

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN ATAS DIMENSI
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN AHASS - LANGOAN JAYA DI SURABAYA**

SKRIPSI

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

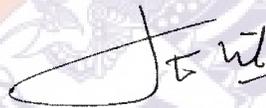


DIAJUKAN OLEH :

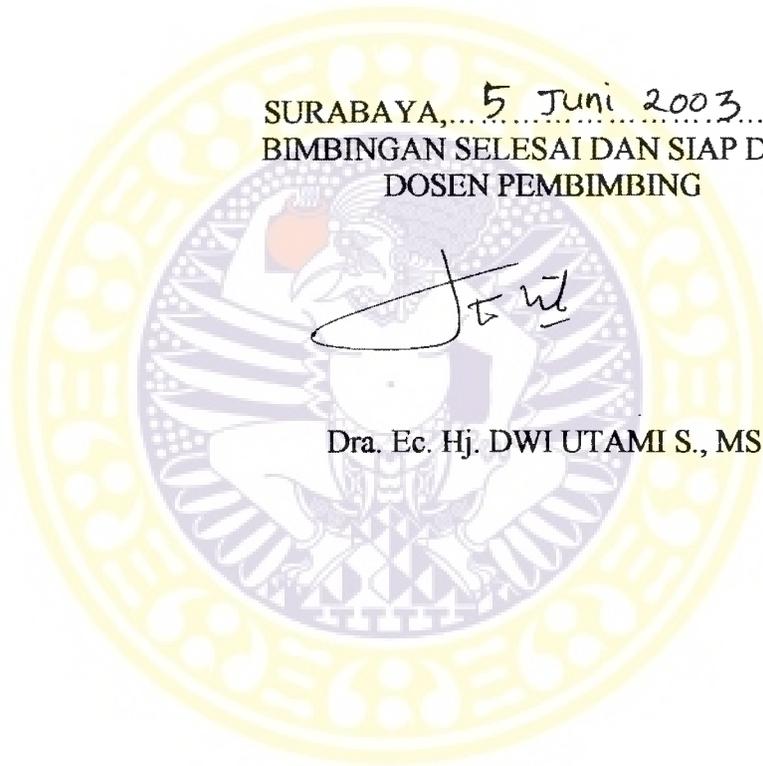
**FAJAR RAMDHANI
NIM. 049711524 E**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2003**

SURABAYA, 5 Juni 2003.....
BIMBINGAN SELESAI DAN SIAP DIUJI
DOSEN PEMBIMBING



Dra. Ec. Hj. DWI UTAMI S., MS



SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN ATAS DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AHASS – LANGOAN JAYA DI SURABAYA

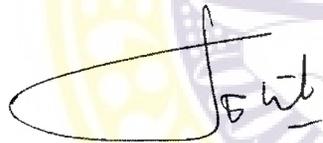
DIAJUKAN OLEH :

FAJAR RAMDHANI

NIM . 049711524 E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. Hj. DWI UTAMI S., MS

TANGGAL..... 6 Agustus 2020

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. H. AMIRUDDIN UMAR.SE.

TANGGAL.....

ABSTRAKSI

Untuk mewujudkan kepuasan konsumen tidaklah mudah. Pelanggan yang dihadapi kini berbeda dengan pelanggan pada beberapa dasawarsa lalu. Kini pelanggan semakin terdidik dan menyadari hak-haknya. Oleh karena itu ada saja pelanggan yang merasa tidak puas. Namun setiap perusahaan harus berupaya meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dan terus menerus melakukan peningkatan pelayanan sehingga kepuasan pelanggan dapat dipelihara dan ditingkatkan sehingga pelanggan menjadi loyal.

Untuk itu pemeliharaan kepuasan dan loyalitas pelanggan dirasakan sangat penting dalam menghadapi persaingan dengan bidang usaha sejenis.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini ada lima yaitu : kepuasan atas *reliability*, kepuasan atas *responsiveness*, kepuasan atas *assurance*, kepuasan atas *emphaty*, dan kepuasan atas *tangible*. Sedangkan variabel tergantung yang digunakan adalah loyalitas pelanggan.

Jumlah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 90 kuesioner. Untuk menguji validitas alat ukur yang digunakan *Pearson Product Moment*, sedangkan untuk menguji realibilitas digunakan *Alpha Cronbach*.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa kepuasan atas *reliability*, kepuasan atas *responsiveness*, kepuasan atas *assurance*, kepuasan atas *emphaty* dan kepuasan atas *tangible* secara bersama-sama maupun secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan AHASS Langoan Jaya. Model analisis regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian adalah:

$$Y = -0,252 + 0,295 X_1 + 0,193 X_2 + 0,177 X_3 + 0,185 X_4 + 0,196 X_5$$

Nilai Koefisien korelasi atau nilai R adalah 0,874 atau 87,4%. Nilai ini Menunjukkan hubungan antara loyalitas pelanggan AHASS Langoan Jaya dengan kepuasan atas *reliability*, kepuasan atas *responsiveness*, kepuasan atas *assurance*, kepuasan atas *emphaty* dan kepuasan atas *tangible* adalah sangat erat. Nilai R yang bertanda positif menandakan hubungan yang searah, yaitu jika nilai variabel bebas meningkat maka nilai variabel tergantung juga akan meningkat.

Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,764. Nilai ini menunjukkan bahwa 76,4% perubahan variabel loyalitas pelanggan AHASS Langoan Jaya dipengaruhi kepuasan atas *reliability*, kepuasan atas *responsiveness*, kepuasan atas *assurance*, kepuasan atas *emphaty* dan kepuasan atas *tangible*. Sedangkan 33,6% sisanya perubahan loyalitas pelanggan AHASS Langoan Jaya dipengaruhi variabel bebas diluar penelitian ini.

Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga disarankan agar perusahaan hendaknya dapat terus meningkatkan pelayanannya, dimensi *reliability* yang merupakan variabel paling dominan hendaknya terus dipertahankan, sedangkan dimensi *assurance* yang memiliki pengaruh paling kecil hendaknya segera dilakukan perbaikan dan terus ditingkatkan pelayanannya.