

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN STARBUCKS COFFEE PADA MALL METROPOLITAN BEKASI

Oleh:

Nama : Dewy Juny Astanty

Nim : 24130325

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

d/h Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBII)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

<April 2017>

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA COFFEE STARBUCKS PADA MALL METROPOLITAN BEKASI

Diajukan Oleh

Nama : Dewy Juny Astanty

NIM : 24130325

Jakarta, 7 Juni 2017

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing

(Ir. Tumpal Janji Raja Sitinjak, M. M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

<2017>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Dewy Juny Astanty/ 24130325/ 2017/ Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Starbucks Coffee pada Mall Metropolitan Bekasi/ Pembimbing: Bapak Tumpal J. R. Sitinjak, Ir., MM., .

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat saat ini, suatu perusahaan harus memiliki strategi dalam menjalankan kegiatan usahanya yang bertujuan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang optimal. Melalui kualitas layanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Teori-teori yang digunakan oleh penulis untuk lebih memahami pengertian dan konsep yang berhubungan dengan penelitian skripsi ini meliputi: teori kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

Pada penelitian ini peneliti melakukan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuisioner. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan kriteria tertentu.

Berdasarkan analisis dan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa pelanggan Starbucks Coffee menyatakan setuju terhadap kualitas layanan dan menyatakan setuju terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Dari Hasil pengolahan data, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel kualitas layanan memiliki pengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan namun juga terbukti berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan.



1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruhnya tanpa izin IBIKKG.

a. Penyalinan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Penyalinan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRACT

Dewy Juny Astanty / 24130325/2017 / Influence Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at Starbucks Coffee Metropolitan Mall Bekasi / Coach: Mr. Tumpal J. R. Sitinjak, Ir., MM.,

In the face of increasingly fierce business competition nowadays, a company must have a strategy for started a business activities aimed at achieving optimal goals and objectives. Through good quality of service will create customer satisfaction and customer loyalty.

Theories used by the authors to better understand the notions and concepts associated with this thesis research include: the theory of service quality, customer satisfaction, and customer loyalty.

In this study, researchers conducted a descriptive method with data collection techniques used are communication techniques by distributing questionnaires. While the sampling technique used is non-probability sampling with judgment sampling approach, that is sampling based on certain criteria.

Based on the analysis and research results, it can be seen that Starbucks Coffee customers agreed to the quality of service and agreed to customer satisfaction and customer loyalty so it can be concluded that there is a relationship between service quality and customer satisfaction to customer loyalty.

From the results of data processing, it can be concluded that overall service quality variables have a direct influence on customer satisfaction and customer loyalty but also proven to indirectly affect customer loyalty.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kesempatan yang diberikan untuk dalam proses penyelesaian skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dalam mencapai gelar sarjana ekonomi di Kwik Kian Gie *School of Business*.

Penulisan Skripsi ini ditunjukkan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program Starata-1, Jurusan Manajemen Pemasaran di Kwik Kian Gie *School of Business*.

Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini bukanlah semata-mata usaha penulis sendiri. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, khususnya pada:

1. Bapak Tumpal J. R. Sitinjak, Ir., MM., selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran untuk mengarahkan, membimbing, dan memberikan nasihat, baik berupa teknis maupun non teknis dalam pembuatan skripsi ini.
2. Seluruh dosen pengajar Kwik Kian Gie *School of Business* yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan sehingga proses penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
3. Pustakawan Kwik Kian Gie *School of Business* yang telah mendukung penulis dan membantu penulis untuk memperoleh buku-buku dan referensi lainnya yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini.





4. Orang tua tercinta, dan keluarga besar penulis yang telah mendoakan serta memberikan dukungan dan semangat selama penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Teman-teman penulis yaitu Erika Andani, Rika Novianti, Yurike Larasati, Meisi, Ratana, dan teman-teman lainnya yang tidak disebutkan satu-persatu yang telah membantu memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah turut membekali penulis dengan bantuan yang sangat bermanfaat.

Penulis menyadari adanya kekurangan pada penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mau menyampaikan permohonan maaf jika ada kesalahan penulisan, analisa, dan mungkin tata bahasa yang digunakan kurang berkenan. Atas pengertiannya penulis mengucapkan terimakasih. Kiranya kritik dan saran dari pembaca akan membantu penulis untuk mengembangkan skripsi ini dengan baik.

Diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pihak yang membutuhkannya.

Terimakasih penulis ucapkan atas perhatian dari pembaca.

Jakarta, 20 Juni 2017

Dewy Juny Astanty

DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGHANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Batasan Penelitian.....	5
E. Rumusan Masalah.....	5
F. Tujuan Penelitian.....	5
G. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Kualitas Layanan.....	7
2. Kepuasan Pelanggan.....	10
3. Loyalitas Pelanggan.....	15
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Pemikiran.....	24
1. Hubungan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan.....	24





2. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan	24
3. Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	25
D. Hipotesis Pnelitian	26
BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
A. Objek Penelitian.....	24
B. Desain Penelitian	24
C. Variabel Penelitian.....	26
D. Teknik Pengambilan Sampel	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
F. Teknik Analisis Data.....	30
1. Analisis Deskriptif	31
2. Analisis SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	33
BAB IV	38
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
B. Analisis Deskriptif dan Analisis SEM	42
C. Analisis SEM	46
D. Pembahasan.....	58
BAB V	60
KESIMPULAN DAN SARAN	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65

1. Dilansir dari www.diponegoro.ac.id dan www.umsida.ac.id.
 a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Penulisan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
	Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel <i>Service Quality</i>	26
	Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	28
	Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel <i>Customer Loyalty</i>	29
	Tabel 4.1 Kualitas Pelayanan <i>Descriptive Statistics</i>	42
	Tabel 4.2 Kepuasan Pelanggan <i>Descriptive Statistics</i>	44
	Tabel 4.3 Loyalitas Pelanggan <i>Descriptive Statistics</i>	45
	Tabel 4.4 <i>Descriptive Statistics</i>	45
	Tabel 4.5 Pengujian Validitas variable Kualitas Pelayanan	46
	Tabel 4.6 Pengujian Validitas variable Kepuasan Pelanggan	48
	Tabel 4.7 Pengujian Validitas variable Loyalitas Pelanggan	49
	Tabel 4.8 Uji Reabilitas Indikator Kualitas Pelayanan.....	50
	Tabel 4.9 Uji Reabilitas Indikator Kepuasan Pelanggan.....	52
	Tabel 4.10 Uji Reabilitas Indikator Loyalitas Pelanggan.....	53
	Tabel 4.11 Hasil uji Reabilitas konstruk	54
	Tabel 4.12 Uji Pengaruh antar Variabel	56

© Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kepuasan Pelanggan.....	11
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1	Perubahan Logo Starbucks	39
Gambar 4.2	Starbucks Mall Metropolitan bekasi.....	41
Gambar 4.3	Hasil Pengujian Hipotesis.....	55



1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.