

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN
KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN CINEMA XXI MALL SOLO SQUARE**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Daniel Adi Lumakso

NIM : 11110022

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2015

**THE ANAYSIS OF INFLUENCE QUALITY OF SERVICES ,
CUSTOMER SATISFACTION , AND CONSUMER CONFIDENCE TO
CONSUMER LOYALTY CINEMA XXI AT SOLO SQUARE MALL**

SKRIPSI



Written By:

Daniel Adi Lumakso

(1110022)

**DEPARTEMENT OF MANAGEMENT
BUSINESS FACULTY
DUTA WACANA CHRISTIAN UNIVERSITY
YOGYAKARTA**

2015

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN
KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN CINEMA XXI MALL SOLO SQUARE**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

Disusun Oleh :

Nama : Daniel Adi Lumakso

NIM : 11110022

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN CINEMA XXI MALL SOLO SQUARE

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

DANIEL ADI LUMAKSO

11110022

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

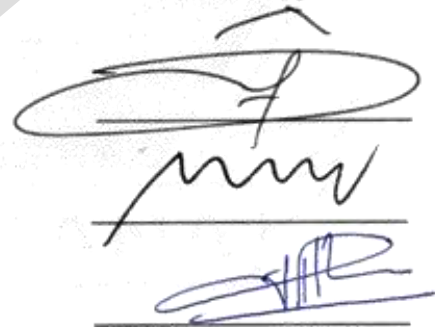
dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal : 20 Januari 2016

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Petra Surya Mega Wijaya, S.E, M.Si
(Ketua Tim)
2. Dra. Etty Istriani, M.M
(Dosen Penguji)
3. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si
(Dosen Penguji)



Yogyakarta, 22 Januari 2016

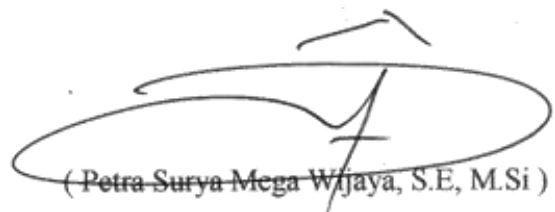
Disahkan oleh :

Dekan

Wakil Dekan



(Dr. Singgih Santoso, MM)



(Petra Surya Mega Wijaya, S.E, M.Si)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN KONSUMEN, DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN CINEMA
XXI MALL SOLO SQUARE**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi, yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 20 Mei 2015

Penulis



Daniel Adi Lumakso

NIM. 11110022

**Ku olah kata, kubaca makna, kuikat dalam alinea, kubingkai dalam
bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar sarjana kuterima,
orangtua,istri dan mertua pun bahagia.**

**Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, Janganlah
bimbang, sebab Aki ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan
akan menolong engkau; Aku memegang engkau dengan tangan
kanan-Ku yang membawa kemenangan
(Yesya 41 : 10)**

**Serahkanlah kuatirmu kepada TUHAN, maka Ia akan memelihara
engkau! Tidak untuk selama-lamanya dibiarkan-Nya orang benar
itu goyah**

(Mazmur 55 : 23)

SKRIPSI INI PENULIS PERSEMBAHKAN KEPADA :

Tuhan Yesus Kristus

Papa dan Mama yang Aku sayangi

Adik-adikku tercinta

Anakku dan Istriku Tercinta

untuk almamaterku

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan karuniaNya, penulis dapat dimampukan untuk membuat dan menyelesaikan skripsi dengan judul *“Analisis Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen di Cinema XXI Mall Solo Square”* sampai terselesaikan dengan baik

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa selama persiapan, penyusunan, hingga terselesainya skripsi ini, tidak lepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan berbagai pihak untuk memperlancar skripsi ini. Untuk itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yeus Kristus atas segala berkat dan karunia yang diberikan kepada penulis.
2. **Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana**, terimakasih atas semua fasilitas yang telah diberikan kepada penulis dalam menuntut ilmu.
3. **Bapak Petra Surya Mega Wijaya, S.E, M.Si** selaku dosen pembimbing, yang dengan segala kesabaran, kerelaan dan keikhlasan hati memberikan saran, membimbing, mengkoreksi, mendukung dan menjadi teman diskusi dalam proses penyelesaian karya tulis.
4. **Dr. Singgih Santoso, MM** selaku dosen wali di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

5. **Seluruh dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana**, baik dosen-dosen biasa maupun dosen-dosen luar biasa yang pernah memberikan ilmu, wawasan, pengetahuan, dan membuat pola pikir peneliti lebih bijaksana agar dapat berusaha dan berbuat yang terbaik.
6. **Teruntuk istriku Yolanda Rosalina Lanur, dan anakku tercinta Noel Chrismasto Brillian**, yang selalu memberikan dukungan baik secara materi maupun dalam doa.
7. **Teruntuk Kakek dan Nenekku “Soeripto Hadi Martono” dan “Soeparti”**, yang telah memberikan banyak dukungan baik secara materi maupun dalam doa.
8. **Teruntuk nenekku “Poerwanti”**, yang telah memberikan banyak dukungan baik secara materi maupun dalam doa.
9. **Bapak, ibu**, juga kedua adikku (Sanita dan Sania), yang selalu memberikan restunya, banyak dukungannya dan bantuan materiil serta pengorbanan yang tiada henti sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini dan dapat memberikan yang terbaik.
10. **Teman-teman Fakultas Bisnis**, yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Gerry Rante yang membuat saya semakin termotivasi untuk jadi lebih baik lagi, Hanzen, David, Frangky, Beni, Alvin, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih buat dukungannya.
11. **Konsumen Cinema XXI Mall Surakarta**, yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun telah banyak membantu hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karenanya penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran bagi perbaikan dimasa mendatang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca.

Tuhan Yesus memberkati!

Yogyakarta, 20 Mei 2015

Penulis

(Daniel Adi Lumakso)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAKSI	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Manajemen Pemasaran	9

2.1.3. Pengertian Pemasaran Jasa	9
2.1.4. Bisnis Jasa	11
2.1.5. Loyalitas Konsumen	14
2.1.6. Kualitas Pelayanan	21
2.1.7. Kepuasan Konsumen	23
2.1.8. Kepercayaan Konsumen	29
2.2. Pengaruh Antar Variabel	31
2.3. Penelitian Terdahulu	34
2.4. Kerangka Berpikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	37
3.2. Bentuk Penelitian	37
3.3. Populasi dan Sampel	37
3.3.1. Populasi	37
3.3.2. Sampel	38
3.4. Jenis Data	38
3.4.1. Data Primer	38
3.4.2. Data Sekunder	39
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
3.6.1. Variabel Penelitian	40
3.6.2. Definisi Operasional	41
3.7. Metode Analisis Data	42
3.7.1. Uji Kualitas Data	42
3.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda	44

3.7.3. Uji Parsial (Uji-t)	45
3.7.4. Uji Simultan (Uji-F)	46
3.7.5. Koefisien Determinasi	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1. Statistik Deskriptif	48
4.2. Uji Kuesioner	50
4.2.1. Uji Validitas	50
4.2.2. Uji Reliabilitas	53
4.3. Analisis Prosentase Karakteristik Responden.....	54
4.3.1. Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.3.2. Berdasarkan Usia	55
4.3.3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
4.3.4. Berdasarkan Pekerjaan	57
4.3.5. Berdasarkan Tingkat Pendapatan	58
4.4. Hasil Analisis Regresi Ganda	59
4.4.1. Hasil Uji T (test)	60
4.4.2. Hasil Uji F.....	62
4.4.3. Uji Koefisien Determinasi	63
4.5. Pembahasan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Keterbatasan Penelitian	70
5.3. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.2.	Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	55
Tabel 4.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	58
Tabel 4.8.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.9.	Hasil Uji t (Test)	60
Tabel 4.10	Hasil Uji F	62
Tabel 4.11.	Hasil Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.12.	Ringkasan Hasil Penelitian	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Diagram Segitiga Pemasaran	12
Gambar 2.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan	25
Gambar 2.3 Model Penelitian	36

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuesioner Penelitian
- Lampiran II Izin Penelitian
- Lampiran III Hasil Kuesioner (N=100)
- Lampiran IV Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran V Hasil Uji Karakteristik Responden
- Lampiran VI Hasil Uji Hipotesis

ABSTRAKSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN CINEMA XXI MALL SOLO SQUARE

Daniel Adi Lumakso

NIM. 11110022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen Cinema XXI Mall Solo Square.

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen Cinema XXI Mall Solo Square. Sampel untuk penelitian ini adalah konsumen yang pernah menonton di Cinema XXI Mall Solo Square.

Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi ganda.

Hasil penelitian ini mendapatkan kesimpulan : loyalitas konsumen di Cinema XXI Mall Solo Square memiliki 2 faktor terbentuk yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, yaitu kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen, sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

THE ANALYSIS OF INFLUENCE QUALITY OF SERVICES , CUSTOMER SATISFACTION , AND CONSUMER CONFIDENCE TO CONSUMER LOYALTY CINEMA XXI AT SOLO SQUARE MALL

Daniel Adi Lumakso

11110022

This research aim to understand the influence of the quality service, customer satisfaction, and consumer confidence to loyalty consumers cinema xxi mall solo square.

Population subjects in this research is cosumers cinema xxi mall solo square. Samples for this research is consumers seen the movie in cinema xxi mall solo square.

The sample of the taken the as many as 100 respondents. metode the sample collection in this research done by means of purposive sampling .Technique data collection used in this research was the questionnaire .The method of analysis data in this research using analysis regression double.

This research result get conclusion: loyalty consumers cinema xxi mall solo square having 2 factors formed an influential positively and significant impact on loyalty consumers , namely customer satisfaction and consumer confidence , while variable which does not affect loyalty consumers is the quality of service .

Keywords: Quality of Service , Customer Satisfaction , Consumer Confidence , and Consumer Loyalty

ABSTRAKSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN CINEMA XXI MALL SOLO SQUARE

Daniel Adi Lumakso

NIM. 11110022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen Cinema XXI Mall Solo Square.

Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen Cinema XXI Mall Solo Square. Sampel untuk penelitian ini adalah konsumen yang pernah menonton di Cinema XXI Mall Solo Square.

Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi ganda.

Hasil penelitian ini mendapatkan kesimpulan : loyalitas konsumen di Cinema XXI Mall Solo Square memiliki 2 faktor terbentuk yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, yaitu kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen, sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas pelayanan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

THE ANALYSIS OF INFLUENCE QUALITY OF SERVICES , CUSTOMER SATISFACTION , AND CONSUMER CONFIDENCE TO CONSUMER LOYALTY CINEMA XXI AT SOLO SQUARE MALL

Daniel Adi Lumakso

11110022

This research aim to understand the influence of the quality service, customer satisfaction, and consumer confidence to loyalty consumers cinema xxi mall solo square.

Population subjects in this research is cosumers cinema xxi mall solo square. Samples for this research is consumers seen the movie in cinema xxi mall solo square.

The sample of the taken the as many as 100 respondents. metode the sample collection in this research done by means of purposive sampling .Technique data collection used in this research was the questionnaire .The method of analysis data in this research using analysis regression double.

This research result get conclusion: loyalty consumers cinema xxi mall solo square having 2 factors formed an influential positively and significant impact on loyalty consumers , namely customer satisfaction and consumer confidence , while variable which does not affect loyalty consumers is the quality of service .

Keywords: Quality of Service , Customer Satisfaction , Consumer Confidence , and Consumer Loyalty

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang masalah

Pada era saat ini, dapat kita lihat kehidupan sehari-hari terutama di kota-kota besar seperti Surakarta (Solo) banyak orang selalu sibuk dengan pekerjaan dan rutinitas harian sehari-hari. Hal ini menyebabkan banyak orang pasti membutuhkan suatu sarana untuk melepaskan ketegangan akibat rutinitas padat yang telah mereka lakukan sehari-hari. Karena jika bekerja terlalu lama maka mereka akan jenuh dengan pekerjaannya dan akan menyebabkan stres. Stres adalah penyebab utama kecacatan permanen dan gangguan kesehatan dalam jangka panjang. Dan, stress menyebar lebih luas daripada penyakit kronis seperti stroke, serangan jantung, kanker, dan gangguan punggung. Para peneliti percaya, stress paling sering dialami di tempat kerja, akibat guncangan ekonomi yang berkepanjangan.

Untuk menghindari hal tersebut, ketika sudah merasa jenuh, kebanyakan orang membutuhkan tempat hiburan yang nyaman, dan dapat menghibur didukung dengan fasilitas yang memadai sehingga orang tersebut dapat melupakan sejenak beban pikirannya. Selain itu tempat hiburan merupakan sarana sebagai tempat berkumpulnya keluarga, teman, pasangan, maupun rekan bisnis mereka. Aneka tempat hiburan pun terus bermunculan setiap tahunnya, mulai dari tempat hiburan seperti taman bermain, kebun binatang, bioskop, dan lain-lainnya. Tetapi sarana hiburan yang masih menjadi pilihan utama sebagian besar orang ialah bioskop. Bioskop sendiri berasal dari kata *BOSCOOP* (bahasa Belanda yang juga berasal dari Bahasa Yunani) yang artinya Gambar Hidup. Bioskop sendiri adalah tempat untuk menonton pertunjukkan film dengan menggunakan layar lebar, gambar film dengan menggunakan proyektor dan

dilengkapi sound system yang bagus dan bioskop tersebut terletak di dalam sebuah mall dan sebagian besar konsumen yang menonton di bioskop biasanya menghabiskan waktu untuk berkeliling di dalam *mall*, baik untuk sekedar melihat-lihat, mencari barang kebutuhan, makan atau pun bersosialisasi / konsumen yang bergaya hidup *leisure*. (Vica, 2012 : 1).

Seiring dengan perkembangan era yang semakin maju, bioskop di Indonesia semakin berkembang dengan pesat. Peluang ini kemudian dilihat oleh Cineplex 21 Group untuk membuka bioskop baru lagi di daerah Surakarta yang bernama Cinema XXI berada di Mall Solo Square, yang dahulunya Cineplex 21 Group sudah sukses dengan Grand 21 di Solo Grand Mall. Cinema XXI merupakan bioskop yang menggunakan sofa empuk di keseluruhan studionya, dan memiliki sertifikat THX (Tomlinson Holman's eXperiment) pada bioskopnya. Mayoritas film-film yang diputar di studio ini merupakan film-film Hollywood, baik yang terbaru ataupun yang lama. Namun XXI ini juga turut memutar film Indonesia. Tak hanya itu saja untuk memuaskan para konsumen yang datang XXI juga turut menggunakan teknologi Dolby Digital Cinema 3D untuk memutar film-film 3D yang semakin marak. Selain itu XXI ini juga menyediakan fasilitas berupa games, lounge, cafe, hingga ruang merokok di tempat ini.

Cinema XXI ini merupakan tempat alternatif yang dipilih dari berbagai macam jenis hiburan yang ditawarkan dari dulu hingga sekarang oleh setiap orang apalagi mahasiswa. Untuk mengelola XXI ini, pengelola bioskop dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang berkualitas agar konsumen merasa puas, baik dari segi pelayanan pelanggan maupun dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen-konsumennya. Menurut Lewis dan Booms (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005:121), kualitas layanan atau kualitas jasa merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan

yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012:174) terdapat lima dimensi dalam kualitas jasa yaitu berwujud (tangible), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan dan kepastian (assurance), empati (emphaty). Pelayanan pelanggan merupakan pelayanan yang bersifat personal dimana terjadi interaksi antara pemberi jasa dan pelanggan yang dibentuk oleh adanya keinginan pemberi jasa untuk melayani pelanggan dan kemampuan karyawan dalam melaksanakan tugas secara benar.

Kualitas pelayanan yang berkualitas juga harus didukung dengan fasilitas yang baik. Maka, dari itu pelayanan yang diberikan harus maksimal mulai dari satpam, kasir, sampai porter pun juga akan berpengaruh terhadap loyalitas seorang konsumen. Dengan adanya fasilitas yang dirasakan dari jasa bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, representasi fisik dari jasa meliputi : kenyamanan ruangan, ketersediaan fasilitas penunjang (komputer, ATM, dan lain-lain), penampilan pegawai, serta kebersihan toilet. Sebaiknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas layanan yang dipersepsikan buruk (Tjiptono, 2008).

Loyalitas merupakan suatu faktor penting bagi suatu perusahaan untuk dapat terus bertahan dalam persaingan bisnis. Loyalitas pelanggan tercermin dari antusias pelanggan atas produk atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2009 : 138), “Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih”.

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan mengenai *heart share*

konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen. Dengan adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan lagi.

Salah satu cara agar penjualan produk dan jasa perusahaan lebih unggul dengan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan berkualitas dan membangun kepercayaan konsumen antara penyedia jasa dengan konsumen yang selanjutnya akan memenuhi tingkat kepuasan konsumen. Tercapainya Kepuasan Konsumen merupakan salah satu tujuan utama yang ingin dicapai setiap perusahaan, karena dengan terciptanya kepuasan konsumen ini diharapkan konsumen tersebut akan loyal dalam menggunakan produk maupun jasa perusahaan tersebut. Menurut Kotler (2002: 42) “Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.

Loyalitas konsumen akan terbangun ketika terdapat kepercayaan konsumen terhadap kepuasan dan kualitas layanan berkualitas yang diberikan perusahaan terhadap konsumen. Kepercayaan sebagai pernyataan yang melibatkan harapan positif yang meyakinkan berkenaan dengan seseorang dalam sesuatu yang beresiko, dalam hal ini kepercayaan merupakan keyakinan yang dimiliki konsumen terhadap suatu perusahaan bahwa perusahaan akan bersikap baik terhadap konsumennya. Konsumen yang percaya terhadap suatu perusahaan maka konsumen tersebut akan memiliki keyakinan akan keahlian perusahaan tersebut untuk dapat melayani secara baik, memuaskan dan dapat diandalkan, juga merupakan suatu keyakinan bahwa maksud dan motivasi perusahaan akan membawa keuntungan bagi konsumen dan tidak akan berpengaruh negatif dan merugikan konsumen.

Kepercayaan merupakan paling penting dalam usaha jasa ini. Karena tanpa kepercayaan, maka Cinema XXI Solo Square tidak akan lebih berkembang dan kebanyakan konsumen tidak puas dalam menggunakan Cinema XXI ini. Indarjo (2002), mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu kerelaan untuk bergantung kepada partner dalam suatu hubungan transaksi dimana dalam diri partner itulah diletakkan keyakinan. Kepercayaan terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya. Kepercayaan terjadi ketika suatu kelompok percaya bahwa tindakan kelompok lain akan memberikan hasil yang positif baginya.

Jadi loyalitas konsumen mengekspresikan perilaku yang dimaksudkan dan berhubungan dengan kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan jasa tersebut. Konsumen yang memiliki loyalitas tinggi terhadap perusahaan merupakan asset yang bernilai bagi perusahaan jasa bioskop tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan konsumen terhadap loyalitas konsumen ?
2. Apakah ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen ?
3. Apakah ada pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dipakai adalah menganalisis pengaruh :

1. Kualitas pelayanan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
2. Kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
3. Kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

1.4 Batasan penelitian

1. Lokasi penelitian dilakukan di kota Surakarta.
2. Responden penelitian adalah konsumen yang pernah menonton di XXI Solo Square
3. Jumlah responden sebanyak 100 responden.
4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah
 - a. Variabel Terikat (Y) = Loyalitas Konsumen
 - b. Variabel Bebas (X) =
 - X_1 = Kualitas Pelayanan
 - X_2 = Kepuasan Konsumen
 - X_3 = Kepercayaan Konsumen

1.5 Manfaat penelitian

1. Bagi Universitas Kristen Duta Wacana

Sebagai bahan referensi untuk penelitian perusahaan penyedia jasa perbankan di masa yang akan mendatang dan sebagai bahan untuk menambah informasi di bidang pemasaran berdasarkan yang di terapkan dalam kenyataan.

2. Bagi Cinema XXI Solo Square

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu sumbangan pemikiran yang dapat digunakan perusahaan agar dapat mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah sehingga terciptanya loyalitas nasabah.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik bagi peneliti sebagai sarana dan media untuk menerapkan pengetahuan secara praktis tentang hal-hal yang berhubungan dengan pelaksanaan studi ilmiah yang dipelajari dan untuk memenuhi syarat akademik dalam meraih gelar kesarjanaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang variabel independent (Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen) terhadap Loyalitas Konsumen Cinema XXI Mall Solo Square, dimana sampelnya berjumlah 100 responden, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan hasil hipotesis yang diolah dapat disimpulkan sebagai berikut :
 - a) Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “*ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Cinema XXI Mall Solo Square*” tidak terbukti.
 - b) Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa “*ada pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Cinema XXI Mall Solo Square*” terbukti.
 - c) Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “*ada pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen Cinema XXI Mall Solo Square*” terbukti.
- 2) Berdasarkan karakteristik responden yang pernah menonton di Cinema XXI Mall Solo Square dalam 1 tahun terakhir adalah sebagai berikut :
 - a) Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 55 orang atau sebesar 55%.
 - b) Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang berusia 21-30 tahun yaitu sebesar 42 orang atau sebesar 42%.
 - c) Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mereka yang mempunyai pendidikan sarjana (S1-S3) sebanyak 55 orang atau sebesar 55%.
 - d) Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mereka yang mempunyai pekerjaan pegawai swasta sebanyak 34 orang atau sebesar 34%.

- e) Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mereka yang memiliki tingkat pendapatan Rp 2.000.001,00 – Rp 3.000.000,00 sebanyak 29 orang atau sebesar 29%.
- 3) Berdasarkan hasil regresi berganda, dapat di simpulkan sebagai berikut :
- a) Secara bersama-sama (uji F) variabel kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan kepercayaan konsumen, berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen Cinema XXI Mall Solo Square.
- b) Secara parsial (uji t) variabel-variabel yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen Cinema XXI Mall Solo Square adalah kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan antara lain :

1. Berdasarkan pertimbangan waktu, tenaga, dan biaya sehingga kajian terhadap obyek terlalu sempit dengan jumlah sampel yang terbatas.
2. Tidak semua konsumen yang dapat dan mau mengisi kuesioner yang di sebar
3. Pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang memaksa responden untuk menjawab secara tertutup atau hanya memilih jawaban yang telah disiapkan sebelumnya.
4. Dasar teori yang digunakan dalam penelitian ini dianggap masih belum cukup untuk menjelaskan topik yang diteliti, diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambah variasi teori dari sumber yang lebih variatif.

5.3. Saran

5.3.1. Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saram-saran yang dapat dipertimbangkan oleh Cinema XXI Mall Solo Square mengenai loyalitas konsumen yaitu :

- a) Pada variabel pelayanan (kualitas pelayanan) bahwa pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Cinema XXI Mall Solo Square. Ini di sebabkan karena Cinema XXI Mall Solo Square kurang dalam memperhatikan kualitas pelayanannya terhadap konsumennya yang datang ke Cinema ini. Kualitas pelayanan sendiri merupakan hal yang berperan penting dalam menentukan konsumen apakah loyal atau tidak terhadap perusahaan jasa ini. Terlebih banyaknya konsumen yang mengeluh mereka terganggu dengan aktivitas penonton lainnya ketika jam putar film sudah tanyang, seperti contohnya konsumen yang berdiri dan pergi ke toilet ataupun yang berbicara sendiri ketika jam putar filmnya sudah tanayang dan selain konsumen sendiri juga merasa kurang puas terhadap layanan yang diberikan oleh para karyawannya, karena karyawan tersebut tidak bisa melayani sesuai dengan keinginan konsumen dan ada petugas yang tidak bersedia dalam memberikan pertolongan ketika konsumen ada kesulitan

- b) Pada variabel kepuasan bahwa kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Cinema XXI Mall Solo Square. Hal ini disebabkan perusahaan jasa pemutaran film ini memberikan apa yang akan dibutuhkan oleh para konsumennya, sehingga para konsumen tersebut merasakan kepuasan terhadap fasilitas yang disediakan berupa lounge dan cafe untuk menunjang kebutuhan para konsumennya, selain itu adanya keamanan dan peralatan yang sudah baik untuk menunjang kebutuhan para konsumennya.
- c) Pada variabel kepercayaan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Cinema XXI Mall Solo Square. Hal ini disebabkan karena para konsumen tersebut percaya pada reputasi perusahaan yang cukup baik dalam mengelola tanggung jawab manajemen bioskop untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen-konsumennya. Bukan hanya itu saja konsumen juga percaya pada tingkat kejujuran para karyawannya dalam mengembalikan barang yang tertinggal di Cinema XXI Mall Solo Square ini.

5.3.2. Untuk Penelitian Selanjutnya

- a) Data primer yang diperoleh dari responden melalui penelitian sebaiknya lebih banyak agar banyak juga pendapat yang diberikan.
- b) Pada penelitian yang mendatang diharapkan untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Cinema XXI Solo Square.
- c) Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel yang sekiranya berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Cinema XXI Solo

Square mengikuti sumber-sumber pustaka yang telah ada. Karena dalam penelitian ini loyalitas konsumen Cinema XXI hanya dapat berpengaruh sebesar 26%.

- d) Pertanyaan dalam kuesioner diperbaiki dengan kata-kata yang lebih sederhana dan tidak membingungkan responden.

©UKDWN

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin, 2012, *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi 4, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Freddy Rangkuti, 2006 . *Measuring Customer Satisfaction*, (Teknik Mengukur dan Strategy Meningkatkan Kepuasan Pelanggan), serta Analisis PLN JP, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Griffin, Jill, 2005, *Customer Loyalty*, Edisi Revisi, Jakarta : Erlangga
- Indarjo, Mispan. 2002. “*Proses Pengembangan Komitmen Hubungan Pemasaran Jangka Panjang*” *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 1 (2), pp. 152-161
- Kartajaya, Hermawan, 2007, *Boosting LOYALTY MARKETING Performance Menggunakan Teknik Penjualan, Customer Relationship Management, dan Service untuk Mendongkrak Laba*, Bandung, Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, terj : Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly, Edisi 9, Jilid 1 dan 2, PT. Prenhalindo, Jakarta
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong, 2007. *Dasar-dasar Pemasaran* edisi kesembilan Jilid 1, PT Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan, PT. Prenhalindo, Jakarta
- Kotler, P., & Armstrong., 2012, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jakarta Erlangga
- Kotler, P., & Keller, Kevin Lane. 2012, *Marketing Management*, Edisi 14, New Jersey, Pearson Education
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta Penerbit Salemba Empat
- Nugroho, W. 2005. *Loyalitas Konsumen*. Jakarta : Erlangga

- Prasetyo, W. 2013, Jurnal : *Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Luwes Purwodadi)* (Online)
(eprints.dinus.ac.id/5069/1/12708.pdf, diakses 12 Februari 2015)
- Peppers, Don dan Rogers, Martha. 2004. *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*. USA: John Wiley and Sons, Inc.
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Hurriyati, Ratih. 2010 . *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta
- Siregar, Sofyan. 2010. *Statistika Deskriptif untuk penelitian*. Jakarta : Rajawali Pers
- Siswoyo, E. 2013, Jurnal : *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Jateng Pemuda Semarang,*
(Online) (eprints.dinus.ac.id/8652/1/jurnal_12679.pdf, diakses 10 Februari 2015)
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan keenam belas, CV Alfabeta, Bandung
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*, Yogyakarta. Andi
- Tjiptono, Fandy & Chandra Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik* (edisi 2)
Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*.
Yogyakarta : CV Andi Offset