



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER
RELATIONS TERHADAP LOYALITAS GOLD MEMBER
DI MALL GRAND INDONESIA**

SKRIPSI

NUR ILMI NASRUL

44217110035

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATION

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

TAHUN 2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Ilmi Nasrul
NIM : 44217110035
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan
Customer Relations Terhadap
Loyalitas Gold Member Di Mall
Grand Indonesia

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 25 Agustus 2023



Nur Ilmi Nasrul

HALAMAN PENGESAHAN

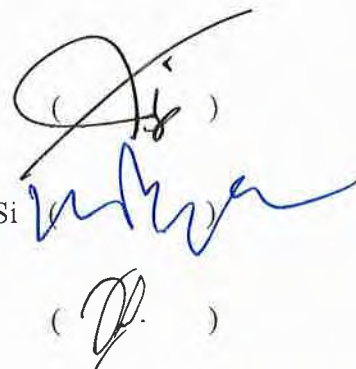
Laporan Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Nur Ilmi Nasrul
Nim : 44217110035
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan
Customer Relations Terhadap
Loyalitas Gold Member Di Mall
Grand Indonesia

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Farid Hamid M.Si
NIDN : 0301117301
Ketua Penguji : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
NIDN : 0318116602
Penguji Ahli : Andi Pajolloi Bate, M.A
NIDN : 0303069401




Jakarta, 15 Agustus 2023


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nur Ilmi Nasrul
NIM : 44217110035
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan
Customer Relations Terhadap
Loyalitas Gold Member Di Mall
Grand Indonesia

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

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Nur Ilmi Nasrul

Kata Pengantar

Dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT tuhan yang maha Esa. Sehingga penulis telah menyelesaikan Proposal Tugas Akhir yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Relations Terhadap Loyalitas Gold Member Di Mall Grand Indonesia guna syarat untuk syarat pelaksanaan Tugas akhir.

Pada kesempatan kali ini saya ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar besarnya atas bimbingan dan motivasi sehingga Tugas Akhir ini selesai, ucapan terimakasih diberikan kepada :

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si Selaku Kaprodi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana dan Selaku Dosen Pembimbing.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si Selaku Dekan Fikom dan Ketua Sidang Tugas Akhir.
3. Bapak Andi Pajolloi Bate M.A Selaku Penguji Tugas Akhir.
4. Anindita M.Ikom Selaku sekretaris studi Ilmu Komunikasi (Bidang Public Relations) Universitas Mercubuana Jakarta..
5. Keluarga saya (Mama, Lina, Eci, Sri) Bamas dan Vili yang sudah mendoakan dan Sangat membantu saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir di Universitas Mercubuana Jakarta.
6. PT Grand Indonesia yang sudah memberikan kesempatan penelitian, Memberikan data untuk menyelesaikan Tugas Akhir saya di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Saya sebagai penulis mengucapkan mohon maaf yang sebesar besarnya pada saat pembuatan laporan Tugas Akhir, ini apabila saya melakukan kesalahan kesalahan besar maupun kecil. Saya sebagai penulis mengharapkan laporan Tugas Akhir ini bisa berguna dan bermanfaat serta memotivasi saya (penulis) dan pembaca ke jenjang yang lebih baik

Jakarta, 25 Agustus 2023

Peneliti

Nur Ilmi Nasrul

ABSTRAK

Nama : Nur Ilmi Nasrul
NIM : 44217110035
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan
Customer Relations Terhadap
Loyalitas Gold Member Di Mall
Grand Indonesia
Pembimbing : Dr. Farid Hamid M.Si

Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun bentuk produk yang dihasilkan. Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Gold Member di Mall Grand Indonesia.

Populasi penelitian adalah jumlah customer Gold Member di Mall Grand Indonesia pada bulan April-Juni 2022 dan sampel penelitian sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Simple Random Sampling (Sampel Acak Sederhana). Data dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif. Analisis regresi diawali dengan uji asumsi klasik (uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas) kemudian dengan analisis regresi sederhana dan Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Berdasarkan hasil dari uji R^2 bahwa besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,397 dan (R^2) sebesar 0,158 bahwa pengaruh variabel X (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Loyalitas Pelanggan) adalah sebesar 15,8%. Berdasarkan dari hasil Uji t (Uji Parsial), variabel X (Kualitas Pelayanan) bahwa nilai signifikansi adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai 'hitung adalah $4,287 >$ nilai 'tabel adalah 1,984 maka H_0 ditolak H_1 diterima atau Kualitas Pelayanan variabel (X) terdapat pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan variable (Y) dengan menggunakan batas signifikansi 0,005. Maka $0,000 < 0,05$ yang H_1 diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian maka, hipotesis diterima bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Name : Nur Ilmi Nasrul
NIM : 44217110035
Study Program : Communication Studies
Title Internship Report : The Influence of Customer Service Quality Relations Against Gold Member Loyalty at Grand Indonesia Mall
Counsellor : Dr. Farid Hamid M.Si

Service quality is a crucial issue for every company, regardless of the form of the product produced. Service quality is determined by the company's ability to meet customer needs and desires in accordance with customer expectations. The purpose of this study was to determine the effect of Service Quality (X) on Customer Loyalty (Y) for Gold Members at Mall Grand Indonesia.

The research population is the number of Gold Member customers at Grand Indonesia Mall in April-June 2022 and a research sample of 100 respondents. The sampling technique used is Simple Random Sampling. Data were analyzed descriptively and quantitatively. Regression analysis begins with the classical assumption test (normality test, heteroscedasticity test and multicollinearity test) then with simple regression analysis and R² test (Coefficient of determination)

Based on the results of the R² test that the magnitude of the correlation/relationship (R) is equal to 0.397 and (R²) is 0.158 that the effect of variable X (Service Quality) on variable Y (Customer Loyalty) is 15.8%. Based on the results of the t test (Partial Test), the variable X (Quality of Service) that the significance value is $0.00 < 0.05$ and the tcount value is $4.287 >$ the t table value is 1.984 then H₀ is rejected H₁ is accepted or the Service Quality variable (X) is present influence on the variable Customer Loyalty (Y) using a significance limit of 0.005. Then $0.000 < 0.05$ which H₁ is accepted and H₀ is rejected. Thus, the hypothesis is accepted that service quality has a significant effect on customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis	15
2.2.1 Pengaruh	15
2.2.2 Public Relations	15
2.2.3 Aktivitas Public Relations.....	18
2.2.4 Customer Relations	19
2.2.5 Kualitas Pelayanan.....	20
2.2.6 Loyalitas Pelanggan	26
2.2.7 Lounge	28
2.3 Hipotesis Teori.....	27
2.3.1 Model Hipotesis	28
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi.....	30
3.3.2 Sampel.....	31
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	31
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Konsep	32
3.4.1 Definisi Konsep	32
3.4.2 Operasional Variabel	33

3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.5.1 Uji Validitas dan Realibilitas	38
3.6 Teknik Analisis Data	40
3.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	40
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	40
3.6.3 Pengujian Hipotesis (Uji t)	42
3.6.4 Uji R ² (Koefisien Determinasi)	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.1 Grand Indonesia	43
4.1.2 Visi Misi dan Nilai-nilai Inti Grand Indonesia	45
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	46
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	47
4.2.2 Identitas Responden	50
4.3 Hasil Penelitian	51
4.3.1 Variabel Kualitas Pelayanan (X)	53
4.3.2 Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	84
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	84
4.4.1 Uji Normalitas.....	85
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	86
4.4.3 Uji Multikolinearitas.....	87
4.4.4 Analisis Regresi Sederhana.....	88
4.4.5 Uji t	89
4.4.6 Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	93

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1	Populasi Seluruh Gold Member G Card Lounge Mal Grand Indonesia	30
Tabel 3.2	Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	33
Tabel 3.3	Pengkuran Skala Likert.....	38
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Pelayanan	53
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Kuesioner Loyalitas Pelanggan	54
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Kualitas Pelayanan	55
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Loyalitas Pelanggan	55
Tabel 4.7	Hasil Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.8	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat memiliki kecepatan dalam melayani ketika Gold Member baru pertama kali datang	57
Tabel 4.9	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat memiliki ketepatan dalam melayani sesuai dengan waktu yang dijanjikan	58
Tabel 4.10	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat memiliki kecekatan dalam mengatasi kesalahan	59
Tabel 4.11	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat selalu melakukan pelayanan sesuai dengan prosedur kerja ...	60
Tabel 4.12	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat selalu menunjukkan minat yang tulus dalam memecahkan masalah	61
Tabel 4.13	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat selalu konsisten dalam menyelesaikan permasalahan	62
Tabel 4.14	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat selalu menanggapi keluhan dengan sabar	63
Tabel 4.15	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat selalu tanggap dalam merespon keluhan para Gold Member	64

Tabel 4.16	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat memiliki kemampuan dalam memecahkan permasalahan	65
Tabel 4.17	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat selalu menginformasikan ketika layanan akan dilakukan	66
Tabel 4.18	Kepekaan Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat dalam melayani semua kebutuhan yang diperlukan	67
Tabel 4.19	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat memiliki keinginan untuk melayani sampai tuntas	68
Tabel 4.20	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat selalu sigap dalam memberikan pelayanan	69
Tabel 4.21	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat memiliki rasa percaya diri ketika melayani	70
Tabel 4.22	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat selalu bersikap sopan dalam memberikan pelayanan ke Gold Member	71
Tabel 4.23	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat selalu bertanggung jawab atas pelayanan yang diberikan kepada Gold Member	72
Tabel 4.24	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat memberikan rasa aman pada saat melayani	73
Tabel 4.25	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat memberikan kenyamanan pada saat melayani	74
Tabel 4.26	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat sangat komunikatif dalam melayani Gold Member	75
Tabel 4.27	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat bersedia memberikan petunjuk atau menjelaskan sesuatu kepada Gold Member sebelum melayani	76
Tabel 4.28	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat ikut merasakan keluhan yang diterima	77
Tabel 4.29	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat melayani dengan hati yang tulus	78

Tabel 4.30	Customer Relations di G Card Lounge Mal Grand Indonesia Jakarta Pusat memiliki kesabaran dalam menanggapi keluhan dalam jangka waktu yang lama	79
Tabel 4.31	Kebersihan ruangan G Card Lounge	80
Tabel 4.32	Keamanan ruangan G Card Lounge	81
Tabel 4.33	Kenyamanan ruangan G Card Lounge	82
Tabel 4.34	Karyawan berpenampilan rapi	83
Tabel 4.35	Karyawan berpenampilan sopan	84
Tabel 4.35	Karyawan berpenampilan sopan	84
Tabel 4.36	Saya sering melakukan transaksi keanggotaan member di Mal Grand Indonesia, Karna pelayanan Customer Relations	85
Tabel 4.37	Saya memanfaatkan berbagai layanan fasilitas yang disediakan Customer Relations G-card Lounge seperti penyediaan makanan ringan, penukaran poin, dan minuman	86
Tabel 4.38	Saya sering melakukan transaksi berbelanja di mal karna pelayanan yang didapat	87
Tabel 4.39	Saya memberikan rekomendasi kepada rekan rekan saya untuk menjadi Gold Member karna pelayanan yang diberikan Customer Relations	88
Tabel 4.40	Saya mengkomunikasikan secara lisan mengenai pengalaman saya di G-card Lounge kepada orang lain	89
Tabel 4.41	Saya selalu ingin menggunakan fasilitas yang disediakan Customer Relations	90
Tabel 4.42	Saya enggan untuk berhenti menjadi Gold Member di Mal Grand Indonesia	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	56
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Gambar 4.3	Grafik P-Plot Uji Normalitas SPSS 25.....	92
Gambar 4.4	Hasil Uji Analisis Statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) Menggunakan IBM SPSS 25	93
Gambar 4.5	Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Metode Scatter Plot dengan SPSS 25	94
Gambar 4.6	Hasil Uji Multikolineritas Menggunakan IBM SPSS 25	94
Gambar 4.7	Hasil dari Analisis Regresi Sederhana	95
Gambar 4.8	Hasil Uji t Menggunakan SPSS	97
Gambar 4.9	Hasil Uji R ² (Koefisien Determinasi) Menggunakan SPSS	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Responden
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	Uji Normalitas
Lampiran 5	Uji Heterokedastistas
Lampiran 6	Uji Multikolinearitas
Lampiran 7	Daftar Riwayat Hidup

