



**PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG
KUALITAS LAYANAN *LAUNDRY* TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN MATAHARI *LAUNDRY* JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

Dwi Angga Dony Kurniawan

NIM 020810291009

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2007

ABSTRAKSI

Dwi Angga Dony Kurniawan, 020810291009 melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Layanan Laundry Terhadap Loyalitas Konsumen Matahari Laundry Jember*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Matahari Laundry Jember.

Penelitian ini dilakukan pada Matahari Laundry Jember dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang mengambil 101 orang responden sebagai sampelnya dari 185 orang populasi. Pengumpulan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu sebuah sampel non probabilitas yang menyesuaikan diri dengan kriteria tertentu pada Matahari Laundry Jember. Alasan penggunaan desain ini untuk memenuhi data yang cukup dari segi kuantitas dengan prosedur pengambilan sampel yang lebih efisien.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) sebagai alat analisisnya. Jenis variabel penelitian diwakili oleh: variabel bebas (*independent variabel*), variabel terikat (*dependent variabel*) dan variabel penghubung / antara (*intervening variabel*). Keseluruhan variabel diukur dengan 25 item pertanyaan yang menggunakan skala likert dengan skala 1 sampai 5. Hasil keseluruhan dari *path analysis* membuktikan bahwa, penelitian ini merupakan pengujian atau verifikasi teori dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku terjadinya loyalitas. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), empati (X_4) dan jaminan (X_5) berperan dalam menciptakan kepuasan (Z), sedangkan variabel bukti fisik (X_1), keandalan (X_2), daya tanggap (X_3) dan empati (X_4) berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap terbentuknya loyalitas (Y), namun secara keseluruhan variabel kepuasan (Z) berpengaruh dalam menciptakan loyalitas (Y).

Hasil perhitungan *path analysis* variabel keandalan (X_2) total pengaruhnya terhadap kepuasan (Z) sebesar 98,9%, daya tanggap (X_3) sebesar -11,5%, empati (X_4) sebesar 19,5% dan jaminan (X_5) sebesar 10,8%. Total pengaruh bukti fisik (X_1) terhadap loyalitas (Y) sebesar 6,6%, keandalan (X_2) sebesar 52,6%, daya tanggap (X_3) sebesar 4,9% dan empati (X_4) sebesar 13,1%.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN REVISI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAKSI	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pokok Permasalahan	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kajian Teoritis	9
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.2.2 Konsep Jasa.....	9
2.2.3 Karakteristik Jasa dan Permasalahannya.....	10
2.2.4 Pengertian Kualitas.....	13
2.2.5 Pengertian Kualitas Jasa.....	14

2.2.6	Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2.7	Loyalitas Konsumen.....	16
2.3	Kerangka Konseptual.....	19
2.4	Hipotesis.....	19
BAB 3. METODE PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian.....	21
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	21
3.3	Sumber Data.....	22
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	23
3.5	Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	23
3.5.1	Identifikasi Variabel.....	23
3.5.2	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	24
3.6	Teknik Pengukuran Data.....	26
3.7	<i>Methods of Successive Interval (MSI)</i>.....	27
3.8	Metode Analisis Data.....	28
3.8.1	Uji Validitas.....	28
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	28
3.8.3	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	29
3.9	Alur Pemecahan Masalah.....	32
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Latar Belakang Matahari Laundry Jember.....	34
4.1.1	Sejarah Matahari Laundry Jember.....	34
4.1.2	Jenis Layanan.....	35
4.1.3	Sistem Kerja Matahari Laundry Jember.....	36
4.1.4	Struktur Organisasi.....	37
4.1.5	Deskripsi Tugas dan Tanggung Jawab dalam Matahari Laundry Jember.....	38
4.2	Karakteristik Responden.....	39
4.2.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	40

4.2.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
4.2.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.2.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan / Bulan.....	42
4.2.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Berapa kali Me-laundry.....	43
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
4.3.1	Uji Validitas.....	43
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	44
4.4	Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	45
4.4.1	Hipotesis Pertama (H ₁).....	46
4.4.2	Hipotesis Kedua (H ₂).....	46
4.4.3	Hipotesis Ketiga (H ₃).....	46
4.4.4	Hipotesis Keempat (H ₄).....	46
4.4.5	Hipotesis Kelima (H ₅).....	46
4.4.6	Hipotesis Keenam (H ₆).....	46
4.4.7	Hipotesis Ketujuh (H ₇).....	48
4.4.8	Hipotesis Kedelapan (H ₈).....	48
4.4.9	Hipotesis Kesembilan (H ₉).....	48
4.4.10	Hipotesis Kesepuluh (H ₁₀).....	48
4.4.11	Hipotesis Kesebelas (H ₁₁).....	49
4.4.12	Perhitungan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	49
4.5	Pembahasan.....	54
4.5.1	Kualitas Layanan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan (H ₁).....	55
4.5.2	Kualitas Layanan Keandalan Terhadap Kepuasan (H ₂).....	55
4.5.3	Kualitas Layanan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan (H ₃).....	56
4.5.4	Kualitas Layanan Empati Terhadap Kepuasan (H ₄).....	58
4.5.5	Kualitas Layanan Jaminan Terhadap Kepuasan (H ₅).....	58
4.5.6	Kualitas Layanan Bukti Fisik Terhadap Loyalitas (H ₆).....	59
4.5.7	Kualitas Layanan Keandalan Terhadap Loyalitas (H ₇).....	60
4.5.8	Kualitas Layanan Daya Tanggap Terhadap Loyalitas (H ₈).....	61

4.5.9 Kualitas Layanan Empati Terhadap Loyalitas (H ₉).....	63
4.5.10 Kualitas Layanan Jaminan Terhadap Loyalitas (H ₁₀).....	64
4.5.11 Kualitas Layanan Kepuasan Terhadap Loyalitas (H ₁₁).....	64
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	66
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN	