

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN KONSUMEN

TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN

KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh :

Nama : Almaciga Tjondro

NIM : 25070333

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JANUARI 2013



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Diajukan Oleh

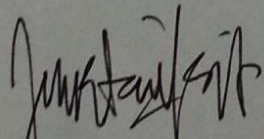
Nama : Almaciga Tjondro

NIM : 25070333

Jakarta, 10 September 2013

Disetujui Oleh :

Pembimbing,



(Dr. Tony Sitinjak.,M.M)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2013

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

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.



ABSTRAK

Almacia, Tjondro/ 25070333/ 2013/ Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening/ Dosen Pembimbing: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Saat ini dunia persaingan dalam industri produk perawatan kendaraan mulai berkembang dengan pesat, terutama di Jakarta ini. Pertumbuhan dari usaha salon mobil dan tempat mencuci kendaraan bertambah dengan cepatnya. Masing - masing dari mereka memiliki merek produk unggulannya masing - masing. Penulis melihat bahwa suatu produk perawatan kendaraan yang mereka gunakan tersebut dapat menjadi menjadi sarana promosi dari salon mobil tersebut karena produk tersebut telah memiliki konsumen - konsumen yang puas dan loyal terhadap produk tersebut. Suatu produk dapat memiliki konsumen yang puas dan loyal karena mereka mampu menyediakan produk dan berkualitas serta memberikan layanan yang memuaskan bagi konsumennya. Demikian juga yang terjadi dalam produk perawatan kendaraan tersebut.

Penulis menggunakan teori dan defnisi konsep untuk lebih memahami dan mengaplikasikan teori-teori tersebut kedalam penelitian yang dilakukan. Teori dan defmisi yang digunakan adalah teori yang berhubungan dengan kualitas produk, kualitas layanan, yang nantinya akan mempengaruhi kepuasan serta loyalitas dari konsumen.

Penelitian menggunakan teknik komunikasi sebagai teknik pengumpulan data, dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden yang pernah menggunakan produk perawatan kendaraan di Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *judgement sampling*, dimana pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan penulis. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis profil responden, analisis deskriptif variabel dan, analisis regresi berganda.

Dari analisis profil responden, disimpulkan bahwa responden yang pernah menggunakan produk perawatan kendaraan Meguiars di Jakarta adalah pria, berusia antara 16-25 tahun, dengan pendidikan terakhir sebagai SMA, dan bekerja sebagai pelajar mahasiswa. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat cukup bukti bahwa layanan konsumen signifikan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.



ABSTRACT

Almაცისა Tjondro / 25070333 / 2013 / The influence of Product Quality and Customer Service on Consumer Loyalty with Consumer Satisfaction as Intervening Variable/ Supervisor:

Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Currently the world competition in car care products industry began to grow rapidly, especially in Jakarta. The growth of businesses and places such as car salon and car wash increases with the speed. Each of them has their flagship product brands .

The author notes that a vehicle care products they use can be a means of promotion of the car salon, because it already has their consumers group who are satisfied and loyal to the product. A product can have a satisfied and loyal customers because they are able to provide quality products and satisfying service as well as provide for their consumers. That also true occurring in the vehicle care products.

The author uses the theory and concept definitions to better understanding and apply these theories into the research conducted. Theories and definitions used are the theories related to product quality, consumer service which then will influence their satisfaction and loyalty.

Research using communication techniques as data collection techniques, by distributing questionnaires to 100 respondents who had used the vehicle care products in Jakarta. Sampling technique using judgment sampling, where sampling in accordance with predetermined writer's criteria. The data analysis technique used is the validity and reliability, analyzes the profile of respondents, analysis and descriptive variables analysis.

From the analysis of the profile of respondents, concluded that the respondents who had used the Meguiars car care products in Jakarta are male, aged between 16-25 years, with the last as a high school education, and worked as a student / students.

This study concluded that there is sufficient evidence that the quality of services significantly influence customer satisfaction and customer loyalty.

1. a. Tidak diperkenankan untuk menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan isi dari karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
b. Penyalinan atau penyalinan sebagian dari karya tulis ini untuk keperluan akademik, penelitian, atau publikasi tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengutip, menyalin, atau menyebarkan isi dari karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





KATA PENGANTAR

Ucapan syukur dan terima kasih dipanjatkan oleh penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan anugerah, kasih, berkat, lindungan dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, benar dan lancar. Adapun penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Kwik Kian Gie School of Business.

Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dengan hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan guna kelancaran penyusunan skripsi ini, antara lain kepada:

1. Bapak Dr. Tony Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikirannya untuk mengarahkan, membimbing, dan memberikan nasehat serta saran baik berupa teknis maupun non teknis dalam pembuatan skripsi ini.
2. Seluruh dosen pengajar IBII yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan, serta seluruh staf dan karyawan yang tergabung dalam lingkungan IBII. Terima kasih atas kerjasama dan bantuannya selama penulis berkuliah di IBII.
3. Orang tua dan adik yang telah banyak memberi dukungan, doa, teguran, saran, masukan, pembelajaran, dan motivasi.
4. Maharani Ruth Subintoro yang telah banyak memberikan bantuan dalam perkerjaan, sehingga saya memiliki waktu luang dalam mengerjakan skripsi ini dengan tenang.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang, dan Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang, 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 IBIIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIIKKG.



5. Para manager dan staff dari Meguiars Indonesia yang telah membantu memberikan data serta memberikan kesempatan untuk menyebarkan kuisisioner dalam acara *Car Clinic* yang diadakan oleh Meguiars.

6. Wijaya Handaya sebagai teman seperjuangan yang terus memberi motivasi dan dukungan kepada penulis selama proses pembuatan skripsi.

7. Ibu Eta, Ibu Martha, Pak Joko Susilo dan seluruh staff BAAK dan karyawan IBII, yang telah membantu proses perkuliahan dan administrasi sehingga proses penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.

8. Semua teman-teman dan sahabat yang telah membantu dalam membagikan dan mengisi kuisisioner, yang turut membantu penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari pada kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat menyempurnakan skripsi ini maupun untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan atau berkepentingan.

Jakarta, July 2013

Penulis,

Almaciga Tjondro

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Batasan Penelitian.....	10
E. Rumusan Masalah.....	11
F. Tujuan Penelitian.....	11
G. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II : LANDASAN TEORI & KERANGKA PEMIKIRAN	13
A. Pengantar	13
A. Telaah Pustaka	13
B. Kerangka Pemikiran	39
C. Hipotesis Penelitian	40





BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	44
A. Objek Penelitian	44
B. Desain Penelitian	44
C. Variabel Penelitian	47
D. Teknik Pengumpulan Data	53
E. Teknik Pengambilan Sampel	53
F. Teknik Analisis Data	54
BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	65
A. Gambaran Umum Perusahaan	65
B. Analisis Data	68
C. Hasil Penelitian.....	108
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	110
A. Kesimpulan.....	110
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	116

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak cipta milik IBI BIKG (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.

DAFTAR TABEL

	Tabel 1.1 Gap Riset dan Permasalahan.....	7
	Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	50
	Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	69
	Tabel 4.2 Uji Validitas Kualitas Layanan.....	70
	Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	71
	Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	72
	Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	73
	Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan.....	73
	Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	74
	Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	74
	Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
	Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	76
	Tabel 4.11 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	77
	Tabel 4.12 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
	Tabel 4.13 Produk Meguiars tidak mudah rusak.....	79
	Tabel 4.14 Produk Meguiars bekerja sesuai fungsinya.....	80
	Tabel 4.15 Produk Meguiars dapat diandalkan saat diperlukan.....	81
	Tabel 4.16 Produk Meguiars mudah untuk digunakan.....	82
	Tabel 4.17 Produk Meguiars memiliki fitur tambahan yang tidak dimiliki produk lainnya..	83
	Tabel 4.18 Skor Kualitas Produk Meguiars Indonesia menurut responden.....	84

C Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 © Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 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 IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.19 Perusahaan Meguiars Indonesia dapat memberikan pelayanan yang dibutuhkan

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Tabel 4.19	Perusahaan Meguiars Indonesia dapat memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen.....	85
	Tabel 4.20	Perusahaan Meguiars Indonesia dapat memberikan pelayanan secara responsif kepada konsumen.....	86
	Tabel 4.21	Perusahaan Meguiars Indonesia dapat memberikan rasa aman bagi konsumen yang menggunakan produknya.....	87
	Tabel 4.22	Perusahaan Meguiars Indonesia menunjukkan rasa kepedulian kepada konsumen akan kebutuhan konsumen.....	88
	Tabel 4.23	Perusahaan Meguiars Indonesia memiliki fasilitas yang memadai dan enak dilihat dalam memberikan pelayanan.....	89
	Tabel 4.24	Skor Kualitas Layanan Meguiars Indonesia menurut responden.....	90
	Tabel 4.25	Harga produk perawatan mobil Meguiars sesuai dengan harapan.....	92
	Tabel 4.26	Kinerja dari produk perawatan mobil Meguiars tersebut sesuai harapan.....	93
	Tabel 4.27	Layanan dari penjual produk perawatan mobil Meguiars tersebut sesuai dengan harapan anda.....	94
	Tabel 4.28	Performa keseluruhan dari perusahaan Meguiars Indonesia sesuai dengan harapan konsumen.....	96
	Tabel 4.29	Skor Kepuasan Konsumen Meguiars Indonesia menurut responden.....	97
	Tabel 4.30	Anda akan membeli kembali produk Meguiars ini.....	98
	Tabel 4.31	Anda akan membeli produk Meguiars lainnya.....	99
	Tabel 4.32	Anda akan merefrensikan produk Meguiars ini ke kenalan anda.....	100
	Tabel 4.33	Anda lebih memilih produk Meguiars ini dibandingkan produk sejenis dari merek lain.....	101

© Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Tabel 4.34	Skor Loyalitas Konsumen Meguiars Indonesia menurut responden.....	102
Tabel 4.35	Uji - F Regresi - Pengaruh variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	103
Tabel 4.36	Uji - T Regresi - Pengaruh variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	104
Tabel 4.37	R ² Regresi - Pengaruh variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	105
Tabel 4.38	Uji - F Regresi - Pengaruh variabel Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	106
Tabel 4.39	Uji - T Regresi - Pengaruh variabel Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	106
Tabel 4.40	R ² Regresi - Pengaruh variabel Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	107

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Gambar komponen "4P".....	15
Gambar 2.2	Model teoritikal penelitian.....	39
Gambar 2.3	Model empirik penelitian.....	43

© Hak cipta dan izin IBIKKGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 PRA KUESIONER	117
Lampiran 2 KUESIONER	119
Lampiran 3 INPUT DATA PRA KUESIONER	122
Lampiran 4 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	126
Lampiran 5 INPUT DATA KUESIONER	127
Lampiran 6 HASIL UJI ASUMSI KLASIK	130

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menjiptip 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.