dan Juni 2011 ..	52
Tabel 4.2.	Jenis Variabel Penelitian	57
Tabel 4.3.	Variabel dan Indikator Penelitian	59
Tabel 4.4.	Kriteria Penerimaan Suatu Model	77
Tabel 4.5.	Hasil Uji Validitas Dimensi/Variabel	86
Tabel 4.6.	Hasil Uji Validitas Masing-masing Variabel Observasi	86
Tabel 5.1.	Statistik Hasil Penelitian	88
Tabel 5.2.	Jenis Kelamin Responden	89
Tabel 5.3.	Usia Responden	90
Tabel 5.4.	Pendidikan Responden	91
Tabel 5.5.	Penghasilan Responden	94
Tabel 5.5a.	Daftar Perusahaan di Gedung BEJ Tower 1	95
Tabel 5.6.	Frekuensi Pembelian	97
Tabel 5.7.	Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Tangibles</i>	101
Tabel 5.8.	Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Reliability</i>	102
Tabel 5.9.	Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Responsiveness</i>	104
Tabel 5.10.	Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Assurance</i>	105
Tabel 5.11.	Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Empathy</i>	107
Tabel 5.12.	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (<i>Loyalty</i>)	108
Tabel 5.13.	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas (<i>loyalty</i>)	110
Tabel 5.14.	Ikhtisar Hasil Uji Validitas Semua Variabel Penelitian	111
Tabel 5.15.	SLF Hasil Uji Kecocokan Tahap Pertama	114
Tabel 5.16.	Indeks GOF Hasil Uji Kecocokan Tahap 1	115
Tabel 5.17.	SLF Hasil Respesifikasi Pertama	119
Tabel 5.18.	Indeks GOF Hasil Respesifikasi Pertama	120
Tabel 5.19.	SLF Hasil Repsesifikasi Kedua	124
Tabel 5.20.	Indeks GOF Hasil Respesifikasi Kedua	125
Tabel 5.21.	Hasil Uji Reliabilitas	133
Tabel 5.22.	SLF Hasil Uji Model Struktural	136
Tabel 5.23.	Indeks GOF Hasil Uji Model Struktural	137
Tabel 5.24.	Indeks GOF Hasil Uji Hubungan Kausal	139
Tabel 5.25.	Nilai-t Hasil Uji Hipotesis	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1. Struktur Organisasi PT. Intimas Lestari Nusantara (ILN)	14
Gambar	3.1. Analisis Gap Model Kualitas Pelayanan	17
Gambar	5.1. Diagram <i>Pie</i> Jenis Kelamin Responden	90
Gambar	5.2. Diagram <i>Pie</i> Usia Responden	91
Gambar	5.3. Diagram <i>Pie</i> Pendidikan Responden	92
Gambar	5.4. Diagram <i>Pie</i> Penghasilan Responden	94
Gambar	5.5. Diagram <i>Pie</i> Frekuensi Pembelian Responden	98
Gambar	5.6. Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Tangibles</i>	100
Gambar	5.7. Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Reliability</i>	102
Gambar	5.8. Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Responsiveness</i>	103
Gambar	5.9. Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Assurance</i>	105
Gambar	5.10. Hasil Uji Validitas Dimensi <i>Empathy</i>	107
Gambar	5.11. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (<i>Loyalty</i>)	108
Gambar	5.12. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas (<i>Loyalty</i>)	109
Gambar	5.13. Hasil Uji Kecocokan Model Tahap Pertama	113
Gambar	5.14. Hasil Uji Kecocokan Model Respesifikasi 1	118
Gambar	5.15. Hasil Uji Kecocokan Model Respesifikasi 2	123
Gambar	5.16. Hasil Uji Kecocokan Model Struktural	135
Gambar	5.17. Hasil Uji-t (<i>t-value</i>) Hubungan Kausal	138

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran</u>	<u>Hal</u>
1. Kuesioner Penelitian	162
2. Hasil Pengolahan Data Pre-test	166
3. Hasil Uji Validitas Penelitian	184
4. Hasil Uji Kecocokan Model	188