

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PLANET POOL CENTRE**

**SKRIPSI**



Disusun oleh :

**HAPPY**

**NIM : 11074614**

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA  
2011**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PLANET POOL CENTRE**

**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 :**

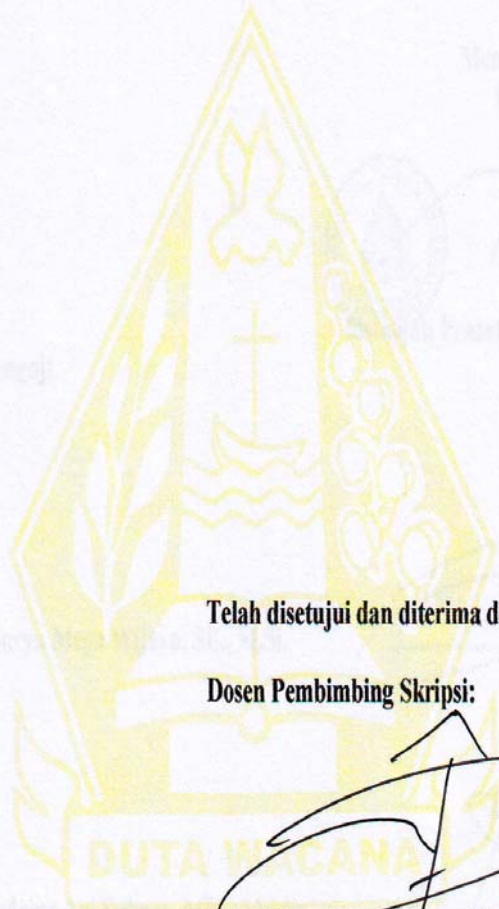
**HAPPY**

**NIM : 11074614**

**JURUSAN : MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA  
2011**

**HALAMAN PESETUJUAN**



Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh

Dosen Pembimbing Skripsi:

  
Petra Surya Mega Wijaya, SE., M.Si.

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi  
Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen Perusahaan  
Universitas Kristen Duta Wacana  
Dan Diterima Untuk Memenuhi  
Sebagian Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Tanggal

01 JUL 2011

Mengesahkan  
Dekan



Insiwijati Prasetyaningsih, Dra., MM.

Dewan Penguji

1. Petra Surya Mega Wijaya, SE., M.Si.

2. Drs. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min.

3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM.

**MOTTO**

**KAN KU BANGUN HARI ESOK YANG LEBIH BAIK  
DARIPADA HARI INI**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**SKRIPSI INI KUPERSEMBAHAKAN KEPADA:**

- ❖ **Tuhan Yesus Kristus**
- ❖ **Papa dan Mami Tercinta**
- ❖ **Semua Saudara-saudaraku**
- ❖ **Semua orang yang mengasihiku**
- ❖ **Almamaterku Duta Wacana**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Pengasih, yang telah melimpahkan segala rahmat dan berkatNya, sehingga penulisan skripsi dengan judul: **PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PLANET POOL CENTRE**, dapat berjalan dengan baik. Tujuan utama dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Duta Wacana Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan oleh yang terhormat:

1. Ibu Insiwijati Prasetyaningsih, Dra., MM. Selaku Dekan Universitas Kristen Duta Wacaya Yogyakarta.
2. Petra Surya Mega Wijaya, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing yang dengan segala kesabaran memberikan pengarahan, bimbingan, serta dorongan yang sangat berarti kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
3. Para dosen dan staf Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan ilmu dan pelayanannya selama ini.
4. Papa dan mama tercinta yang selalu mendorong dan mendoakan penulis. Sehingga penulis bisa menyelesaikan studi dengan baik.
5. Saudara-saudaraku tercinta, terima kasih atas dukungan, doa dan motivasi

kalian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

6. Seseorang yang spesial dalam hidupku, terima kasih atas pendampinganmu selama ini.
7. Teman-teman mahasiswa, teman-teman di Jogja, dan pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan baik langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penulisan skripsi ini, semoga skripsi ini berguna bagi pembaca.

Yogyakarta, Juni 2011

Penulis

Happy



## ABSTRACT

The marketer ability in creating customer loyalty is one of achievement measures in conducting business. There are many ways that a marketer can take in order to create the customer's loyalty. One of the ways is to provide the customers with better service.

The research is conducted in order to analyze the effect of service quality that consists of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy toward the customer loyalty of Planet Pool Centre Yogyakarta. Planet Pool Centre Yogyakarta is one of the billiard house in this city.

The result of the research provides a real proof that the service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) which is provided by Planet Pool Centre management can increase the customer loyalty significantly. Simultaneously, the service provided by the company can affect 64,4% of the customer loyalty in Planet Pool Centre Yogyakarta.

**Key words:** tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy and loyalty.

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Cover .....	i
Halaman Judul .....	ii
Halaman Pengajuan.....	iii
Halaman Persetujuan.....	iv
Halaman Motto .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Abstrak .....	ix
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Bagan .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
BAB I Pendahuluan .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Batasan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II Landasan Teori.....	7
2.1. Kualitas Pelayanan.....	7
2.2. Loyalitas Konsumen.....	11
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	18
2.4. Kerangka Penelitian .....	20
2.5. Hipotesis.....	20

BAB III Metode Penelitian .....	22
3.1. Lokasi Penelitian .....	22
3.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel .....	22
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	24
3.4. Metode Pengukuran Data .....	24
3.5. Definisi Operasional .....	25
3.6. Metode Pengujian Instrumen .....	26
3.7. Metode Analisis Data .....	28
Bab IV Analisis Data .....	32
4.1. Penjelasan Penelitian.....	32
4.2. Pengujian Instrumen .....	32
4.3. Analisis Karakteristik Demografi Responden .....	35
4.4. Pengaruh Kualitas Layanan ( <i>Tangibles, Realibility, Responsiveness,</i> <i>Assurance, Empaty</i> ) Terhadap Loyalitas Konsumen .....	38
BAB V Penutup .....	43
5.1. Kesimpulan .....	43
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	43
5.3. Saran .....	44
Daftar Pustaka .....	45

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	34
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku .....	37
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung .....	37
Tabel 4.8. Pengaruh Kualitas Layanan ( <i>Tangibles, Realibility, Responsiveness, Assurance, Empaty</i> ) Terhadap Loyalitas Konsumen .....	38

## DAFTAR BAGAN

	Halaman
Gambar 2.1. Piramida Loyalitas .....	13
Gambar 2.2. Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan .....	17
Gambar 2.3. Kerangka Penelitian .....	20

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Data Jawaban Responden
Lampiran	III	Validitas Dan Reliabilitas
Lampiran	IV	Analisis Persentase
Lampiran	V	Analisis Regresi
Lampiran	VI	Tabel Distribusi R 5%
Lampiran	VII	Surat Keterangan Riset

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Banyak bisnis yang dapat ditekuni oleh para pengusaha di kota Yogyakarta. Sebagai salah satu Provinsi dengan jumlah penduduk yang besar, banyak peluang usaha yang dapat didirikan di kota Yogyakarta. Salah satu usaha tersebut adalah rumah billiard. Billiard selain sebagai suatu olah raga juga termasuk permainan yang banyak digemari oleh masyarakat.

Banyak masyarakat yang gemar bermain billiard. Selain sebagai olah raga, permainan billiard juga merupakan salah satu bentuk hiburan/permainan yang cukup menarik karena dapat dimainkan oleh empat orang sekaligus. Ketertarikan masyarakat pada jenis olah raga/permainan billiard mendorong banyak pengusaha mencoba peruntungan mereka dengan membuka rumah (persewaan) billiard.

Saat ini di kota Yogyakarta, telah banyak berdiri bisnis rumah billiard. Salah satu rumah billiard tersebut adalah Planet Pool Centre. Rumah billiard Planet Pool Centre didirikan sekitar tahun 2000 dan berlokasi di Jalan Urip Sumoharjo nomor 139 Yogyakarta. Sebagai salah satu rumah billiard ternama di kota Yogyakarta, Planet Pool Centre banyak dikunjungi pelanggan setia atau pelanggan yang loyal pada Planet Pool Centre.

Loyalitas konsumen menurut Dharmmesta (1999:15) didefinisikan sebagai konsep yang menekankan pada runtutan pembelian yang dilakukan oleh seorang individu terhadap suatu produk/merek atau organisasi/perusahaan

tertentu. Loyalitas konsumen pada suatu organisasi merupakan salah satu bukti nyata atas kemampuan suatu organisasi dalam memberikan pelayanan dan penciptaan kepuasan konsumen.

Banyak faktor yang mampu memberikan kontribusi terhadap loyalitas pelanggan. Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen antara lain adalah kualitas layanan yang baik. Parasuraman *et al.* (1988:23), mendefinisikan kualitas layanan sebagai persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Pengukuran kualitas layanan menurut Parasuraman *et al.* (1988) seperti yang dikutip oleh Dharmayanti (2006:35) terdiri dari 5 dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

Dimensi *tangibles* berkaitan dengan bukti langsung dari perusahaan, meliputi fasilitas fisik peralatan, dan penampilan karyawan. Dimensi *reliability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Dimensi *responsiveness* berkaitan dengan kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan. Dimensi *assurance* berkaitan dengan pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Serta dimensi *empathy* yang berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berusaha untuk memahami keinginan dari pelanggan (Parasuraman *et al.* 1991:118 ).



Untuk dapat memenangkan persaingan bisnis khususnya dalam memperebutkan pelanggan, manajemen Planet Pool Centre menfokuskan diri pada penciptaan pelayanan yang baik. Hal ini disebabkan karena produk yang dijual oleh Planet Pool Centre lebih condong pada jasa hingga pelayanan yang baik merupakan ukuran keberhasilan suatu perusahaan. Dalam rangka memberikan pelayanan yang baik, manajemen Planet Pool Centre menyediakan fasilitas pendukung yang berkaitan dengan bisnis rumah billiard. Pihak manajemen Planet Pool Centre memberikan pelatihan yang baik kepada karyawan agar dapat memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat. Pihak manajemen Planet Pool Centre memiliki standar kualitas layanan yang baku, hingga pelanggan dipastikan akan mendapat pelayanan yang baik dan ramah dari para karyawan. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk jaminan atas layanan yang diberikan. Untuk mendiferensiasikan diri dari para pesaingnya, manajemen Planet Pool Centre melalui karyawan mencoba memahami kebutuhan konsumen secara spesifik.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen Planet Pool Centre?

2. Apakah kualitas layanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen Planet Pool Centre?

### **1.3. Batasan Masalah**

Dalam usaha mendapatkan gambaran tentang hasil penelitian yang akurat diperlukan batasan penelitian. Dalam penelitian ini batasan yang digunakan sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Planet Pool Centre yang berlokasi di jalan Urip Sumoharjo nomor 139 Yogyakarta.
2. Loyalitas konsumen didefinisikan sebagai konsep yang menekankan pada runtutan pembelian yang dilakukan oleh seorang individu terhadap suatu produk/merek atau organisasi/perusahaan tertentu (Dharmmesta, 1999:15).
3. Kualitas layanan merupakan refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu (Parasuraman *et al.* 1988:23). Kualitas pelayanan dalam penelitian ini diukur berdasarkan lima dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) secara parsial terhadap loyalitas konsumen Planet Pool Centre.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) secara simultan terhadap loyalitas konsumen Planet Pool Centre.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada beberapa pihak yang berkepentingan antara lain adalah:

1. Bagi Planet Pool Centre

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor kualitas layanan yang memiliki kontribusi positif terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil penelitian diharapkan dapat membantu pihak manajemen Planet Pool Centre dalam merancang strategi pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kualitas layanan.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini merupakan sarana pengaplikasian dari ilmu yang penulis dapatkan di bangku kuliah khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi pihak lain

Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai tambahan informasi bagi masyarakat yang tertarik dalam dunia bisnis khususnya

dalam menyiapkan pelayanan yang baik bagi pelanggan dalam rangka menciptakan loyalitas pelanggan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.
2. *Tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* secara simultan mampu mempengaruhi loyalitas konsumen sebesar 64,4%.
3. *Tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

#### **5.2. Keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang berkontribusi pada kelemahan penelitian. Secara teknis, jumlah sampel yang digunakan relatif kecil (hanya sebanyak 100 responden). Hal ini tentu saja tidak cukup representatif dengan jumlah populasi (pelanggan Planet Pool Centre Yogyakarta) yang sesungguhnya.
2. Keterbatasan secara teoritis adalah variabel yang digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen terbatas pada variabel kualitas layanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*).

### 5.3. Saran

1. Jumlah sampel yang relatif kecil tersebut maka disarankan pada penelitian mendatang untuk menambah jumlah sampel (misalnya 200 responden) supaya hasil penelitian ini lebih dapat digeneralisasikan.
2. Pada penelitian mendatang disarankan untuk menambahkan variabel yang sekiranya memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen seperti variabel kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen dan lain sebagainya.
3. Hasil analisis regresi diketahui bahwa *responsiveness* memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap loyalitas konsumen ( $\beta = 0,316$ ). Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen konsumen distimuli oleh pelayanan yang cepat. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak manajemen Planet Pool Centre untuk menonjolkan aspek *responsiveness* (pelayanan yang cepat dan tepat) dalam setiap pelayanan yang diberikan pada konsumen Planet Pool Centre.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A, (1997), *Manajemen Ekuitas Merek, Manfaat Nilai Suatu Merek*, Cetakan I, Penerbit Mitra Utama, Jakarta.
- Atmaja, L.S., (1997), *Statistik Bisnis*, Buku 2, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Cooper, D. R., dan Emory, C.W., (1997), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi kelima, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Della Bitta., Albert J., dan Loudon, D.L., (1997), *Consumer Behavior: Concepts and Applications*, 4<sup>th</sup> ed, New York : MCGraw-Hill, Inc.
- Dharmayanti Diah., (2006), Analisis Dampak *Service Performance* Dan Kepuasan Sebagai *Moderating Variable* Terhadap Loyalitas Nasabah: Studi Pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 1. No. 1. Penerbit Universitas Petra Surabaya.
- Dharmmesta, B.S., (1999), Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14. No. 3.
- Hadi, S., (2000), *Analisis Butir Untuk Instrumen*, Cetakan Lima, Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.
- Hair Jr., J.F. R.E. Anderson, R.L, Tatham, and W.C. Black., (1998), *Multivariate Data Analysis: With Readings*, 5<sup>th</sup> ed, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Jogiyanto, H., (2004), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Penerbit BPFE Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (1997), *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A, Berry, LL., (1988), SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Volume 64 No 1.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A, dan Berry, LL., (1991), "Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Retailing*, Volume 67 No 4.

Schiffman L., dan Kanuk L.L., (2008), *Perilaku konsumen*, Edike Ketujuh, Penerbit Indeks, Jakarta.

Sugiyono., (2000), *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan 2, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, F., (2002), *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Cetakan 6, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.

Umar, H., (2003), *Metode Penelitian*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.