

ABSTRAK

Akhmad Majid, 111211132088, Pengaruh Kualitas Layanan (*Quality Service*) pada kesetiaan pelanggan (*Customer Loyalty*) di Lembaga Pengkajian dan Pengembangan Psikologi Terapan (LP3T), *Skripsi*, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya, 2016.

xviii + 55 Halaman + 27 Lampiran

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas layanan pada kesetiaan pelanggan di Lembaga Pengkajian dan Pengembangan Psikologi Terapan (LP3T). Kesetiaan pelanggan didefinisikan sebagai derajat dimana pelanggan menunjukkan perilaku pembelian yang berulang dari sebuah penyedia jasa, memiliki sikap yang positif terhadap penyedia jasa, dan mempertimbangkan untuk hanya menggunakan penyedia jasa tersebut saja (Gremler & Brown, 1996). Sedangkan kualitas layanan menurut Parasuraman dan kawan-kawan (1985) didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh dari sebuah perusahaan jasa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang didapatkan (*perceived performance*) dari perusahaan itu dengan ekspektasi (*expectation*) umum pelanggan dari bagaimana perusahaan industri itu seharusnya dijalankan. Reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini adalah 0,812 untuk skala kesetiaan pelanggan dan 0,92 untuk skala SERVQUAL. Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier sederhana, terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan pada kesetiaan pelanggan di LP3T. Lebih lanjut lagi, tidak ada pengaruh yang signifikan dari dimensi-dimensi kualitas layanan pada kesetiaan pelanggan di LP3T.

Kata kunci: kualitas layanan, kesetiaan pelanggan
Daftar Pustaka 47, (1990-2015)

ABSTRACT

Akhmad Majid, 111211132088, The Effect of Service Quality on Customer Loyalty in Lembaga Pengkajian dan Pengembangan Psikologi Terapan (LP3T), Undergraduate Thesis, Faculty of Psychology Universitas Airlangga Surabaya, 2016.

xviii + 55 pages + 27 appendices

This study examined the effect of service quality on customer loyalty in Lembaga Pengkajian dan Pengembangan Psikologi Terapan (LP3T). Customer loyalty is defined as the degree where customer shows positive attitude toward the service provider and considers using the service of that particular provider only (Gremler & Brown, 1996). Meanwhile referring to Parasuraman et al. (1985), service quality is defined as the holistic evaluation of a service company obtained by comparing the perceived performance of the company and the general expectation of the customer on how the company should run. The reliabilities of the measuring instruments used in this study were 0,812 for the customer satisfaction scale and 0,92 for the SERVQUAL scale. Based on the result of simple regression analysis, this study found a significant effect of service quality on customer loyalty in LP3T. Furthermore, no significant effect of each dimensions of service quality on customer loyalty in LP3T was found.

Keyword: service quality, customer loyalty
References 47, (1990-2015)