

**Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Jasa Warnet di
Kota Yogyakarta**

SKRIPSI



Disusun oleh :
BOBBY KURNIAWAN S
11.07.4536

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
2011**

**Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Jasa Warnet di Kota
Yogyakarta**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Program studi Manajemen
Perusahaan Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

**Disusun oleh :
BOBBY KURNIAWAN S
11.07.4536
Program Studi : Manajemen**



**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
2011**

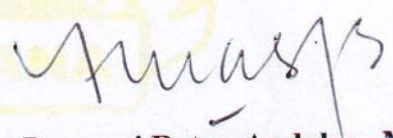
HALAMAN PERSETUJUAN

Program Studi
Jurusan Riset Program Studi Manajemen
Pembinaan Universitas Kristen Indonesia
Masa Menuntut Ilmu
Giat Menuntut Ilmu
Tertinggi

Periode Tanggal
21 FEB 2012

© UKDW

Disetujui,
Dosen Pembimbing Skripsi



(Dra. Purwani Retno Andalas., MM.)

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Jurusan Ritel Program Studi Manajemen
Perusahaan Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

28 FEB 2011

Mengesahkan

Dekan,



[Handwritten signature]

(Gideon Putra Adirinekso, SE., Msi.)



Dosen Penguji :

1. Dra. Purwani Retno Andalas., MM.
2. Jonathan Herdioko, SE., M.M.
3. Andreas Ari Sukoco, Drs., M.M

[Handwritten signatures of the examiners]

HALAMAN MOTTO

Janganlah hendaknya kamu kuatir dengan apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonanmu dengan ucapan syukur

(Filipi 4 : 6)

Mintalah , maka akan diberikan kepadamu ; carilah, maka kamu akan mendapat ; ketoklah, maka pintu akan dibukakan bagimu

(Matius 7 : 7)

Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya

(Pengkhotbah 3 : 11a)

Tidak peduli berapa kali Anda gagal , yang penting adalah berapa kali Anda bangkit **(Abraham Lincoln)**

Tak seorangpun belajar tanpa membuat kesalahan, makin banyak kesalahan yang akan ia buat untuk kemudian mencoba lebih banyak hal-hal baru

(Peter f. Ducker)

HALAMAN PERSEMBAHAN

This Script Present For :

✚ King of Majesty Jesus Christ

✚ Alm. My papa

✚ My Lovely Mom

✚ All My Lovely Family

✚ My Brother, Yofan Budiawan S,
Skom

✚ My Soulmate, Maria Francisca
R.S, SE

✚ All My Friend

✚ Almamaterku Universitas

Kristen Duta Wacana (UKDW)

KATA PENGANTAR

Ucap syukur kepada Tuhan Yesus yang sungguh Luar Biasa atas segala penyertaan, pengajaran, dan kekuatan yang dikaruniakan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen jasa Warnet di Kota Yogyakarta**”. Penulisan skripsi ini ditempuh guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana.

Pada kesempatan ini, perkenanlah penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, saran, petunjuk dan memberikan semangat serta motivasi bagi penulis guna terselesaikannya skripsi ini, antara lain kepada :

1. **King Of Majesty, Jesus Christ**. Terima kasih untuk semua berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dan Papi Jesus benar – benar Luar biasa dalam membentuk hidupku.
2. **Dra. P. Retno Andalas., MM.**, dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia memberikan waktu, pikiran, saran, serta nasehatnya dalam pengerjaan skripsi ini dari awal hingga akhirnya. Makasih banyak atas supportnya. GBU ☺ ☺.
3. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pendidikan selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

4. Mbak Lilis, Pa Ngadiyo, Pa Tukiban, pak Edi selaku staf n pekerja Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang selalu ramah setiap kali penulis membutuhkan informasi selama penyusunan skripsi ini.
5. My Mommy, ma2 anugerah terindah yang Bobby miliki dalam hidup ini. Ucap syukur banget Bobby memiliki ma2, makasi untuk segala-galanya ya...Biar Tuhan yang tahu seberapa besar cinta Bobby buat mama. Luv u mam. GBU
6. My Brother Yofan Budiawan S, Skom, terimakasih untuk suportnya yang selama ini telah diberikan, untuk tetap semangat dalam menjalankan kuliah hingga akhirnya pendadaran.
7. All My Lovely Family :
 - A. Cik in, uwak, ko chan, mbak yuli, koh yang, ko ferry, ce ema, ko nunung, nyo ne dan semua keluarga besar mama n alm. Papa yang belum tersebutkan...I love You All....Makasi buat segala dukungannya, Bobby nggak tau harus gimana membalas segala kebaikan yang telah kalian berikan.
 - B. Ruben, simon alex, Martha (tia), cc ferly, ko pipin n smua keponakan...Berkat semangat kalian juga sekarang Bobby dapat memperoleh gelar SE hehe
 - C. Ai (Mamanya nonik), senang bisa kenal Ai lebih dekat sama Bobby, makasi ya udah perhatian n care banget sama Bobby.
8. My Soulmate (Francisca Maria R.S, SE), nonik...thank for your care, love and all...We`ll make our dreams come true together, oke .♥♥. Ciayou Buat kerjanya (jgan pernah putus asa dalam mencoba...he2), jangan lupa ucap syukur n slalu kuat dalam Tuhan... ko2 ucap syukur untuk kehadiran Nonik di hidup ko2...Thanks juga untuk semua nasehat-nasehatnya... GBU

9. Kost bu Chrisman...Keluarga banget...ko Kevin, hanz, ko hen, aris, hendra, ko indra, double adi..makasih dah menjadi temen yang care, jangan lupa inget kost kita yow...Thanks untuk share2nya hehe..
10. Buat teman-temanku PMK-Eko Rio, Matius, Robinson, andri, Amy, Evi, Ica, kak Dony, kak maria, (smangat untuk pelayanannya, jgn pernah berhenti melayani Tuhan, slama wktu msh berputar!!)...☺☺Terimakasih buat kebaikan kalian semua.
11. Teman-teman P3, Bu Esti (makasih ya bu, sudah memberikan kepercayaan pada Bobby dan untuk doa-doanya yang selalu menguatkan), B' Nevi (terimakasih untuk semangat yang diberikan dan saran-sarannya), B' Milka (gaul abiz), B' Melona (pengen deh bisa jadi orang yang tegas seperti B' Mel), B' Okta (jgn serem2 mukae tu..), Nanny (Thank's udah mau jdi temen), Aries (Thanks buat pelajaran hidup yang kau berikan..), Riana (cew misterius), Patrik, Berti, Santi, dan smua temen2 p3 lainnya (thank's atas kerjasamanya).
12. Teman-teman angkatan 2007, semua yang tidak tertulis, dan semua yang telah turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsinya Semuanya. JBU all

Penulis percaya, Tuhan Yesus selalu memberkati dan membalas setiap kebaikan kalian semua. Penulis menyadari bahwa pembuatan skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Semoga dalam keterbatasannya skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Yogyakarta, 24 Januari 2011

Penulis,

(Bobby Kurniawan S)

Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Jasa Warnet di Kota Yogyakarta

ABSTRAK

Maraknya warnet yang bertebaran di kota Yogyakarta merupakan pertanda bahwa konsumen dari berbagai kalangan mencari hiburan, berupa internet dengan berbagai alasan, ada yang sebagai sarana pelepas stress dan memang ingin bersenang – senang. Karena alasan banyaknya warnet di kota Yogyakarta ini maka tidak menutup kemungkinan terjadinya persaingan diantara mereka. Karena itu untuk memenangkan persaingan tersebut, maka setiap warnet yang ada berusaha memberikan kualitas pelayanan demi memenuhi keinginan konsumen yang menjadi langganan ditempat warnet supaya tidak pindah ke tempat warnet lain. Warnet di kota Yogyakarta merupakan warnet yang sangat padat dengan persaingan. Atas dasar ini dilakukan penelitian untuk mengetahui apakah kepuasan atas dimensi kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen warnet di kota Yogyakarta.

Dalam penelitian ini dapat diarahkan dengan mengambil judul “ PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN JASA WARNET DI KOTA YOGYAKARTA “. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kepuasan atas dimensi kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Untuk membuktikan hipotesis yang ada pada penelitian ini, maka digunakan alat analisis prosentase dan alat regresi linier berganda, karena alat analisis ini relevan dengan penelitian yang dilakukan. Analisis prosentase berguna untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, pendapatan, jenjang pendidikan dan pekerjaan dari mayoritas responden yang menjadi konsumen warnet di kota Yogyakarta. Alat analisis regresi linier berganda berguna untuk kepuasan mengetahui hubungan pengaruh kepuasan atas dimensi kualitas layanan dengan loyalitas konsumen.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *tangible* terhadap loyalitas konsumen terbukti. Pengaruh *reliability* terhadap loyalitas konsumen tidak terbukti. Pengaruh *responsiveness* terhadap loyalitas konsumen tidak terbukti. Pengaruh *assurance* terhadap loyalitas konsumen tidak terbukti. Pengaruh *empahty* terhadap loyalitas konsumen terbukti pada jasa warnet di kota Yogyakarta.

Kata kunci : *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empahy*, loyalitas konsumen, Regresi linier berganda, Analisis prosentase dan warnet di kota Yogyakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN	
JUDUL.....	i
HALAMAN	
PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN	
PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN	
PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN	
MOTTO.....	v
HALAMAN	
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II. LANDASAN TEORI, STUDI PUSTAKA/LITERATUR, dan PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1	Pemasaran	8
2.2	Produk (Barang dan jasa).....	10
2.2.1	Karakteristik Jasa.....	14
2.3	Kualitas Pelayanan.....	14
2.3.1	Dimensi Kualitas Layanan.....	17
2.4	Kepuasan Konsumen.....	18
2.4.1	Konsep Kepuasan Konsumen.....	18
2.5	Kesetiaan (Loyalitas) konsumen.....	20
2.5.1	Karakteristik Loyalitas.....	23
2.5.2	Tahap – tahap Loyalitas.....	24
2.6	Hubungan antara kepuasan atas dimensi kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen.....	26
2.6.1	Pengembangan Model Penelitian.....	27
2.7	Pengembangan Hipotesis.....	28

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1	Data Penelitian.....	30
3.1.1	Data Primer.....	30
3.1.2	Data Sekunder.....	30
3.2	Pengumpulan Data.....	31
3.2.1	Populasi dan Sampel.....	31
3.2.2	Teknik pengambilan Sampel.....	31

3.3	Variabel	
	Dan pengukuran.....	32
3.3.1	Definisi Variabel.....	32
3.3.2	Variabel Penelitian.....	32
3.3.3	Pengukuran Variabel.....	34
3.4	Identifikasi Variabel dan	
	Definisi Operasional.....	35
3.5	Pengujian Instrumen Penelitian.....	37
3.5.1	Uji validitas.....	37
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	38
3.6	Metode Analisis Data.....	39
3.6.1	Analisis Prosentase.....	39
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.6.3	Uji F-test.....	40
3.6.4	Uji T-test.....	42
3.6.5	Analisis Koefisien Determinasi	
	Berganda (R^2).....	44

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Pengujian instrument penelitian.....	45
4.1.1	Uji Validitas.....	46
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	48
4.2	Profil Responden.....	49
4.3	Uji Hipotesis.....	55
4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.3.2	Uji F.....	56
4.3.3	Uji T.....	58
4.3.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.4	Pembahasan.....	61

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Keterbatasan.....	65
5.3	Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA.....	67
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	69
----------------------	-----------

© UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil perhitungan validitas.....	47
Tabel 4.2	Hasil perhitungan uji reliabilitas.....	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan.....	50
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan.....	51
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan.....	52
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan pentingnya variabel.....	53
Tabel 4.8	Hasil Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.9	Hasil Uji F.....	57
Tabel 5.1	Hasil Koefisien Determinasi.....	60



UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan baik publik maupun swasta sudah tentu akan menghasilkan suatu barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan masyarakat. Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, pelanggan dan masyarakat sudah semakin kritis terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, perusahaan yang mampu bersaing di masa yang akan datang adalah perusahaan yang memiliki kualitas pelayanan yang tinggi. Perusahaan yang handal biasanya menyadari bahwa biaya untuk menarik pelanggan yang baru lebih mahal daripada biaya mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Maka sangat penting sekali bagi perusahaan untuk tetap mempertahankan pelanggannya yang sudah ada dengan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Dunia sedang menuju era yang disebut dengan globalisasi. Globalisasi berasal dari kata "*globe*" berarti bulat bundar seperti bola atau apabila diartikan secara bebas berarti dunia tanpa batas antara satu negara dengan negara lain (Khoriyah 1999 dikutip dari buku Fandy Tjiptono). Pada era ini perkembangan teknologi terutama informasi dan komunikasi akan sangat pesat. Selain itu, pada era yang juga disebut dengan era millenium tersebut akan berakibat pada kompetisi yang sangat sengit di antara negara-negara yang ada di dunia ini. Dengan perkembangan yang semakin cepat tersebut,

kebutuhan informasi dan komunikasi yang cepat pun menjadi sangat vital. Berbagai macam media untuk memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi tersebut terus diciptakan dan dikembangkan seperti telepon, handphone maupun internet. Media informasi yang disebutkan terakhir ialah salah satu yang menjamur di kalangan masyarakat yang haus akan informasi. Oleh sebab itu, banyak yang memanfaatkan peluang bisnis tersebut dengan membangun dan mendirikan warung internet. Bisnis warung internet (warnet) ialah bisnis jasa yang menuntut layanan prima kepada konsumen. Salah satu pelanggan bisa merasa puas adalah diberikan layanan yang baik dan apabila puas mereka akan menjadi konsumen yang loyal. Kotler (2000); Parasuraman et al (1990) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang dapat memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup. Dalam konteks teori perilaku konsumen, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang. Kepuasan yang tinggi atau kesenangan cenderung akan menyebabkan konsumen berperilaku positif, terjadinya kelekatan emosional terhadap merek, dan juga preferensi rasional sehingga hasilnya adalah kesetiaan (loyalitas) konsumen yang tinggi (Palilati 2007). Parasuraman et al (1990) memberikan lima dimensi analisis kualitas layanan yaitu bukti fisik

(*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Saat ini banyak bisnis jasa yang mulai memperhatikan kualitas layanan. Dengan adanya *service quality* ini dapat dipantau, apakah kualitas layanan yang diberikan telah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Selain itu, dalam usaha menghadapi persaingan, perusahaan harus memiliki strategi yang lebih baik dibanding pesaing yang ada. Untuk perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa salah satu alat untuk mendukung strategi bersaing agar lebih baik adalah dengan memiliki kualitas layanan yang baik. Bisnis jasa warung internet juga sangat marak di kota Yogyakarta, salah satu kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Konsumen dari warung internet tersebut adalah siswa, mahasiswa maupun masyarakat umum. Berpijak dari hal tersebut, penelitian mencoba untuk menelaah lebih lanjut mengenai analisis kualitas layanan dan kepuasan konsumen warung internet di kota Yogyakarta dengan menggunakan 5 dimensi kualitas layanan. Atas dasar tersebut maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana tingkat kualitas layanan dan loyalitas konsumen pada jasa warnet di kota Yogyakarta. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan judul “ PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN JASA WARNET DI KOTA YOGYAKARTA”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi persoalan penelitian adalah

- a) Bagaimanakah pengaruh kepuasan konsumen atas dimensi bukti fisik (*tangible*) terhadap loyalitas pada pengguna warung internet di kota yogyakarta?
- b) Bagaimanakah pengaruh kepuasan konsumen atas dimensi kehandalan (*reliability*) terhadap loyalitas pada pengguna warung internet di kota yogyakarta?
- c) Bagaimanakah pengaruh kepuasan konsumen atas dimensi daya tanggap (*responsiveness*) terhadap loyalitas pada pengguna warung internet di kota yogyakarta?
- d) Bagaimanakah pengaruh kepuasan konsumen atas dimensi jaminan (*assurance*) terhadap loyalitas pada pengguna warung internet di kota yogyakarta?
- e) Bagaimanakah pengaruh kepuasan konsumen atas dimensi empati (*empathy*) terhadap loyalitas pada pengguna warung internet di kota yogyakarta?
- f) Bagaimanakah pengaruh kepuasan konsumen atas dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap loyalitas pada pengguna warung internet di kota yogyakarta?

1.3 Batasan Penelitian

Untuk mendapatkan hasil akhir yang baik dan sesuai dengan yang diinginkan serta tidak menyimpang dari permasalahan yang ditinjau, maka batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Responden yang akan diteliti adalah konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa warnet di kota yogyakarta.
- b) Daerah yang diteliti di wilayah kota yogyakarta.
- c) Jumlah responden yang diteliti 161 orang.
- d) Profil yang diteliti :
 - Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
 - Pendidikan : Sarjana, SMA, SMP, SD dan lain – lain
 - Pekerjaan : Pelajar/mahasiswa, pegawai swasta, Pegawai, negeri, wiraswasta dan lain - lain
 - Pendapatan per bulan : < 150.000, 150.000 - 500.000, 500.000 - 1.000.000, 1.000.000 - 2.000.000, > 2.000.000
- e) Variabel-variabel yang akan diteliti oleh penulis sebagai pengaruh kepuasan terhadap loyalitas adalah menggunakan bauran dimensi layanan yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Menguji pengaruh kepuasan atas dimensi *tangible* terhadap loyalitas konsumen.
- b) Menguji pengaruh kepuasan atas dimensi *reliability* terhadap loyalitas konsumen.
- c) Menguji pengaruh kepuasan atas dimensi *responsiveness* terhadap loyalitas konsumen.
- d) Menguji pengaruh kepuasan atas dimensi *assurance* terhadap loyalitas konsumen.
- e) Menguji pengaruh kepuasan atas dimensi *empathy* terhadap loyalitas konsumen.
- f) Menguji pengaruh kepuasan atas dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap loyalitas konsumen.

1.5 Manfaat Penelitian

- a) Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini berguna sebagai masukan yang bermanfaat bagi persaingan dan perkembangan warnet di kota Yogyakarta, selain itu hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam memenuhi harapan – harapan konsumen, baik dimasa sekarang maupun dimasa mendatang.

b) Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan penerapan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan menambah wawasan dalam dunia bisnis di masyarakat.

c) Bagi Pembaca

Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan sebagai bahan referensi bagi mereka yang memerlukan dan memberikan pengetahuan dan informasi tambahan bagi para pembaca yang berkepentingan dengan skripsi ini.

© UKDWN

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel kepuasan atas dimensi bukti fisik (*tangible*) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen jasa warnet di kota yogyakarta.
- b. Variabel kepuasan atas dimensi kehandalan (*reliability*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen jasa warnet di kota yogyakarta.
- c. Variabel kepuasan atas dimensi daya tanggap (*responsiveness*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen jasa warnet di kota yogyakarta.
- d. Variabel kepuasan atas dimensi jaminan (*assurance*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen jasa warnet di kota yogyakarta.
- e. Variabel kepuasan atas dimensi empati (*emphaty*) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen jasa warnet di kota yogyakarta.
- f. Variabel kepuasan atas dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen jasa warnet di kota Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan dengan maksimal, tetapi tidak terlepas dari adanya keterbatasan diantaranya sebagai berikut :

- a) Penelitian terhadap loyalitas pelanggan hanya sebatas pada variabel kualitas layanan tanpa memperhatikan variabel lain yang mungkin berpengaruh.
- b) Obyek penelitian hanya pada lokasi yang terbatas yaitu warung internet (*warnet*) di kota yogyakarta.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat disampaikan saran – saran sebagai berikut :

- a) Bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas, oleh sebab itu untuk mendapatkan loyalitas para pelanggannya, suatu warnet harus menjaga dan selalu meningkatkan fasilitas fisiknya, baik perangkat komputernya maupun fasilitas – fasilitas fisik lainnya.
- b) Dimensi empati yaitu perhatian kepada pelanggan secara khusus pada jasa warnet di kota yogyakarta yang sudah baik harus ditingkatkan supaya menambah pelanggan semakin loyal akan jasa warnet tersebut.
- c) Bagi peneliti lain, hendaknya untuk meneliti loyalitas pelanggan, khususnya jasa warnet perlu memasukkan variabel – variabel lain yang mungkin mempengaruhinya.

- d) Bagi penelitian selanjutnya, khususnya jasa warnet perlu memperjelas segmen warnet yang akan di teliti.
- e) Bagi penelitian berikutnya, khususnya jasa warnet secara luas maka responden dari setiap warnet yang akan di teliti harus sama dan menggunakan jumlah responden lebih dari 161 konsumen warnet.

© UKDW

Daftar Pustaka

Hatch dan Farhady : *Practical Business Statistics*, New York, Prentice – Hall., 1981.

Kahuripan, Dedy (2007), Skripsi Pemasaran : *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap jasa cafe liquid di Yogyakarta*. Yogyakarta : Program Pascasarjana UKDW Yogyakarta.

Kotler, Philip and G. Amstrong, (2008), *Principle of marketing*, Upper-Saddle River : Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip (1986), *Marketing Manajemen*, penerbit : PT. Midas Surya Grafindo, Jakarta.

Malhotra . N.K . (1999) *Marketing Research an applied orientation second edition*, New Jersey : Prentice Hall Internasional Inc.

Palilati, Sumarwan (2007), *Brand Equity*, penerbit : PT.KANISIUS.Yogyakarta

Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry (1985) “ *A conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Reseach*”, journal of Marketing, Vol. 49 (Fall), pp.41-50.

Payne, Adrian (1993), *The Essence of Services Marketing*. New York : Prentice Hall.

Pride, John and Ferrell (1995), *Internasional marketing*, : Prentice Hall.

Rismiati, E.Catur dan Ig.Bondan Suratno, (2001), *pemasaran barang dan jasa*,. Penerbit: PT.KANISIUS.Yogyakarta.

Santoso, s dan Fandy Tjiptono, (2001) *Riset Penelitian*. Penerbit :PT.Elex Media Komputindo. Jakarta.

- Setiadi, N ., 2003, “ Perilaku Konsumen : *Konsep dan implikasi untuk Penelitian Pemasaran*”, Bandung : Kencana.
- Siagian, Dergibson. (2000). *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Sucherly , 2002, *Strategi pemasaran jasa dalam meningkatkan keunggulan bersaing*, Amara books, Yogyakarta.
- Sutarso, Yudi and Farida Nur (2009),” *Memahami faktor manfaat pelanggan dan segmen pasar jasa rumah sakit*. Jakarta.
- Sutrisno, Hadi (1990), “ *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy (2000), *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy (1995), *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- Umar (2002), *Metode Statistika dengan Program SPSS*, Jakarta.
- Wiyanto, Willy (2008), *Pengaruh Kualitas pelayanan pada jasa biliard*. Yogyakarta : Program Pascasarjana UKDW Yogyakarta.
- Winarto. 2008. *Analisis Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Warung Internet di Salatiga*. Jurnal Manajemen Jangkang Research Institute Bali, Vol. 1, No. 1, September 2008: 1-10.