

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI PELANGGAN ATAS  
KUALITAS JASA SECARA LANGSUNG DAN TIDAK  
LANGSUNG TERHADAP LOYALITAS  
(PENELITIAN PADA PELANGGAN INDIVIDU PERUSAHAAN  
JASA MULTIGRAPH REPRO DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**Diajukan Oleh**

**RONALD ACHMADI  
No. Pokok :049815954**

**MILIE  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2003**

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS KUALITAS  
JASA SECARA LANGSUNG MAUPUN TIDAK LANGSUNG  
TERHADAP LOYALITAS (PENELITIAN PADA PELANGGAN  
INDIVIDU PERUSAHAAN JASA MULTIGRAPH REPRO DI  
SURABAYA)**

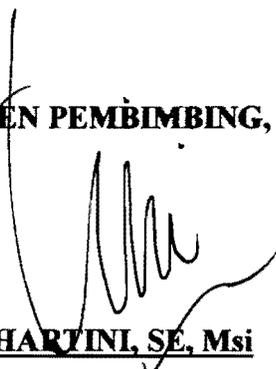
**DIAJUKAN OLEH:**

**RONALD ACHMADI:**

**No. Pokok: 049815954**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:**

**DOSEN PEMBIMBING,**

  
**SRI HARTINI, SE, Msi**

TANGGAL *18 Oktober 2003* .....

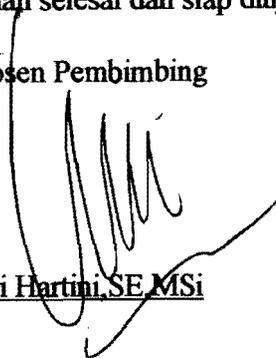
**KETUA PROGRAM STUDI**

  
**DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE**

TANGGAL *20/10 2003* .....

Surabaya, 27-08-2003  
Skripsi telah selesai dan siap diuji

Dosen Pembimbing



Sri Hartini, SE, MSi

## ABSTRAKSI

Dinamika yang terjadi pada sektor jasa terlihat dari perkembangan berbagai industri jasa yang cepat dan beragam, implikasi penting dari fenomena ini adalah makin tingginya tingkat persaingan. Menyikapi hal tersebut *service provider* dituntut untuk jeli melihat potensi pasar untuk mencari konsumen baru sekaligus bisa mempertahankan dan menjaga konsumen yang telah ada.

Usaha untuk memperoleh loyalitas konsumen adalah dengan menciptakan kepuasan konsumen, hal ini dapat tercapai dengan adanya kualitas jasa yang sesuai dengan keinginan dari pelanggan. Semakin banyak konsumen yang loyal akan memiliki dampak yang cukup besar terhadap tingkat keuntungan dan pertumbuhan usaha.

Melalui penganalisaan kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen dan mengetahui dampaknya terhadap loyalitas akan memudahkan pihak manajemen perusahaan Multigraph Repro untuk menyusun berbagai strategi pemasaran dengan lebih efektif, efisien serta dapat mengambil tindakan yang dirasa perlu untuk perbaikan kualitas jasa.

Penelitian ini mencoba mengkaji dan menganalisis pengaruh langsung kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruh tidak langsung kualitas jasa terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada perusahaan Multigraph Repro.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis*. Dari hasil pengujian didapatkan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan individu pada perusahaan Multigraph Repro ( $p_{XY} = 0,249$ , dengan signifikansi = 0.000). Kualitas jasa juga mempunyai pengaruh tidak langsung yang signifikan melalui kepuasan terhadap loyalitas pelanggan individu pada perusahaan Multigraph Repro. Hal ini dapat dilihat dari perkalian koefisien jalur  $p_{XZ}$  sebesar 0,607, signifikansi = 0.000 dengan jalur koefisien  $p_{ZY}$  sebesar 0,697, signifikansi = 0.000. Perkalian kedua koefisien diatas menghasilkan nilai sebesar 0,4231 yang menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung kualitas jasa terhadap loyalitas.

Besarnya pengaruh langsung variabel kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan individu adalah sebesar 16,76% dan besarnya pengaruh tidak langsung melalui kepuasan terhadap loyalitas pelanggan individu adalah 28,47%. Dengan demikian, pengaruh total variabel kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 35.23%

Dari perbandingan antara pengaruh langsung dan tidak langsung, terlihat bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar daripada pengaruh langsung. Hal ini dapat dilihat dari koefisien jalur pengaruh tidak langsung = 0,4231 dan pengaruh langsung = 0,249. Artinya, kualitas jasa mempunyai pengaruh yang lebih besar pada peningkatan loyalitas pelanggan individu perusahaan Multigraph Repro, jika pelanggan individu tersebut merasakan kepuasan.