

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
HYPERMART ROYAL PLAZA
SURABAYA

S K R I P S I

Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Oleh :

RAINDRA WAHYUDI
0712015038 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2013

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
HYPERMART ROYAL PLAZA
SURABAYA

S K R I P S I



Oleh :

RAINDRA WAHYUDI

0712015038 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2013

S K R I P S I

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HYPERMART ROYAL PLAZA SURABAYA

Disusun Oleh

RAINDRA WAHYUDI
0712015038 / FE / EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal : 31 Juli 2013

Pembimbing
Pembimbing Utama

Tim Penguji :
Ketua

Dra. Ec. Suhartuti, MM

Dra. Ec. Suhartuti, MM

Sekretaris

Drs. Ec. Nuryanti T., M.Si

Anggota

Drs. Pandji Soegiono, SE, MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM
NIP. 196309241989031001

USULAN PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HYPERMART ROYAL PLAZA SURABAYA

Yang Diajukan :

RAINDRA WAHYUDI
0712015038 / FE / EM

Telah Diseminarkan Dan Disetujui Untuk Menyusun Skripsi Oleh :

Pembimbing

Dra. Ec. Suhartuti, MM

Tanggal :

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 196509071991031001

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HYPERMART ROYAL PLAZA SURABAYA

Yang Diajukan :

RAINDRA WAHYUDI
0712015038 / FE / EM

Disetujui Untuk Ujian Skripsi Oleh :

Pembimbing

Dra. Ec. Suhartuti, MM

Tanggal :

Mengetahui,

Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Drs. Ec. R.A. Suwaidi, MS
NIP. 190003301986031001

USULAN PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA HYPERMART ROYAL PLAZA SURABAYA

Yang Diajukan :

RAINDRA WAHYUDI
0712015038 / FE / EM

Telah Diseminarkan Dan Disetujui Untuk Diseminarkan Oleh :

Pembimbing

Dra. Ec. Suhartuti, MM

Tanggal :

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Muhadjir Anwar, MM
NIP. 196509071991031001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hypermart Royal Plaza Surabaya" dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian Program Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MT, selaku Rektor UPN "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UPN "Veteran" Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur
4. Drs. Ec. Suhartuti, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing penulisan ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bernilai. Sehingga ucapan terima kasihpun dirasa belum cukup untuk menghargai jasa Bapak dan Ibu. Namun teriring do'a semoga apa yang sudah diberikan kepada kami akan terbalaskan dengan berkah dari sang Illahi.
6. Yang terhormat Bapak dan Ibu, sembah sujud serta ucapan terima kasih atas semua do'a, restu, dukungan, nasehat yang diberikan kepada penulis.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	11
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
2.2.3. Konsep Pemasaran.....	13
2.2.4. Tujuan Pemasaran.....	14
2.3. Kualitas Layanan.....	15
2.3.1. Pengertian Kualitas Layanan.....	15

2.3.2. Dimensi Kualitas Layanan	17
2.4. Kepuasan Pelanggan	18
2.5. Loyalitas Pelanggan	21
2.5.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	21
2.5.2. Indikator Loyalitas Pelanggan	24
2.6. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	24
2.7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	25
2.8. Kerangka Konseptual.....	27
2.9. Hipotesis.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.1.1. Definisi Operasional	28
3.1.2. Pengukuran Variabel	31
3.2. Teknik Penentuan Sampel.....	32
3.3. Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1. Jenis Data.....	33
3.3.2. Sumber Data	34
3.3.3. Pengumpulan Data	34
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	34
3.5. Uji Validitas Dan Reliabilitas	

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.1. Sejarah Singkat Hypermart Royal Plaza Surabaya .	41

4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	42
4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden	42
4.2.2. Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.2.2.1. Deskripsi Kualitas Layanan (X)	45
4.2.2.2. Deskripsi Kepuasan Pelanggan (Y)	47
4.2.2.3. Deskripsi Loyalitas Pelanggan (Z)	49
4.3. Analisis Data	50
4.3.1. Model Pengukuran PLS	50
4.3.2. Uji Outer Model (A Measurement Model)	51
4.3.2.1. First Order (Model Pengukuran Dimensi dengan Indikator).....	51
4.3.2.2. Second Order (Model Pengukuran Variabel dengan Dimensinya)	53
4.3.3. Uji Inner Model (A Structural Model)	56
4.4. Pembahasan	58
4.4.1. Pengaruh Kualitas Layanan (X) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	58
4.4.2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X ₂) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	63
5.2. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Komplain Pelanggan Di Hypermart Royal Plaza Surabaya Periode Januari – Desember 2011	4
Tabel 1.2 Jumlah Loyalitas Pelanggan di Hypermart Royal Plaza Surabaya dan Carrefour Kalirungkut Surabaya Periode Januari – Desember 2011	5
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Melakukan Pembelian di Hypermart Royal Plaza Surabaya.....	44
Tabel 4.4. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Layanan (X).....	46
Tabel 4.5. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Y)	48
Tabel 4.6. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan (Z)	49
Tabel 4.7. Outer Loading (Model Pengukuran dan Validitas).....	52
Tabel 4.8. Outer Weights (Model Pengukuran dan Validitas).....	54
Tabel 4.9. Average Variance Extracted (AVE).....	54
Tabel 4.10 Composite Reliability.....	55
Tabel 4.11. R-Square.....	56
Tabel 4.12. Results For Inner Weights.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 3.1. Model Penelitian.....	37
Gambar 4.1. Model Pengukuran PLS Hubungan Kualitas Layanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y) dan Loyalitas Pelanggan (Z).....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y) dan Loyalitas Pelanggan (Z)

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
HYPERMART ROYAL PLAZA
SURABAYA

Oleh:

RAINDRWA WAHYUDI

Abstraksi

Berdasarkan data penjualan dari bulan Januari – Desember 2011 telah terjadi kecenderungan kenaikan jumlah komplain pelanggan di Hypermart Royal Plaza Surabaya. Hal ini didukung dengan kecenderungan penurunan jumlah pelanggan di Hypermart Royal Plaza Surabaya dan, dan sebaliknya malah terjadi kenaikan jumlah pelanggan di Carrefour Kalirungkut Surabaya. Hal ini menunjukkan semakin banyaknya konsumen yang kurang puas dalam berbelanja di Hypermart Royal Plaza Surabaya, yang jika hal ini dibiarkan berlarut- maka akan berdampak pada bahwa semakin menurunnya tingkat loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hypermart Royal Plaza Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability sampling tepatnya accidental sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data. Berdasarkan perhitungan didapatkan jumlah sampel sebesar 96 responden.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada Hypermart Royal Plaza Surabaya, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada Hypermart Royal Plaza Surabaya.

Key Words: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa selalu meningkat baik dari segi kualitas maupun kuantitas, hal ini seiring dengan perkembangan dan kemajuan jaman, dampaknya adanya perilaku konsumen dalam menentukan tempat pembelanjaan yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

Semakin meningkatnya tempat pembelanjaan akan memberikan banyak alternatif kepada masyarakat sebagai konsumen untuk memilih tempat pembelanjaan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan financial konsumen. Hal ini harus diimbangi oleh pedagang untuk berusaha menarik konsumen agar mau membeli barang ditempat dimana dia membuka dagangannya. Terlebih dahulu pedagang harus menentukan segmen pasar, pelayanan dan fasilitas yang memadai disesuaikan dengan segmen pasar yang telah ditetapkan. Pedagang harus cepat tanggap dan segera menyesuaikan akan perubahan selera dan kemampuan konsumen.

Kualitas layanan adalah persepsi pelanggan terhadap keunggulan suatu layanan. Pada dasarnya hanya pelanggan yang menilai kualitas layanan suatu organisasi berkualitas atau tidak. Kualitas layanan dibentuk oleh tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. (Parasuraman, et, al., (1996) dalam Edwin, et al, 2007; 36)

Salah satu pusat pembelanjaan di Surabaya adalah Hypermart Royal Plaza. Sebagaimana pusat pembelanjaan dan pasar swalayan yang lain, Hypermart Royal Plaza selalu berusaha agar tetap diminati oleh konsumen untuk melakukan repeat order ditempatnya. Hypermart Royal Plaza merupakan pasar swalayan yang melakukan bisnis eceran dengan berhubungan langsung dengan konsumen akhir bertujuan untuk memenuhi kebutuhan total konsumen, yaitu tempat belanja terpadu yang menjual barang-barang dari barang kebutuhan sehari-hari sampai dengan barang eksklusif serta menjual berbagai jenis barang dengan volume transaksi besar. Barang-barang tersebut beraneka ragam, dari barang kebutuhan dapur, perabot rumah tangga, perabot kamar tidur, perabot kamar mandi, kosmetik, aksesoris lain, pakaian, sepatu, tas dan sampai pada barang elektronik.

Dengan berkembangnya industri retail yang begitu pesat dan disertai dengan persaingan yang begitu ketat dalam pasar global dewasa ini membuat perusahaan tidak berorientasi pada pesaing saja, tetapi perusahaan harus dapat mengelola keseimbangan yang baik antara orientasi pesaing dengan orientasi pelanggan. Setiap retail sudah selayaknya berusaha untuk mempertahankan pelanggan dengan cara membina hubungan baik dan memenuhi kebutuhannya serta keinginan mereka. Hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan ini menjadi sesuatu yang penting agar kepuasan dan loyalitas dapat terpantau dengan baik (Kotler, 2004).

Selain itu biaya untuk menarik pelanggan baru lebih besar daripada untuk biaya untuk memuaskan pelanggan yang ada, dan dibutuhkan usaha keras untuk membuat pelanggan beralih dari pesaing. Sekali terciptanya hubungan yang baik

antara pihak retail dengan pihak pelanggan, maka akan membuat pelanggan melakukan pembelian ulang di waktu yang akan datang.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, Hypermart Royal Plaza Surabaya menjalin kerjasama dengan bank Mandiri dengan memberikan kartu kredit Hypermart Mandiri yang berlaku di seluruh Hypermart di seluruh Indonesia. Hypermart Royal Plaza Surabaya juga memberikan kartu Matahari Club Card (MCC) secara cuma- cuma kepada pelanggan dengan pembelanjaan minimal 100 ribu rupiah, karena hypermart merupakan salah satu anak perusahaan PT. Matahari Putra Prima Tbk. Hypermart juga menjalin kerjasama dengan beberapa toko- toko yang menjual produk elektronik, dengan memberikan voucher- voucher belanja dalam setiap pembelian produk- produk elektronik tersebut. Hal tersebut semata- mata dilakukan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam melakukan belanja di Hypermart Royal Plaza Surabaya.

Berikut ini akan disajikan data jumlah komplain pelanggan di Hypermart Royal Plaza Surabaya dalam 1 tahun terakhir, mulai Januari – Desember 2011 seperti pada tabel 1.1. di bawah ini :

Tabel 1.1

Jumlah Komplain Pelanggan Di Hypermart Royal Plaza Surabaya
Periode Januari – Desember 2011

Periode	Jumlah (Orang)	Jenis Keluhan
Jan-11	11	Berhubungan dengan Pelayanan
Feb-11	9	
Mar-11	16	
Apr-11	12	
May-11	8	
Jun-11	7	
Jul-11	10	
Aug-11	8	
Sep-11	12	
Oct-11	13	
Nov-11	10	
Dec-11	14	

Sumber : Hypermart Royal Plaza Surabaya, Tahun 2011

Berdasarkan tabel 1.1, dapat diketahui bahwa selama 1 tahun terakhir dari bulan Januari – Desember 2011 telah terjadi kecenderungan kenaikan jumlah komplain pelanggan di Hypermart Royal Plaza Surabaya.

Hal ini menunjukkan semakin banyaknya konsumen yang kurang puas dalam berbelanja di Hypermart Royal Plaza Surabaya, yang jika hal ini dibiarkan berlarut- maka akan berdampak pada bahwa semakin menurunnya tingkat loyalitas pelanggan.

Terjadinya kecenderungan kenaikan pada jumlah komplain pelanggan merupakan fenomena yang harus segera diselesaikan dan dicari penyebabnya, karena hal tersebut dapat berdampak pada naik dan turunnya tingkat loyalitas pelanggan. Banyak hal yang menjadi penyebab dari hal tersebut, salah satunya adalah pemberian pelayanan kepada konsumen yang kurang bagus.

Loyalitas pelanggan yang rendah disebabkan oleh kualitas layanan yang lemah dan kepuasan pelanggan yang rendah. Kualitas layanan yang lemah tersebut antara lain meliputi sikap karyawan yang kurang ramah dan terkesan acuh tak acuh pada pelanggan, kecepatan pelayanan karyawan yang masih kurang, ketanggapan karyawan terhadap masalah yang dihadapi pelanggan masih rendah, dan sebagainya. Sedangkan kepuasan konsumen yang rendah antara lain dikarenakan harga yang relatif lebih mahal dibandingkan dengan harga toko, banyaknya barang-barang yang mendekati atau bahkan sudah expired, dan penataan produk yang kurang rapi sehingga membingungkan konsumen.

Berdasarkan data loyalitas pelanggan di Hypermart Royal Plaza Surabaya dan Carrefour Kalirungkut Surabaya dalam 1 tahun terakhir, mulai Januari – Desember 2011 telah terjadi kecenderungan penurunan jumlah pelanggan di Hypermart Royal Plaza Surabaya dan, dan sebaliknya malah terjadi kenaikan jumlah pelanggan di Carrefour Kalirungkut Surabaya. Hal ini menunjukkan semakin banyaknya konsumen yang tidak loyal dalam berbelanja di Hypermart Royal Plaza Surabaya dan berpindah ke Carrefour Kalirungkut Surabaya.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Kurz and Clow (1998: 382) dalam Laksana (2008: 96) bahwa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai yang diharapkan maka akan memberikan kepuasan, dan pernyataan Tjiptono

(1997: 126) bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penentu loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Japarianto (2007), tentang pengaruh kualitas layanan sebagai pengukur loyalitas pelanggan hotel majapahit surabaya dengan pemasaran relasional sebagai variabel intervening. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas layanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui pemasaran relasional sebagai variabel intervening.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan, untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hypermart Royal Plaza Surabaya”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diajukan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Hypermart Royal Plaza Surabaya?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Hypermart Royal Plaza Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hypermart Royal Plaza Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Hypermart Royal Plaza Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Sebagaimana layaknya karya ilmiah ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi Universitas

Memberikan sumbangan informasi pihak lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menambah kepustakaan sebagai informasi bahan pembandingan bagi penelitian lain serta sebagai wujud Darma Bakti kepada perguruan tinggi UPN "Veteran" Jatim pada umumnya dan Fakultas Ekonomi pada khususnya.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai pertimbangan maupun bahan informasi dalam rangka mengatasi permasalahan yang ada kaitannya dengan kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dapat dipergunakan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan atau perluasan pandangan tentang pelajaran yang didapat dari bangku kuliah dan memperdalam pengetahuan terutama dalam bidang yang dikaji serta sebagai referensi ilmiah bagi para peneliti berikutnya.