



ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENYEWA DALAM UPAYA
MENINGKATKAN LOYALITAS PENYEWA

(Studi kasus : PT. GRAND INDONESIA)

UNIVERSITAS
TESIS
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh
Shelfy Indah R
55111120003

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAGEMEN
TAHUN 2013



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PENYEWA DALAM UPAYA
MENINGKATKAN LOYALITAS PENYEWA**

(Studi kasus : PT. GRAND INDONESIA)

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen**

MERCU BUANA

Oleh
Shelfy Indah R
5511120003

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAGEMEN
TAHUN 2013**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penyewa dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Penyewa (Studi kasus : PT.Grand Indonesia).**

Bentuk karya akhir : Studi kasus

Nama : Shelfy Indah Rahmawati

NIM : 55 1111 20003

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen.

Tanggal : 29 September 2013

Mengesahkan :

**Ketua Program Studi
Magister Manajemen**

Direktur Program Pascasarjana

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Augustina Kurniasih, ME.

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Pembimbing Utama

Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penyewa dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Penyewa (Studi kasus : PT.Grand Indonesia).**

Bentuk Tesis : Studi kasus

Nama : Shelfy Indah Rahmawati

NIM : 55 1111 20003

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen.

Tanggal : 29 September 2013

Merupakan hasil studi program Pascasarjana, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 29 September 2013

Shelfy Indah Rahmawati

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah robbil ‘alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Rangka Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di PT Grand Indonesia Shopping Mall” Karya Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program master (S2) pada Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Selama proses penyusunan karya akhir ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan saran dan petunjuk yang sangat bermanfaat baik dari segi materi maupun dari segi teknis dalam penyusunan Karya Akhir ini.
2. Dr. Rina Astini MM, selaku penguji seminar karya akhir yang telah memberikan kritik dan saran sehingga karya akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Drs. Wawan Purwanto SE., MM selaku ketua sidang dan penguji karya akhir yang telah memberikan kritik dan saran
4. Dr. Augustina Kurniasih ME., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.

5. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjan Universitas Mercu Buana Jakarta
6. Muchsin Saggaf Shihab, MBA, Ph.D selaku Dosen Marketing Research yang selalu membimbing Penulis dalam menyelesaikan tesis ini
7. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Sekretariat Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta yang sudah banyak memberikan pengetahuan dalam proses pembelajaran selama penulis mengikuti perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
8. Pimpinan beserta seluruh jajaran Manajemen PT Grand Indonesia Shopping Mall yang telah mengizinkan penulis untuk dapat melakukan penelitian.
9. Semua pihak yang telah banyak memberi bantuan kepada Penulis, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak

Semoga Allah SWT. Berkenan membalas semua kebaikan dan pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Jakarta, 21 Oktober 2013

Shelfy Indah Rahmawati

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian	8
1.2.1. Identifikasi Masalah	8
1.2.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II DESKRIPSI GRAND INDONESIA SHOPPING MALL	
2.1. Sejarah Perusahaan	11
2.2. Lingkup Bidang Usaha	12
2.2.1. Grand Indonesia Shopping Mall	12
2.2.2. Visi dan Misi Grand Indonesia Shopping Mall	13
2.2.3. Logo Grand Indonesia Shopping Mall	15
2.3. Sumber Daya	15
2.4. Tantangan Bisnis	18
2.5. Proses Bisnis	19

BAB III	KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS	
3.1.	Kajian Pustaka	20
3.1.1.	Konsep Jasa dalam Pemasaran	20
3.1.2.	Karakteristik Jasa	22
3.1.3.	Konsep Kualitas Pelayanan.....	24
3.1.4.	Kepuasan Pelanggan.....	29
3.1.5.	Loyalitas Pelanggan.....	34
3.2.	Hubungan antara Dimensi Variabel	38
3.2.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	38
3.2.2.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	41
3.2.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	44
3.3.	Penelitian Terdahulu	45
3.4.	Kerangka Pemikiran	46
3.5.	Hipotesis Penelitian.....	46
BAB IV	METODOLOGI PENELITIAN	
4.1.	Objek Riset	47
4.2.	Metode Riset.....	47
4.3.	Populasi	48
4.4.	Sample Penelitian	49
4.5.	Metode Pengumpulan Data	50
4.6.	Operasional Variabel	50
4.7.	Analisis Dimensi	53
4.8.	Uji Instrument.....	55

4.8.1. Uji Validitas.....	55
4.8.2. Uji Reliabilitas	57
4.9. Uji Data	58
4.9.1. Uji Linearitas	58
4.9.2. Uji Normalitas	59
4.9.3. Uji Heteroskedatisitas	60
4.10. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	61
4.8.1. Analisis Korelasi	61
4.8.2. Analisis Regresi dengan menggunakan analisa jalur (<i>Path Analysis</i>)	61
 BAB V HASIL DAN ANALISIS	
5.1. Karakteristik Responden	62
5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	64
5.3. Uji Data	67
5.3.1. Uji Normalitas Data	67
5.3.2. Uji Linearitas Data	69
5.3.3. Uji Heteroskedatisitas.....	72
5.4. Analisis Deskriptif.....	74
5.4.1. Kualitas Pelayanan	74
5.4.2. Kepuasan Pelanggan.....	79
5.4.3. Loyalitas Pelanggan.....	80
5.5. Hasil Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	81
5.6. Hasil Analisis Korelasi Dimensi Antar Variabel	84
5.6.1. Hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	84
5.6.2. Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.....	85
5.6.3. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.....	87

BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1.	Kesimpulan	89
6.2.	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....		91
LAMPIRAN		93
RIWAYAT HIDUP		108



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Survei Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan dan <i>Hospitality</i> Mall Tingkat Premium Dengan Kategori <i>Overall Performance, Hospitality Performance</i> Dan <i>Facilities Performance</i>	3
Tabel 1.2 Data Waktu Dalam Menangani Setiap Keluhan Penyewa Di PT Grand Indonesia Shopping Town Pada Tahun 2010 dan 2011	6
Tabel 1.3 Jumlah Penyewa PT. Grand Indonesia 2012	7
Tabel 3.1 Atribut Dimensi Kualitas Pelayanan	27
Tabel 3.2 Lima Pendekatan Definisi Kepuasan Pelanggan.....	31
Tabel 3.3 Definisi Loyalitas Pelanggan.....	34
Tabel 3.4 Hubungan Antara Harapan, Kinerja (Kualitas Layanan) dan Kepuasan	41
Tabel 3.5 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 4.1 Data Penyewa PT. Grand Indonesia 2012.....	48
Tabel 4.2 Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	51
Tabel 4.3 Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	52
Tabel 4.4 Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan (Z)	52
Tabel 4.5 Dimensi Variabel antara Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	53
Tabel 4.6 Dimensi variabel Antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	54
Tabel 4.7 Dimensi Variabel Antara Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	54

Tabel 4.8 Hubungan Interval Koefisien Dengan Tingkat Hubungan.....	61
Tabel 5.1 Distribusi Responden Berdasarkan Area.....	62
Tabel 5.2 Distribusi Responden Berdasarkan Karakteristik Responden..	63
Tabel 5.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	65
Tabel 5.4 Uji Normalitas Data Kualitas Pelayanan.....	67
Tabel 5.5 Uji Normalitas Data Kepuasan Pelanggan	68
Tabel 5.6 Uji Normalitas Data Loyalitas Pelanggan	69
Tabel 5.10 Pendapat Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	74
Tabel 5.11 Pendapat Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan	79
Tabel 5.12 Pendapat Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan	80
Tabel 5.13 <i>Regression Weight</i> Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Penyewa.....	81
Tabel 5.14 Hasil Uji T	83
Tabel 5.15 Matriks Korelasi Dimensi Variabel Antara Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pelanggan	84
Tabel 5.16 Matriks Korelasi Dimensi Variabel Antara Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan	86
Tabel 5.17 Matriks Korelasi Dimensi Variabel Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran	56
Gambar 5.1 Uji Linearitas Data Kualitas Pelayanan.....	70
Gambar 5.2 Uji Linearitas Data Kepuasan Pelanggan	71
Gambar 5.3 Uji Linearitas Data Loyalitas Pelanggan	71
Gambar 5.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Antara Variabel Kualitas Pelayanan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan.....	72
Gambar 5.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Antara Variabel Kepuasan Pelanggan Dengan Variabel Loyalitas Pelanggan.....	73
Gambar 5.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Antara Variabel Kualitas Pelayanan Dengan Variabel Loyalitas Pelanggan	73

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Data Tabulasi Kualitas Pelayanan	93
Lampiran 2. Data Tabulasi Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	99
Lampiran 3. Path Model	102
Lampiran 4. Hasil Perhitungan Path Model	103
Lampiran 5. Kuesioner	105
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	108

