



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS (SURVEY PADA PELANGGAN *BUSANA MUSLIM*)



WAN LIBRARY
UNIVERSITY

3.8
IS

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan
Dampaknya Pada Loyalitas (Survey Pada Pelanggan Busana Muslim)



2833.2020

DEWI WAHYU PUSPANTI
SURESH KUMAR

ID : 2833.2020

Subjek: Consumer Satisfaction

658.8
PUS
P

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN DAMPAKNYA
PADA LOYALITAS
(SURVEY PADA PELANGGAN *BUSANA
MUSLIM*)**

DEWI WAHYU PUSPANTI

SURESH KUMAR

President University

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan
Dampaknya Pada Loyalitas (Survey Pada Pelanggan Busana Muslim)



2833.2020

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DAN DAMPAKNYA
PADA LOYALITAS
(SURVEY PADA PELANGGAN *BUSANA
MUSLIM*)**

Copyright 2020

@by. Dewi Wahyu Puspanti and Suresh Kumar.

Published by:

President University

Jababeka Education Park Jl. Ki Hajar Dewantara,
Kabupaten Bekasi 17550, Indonesia
Telephone: +6221 89109762 - 63 (Ext. 404)
Email: lrmpu@president.ac.id
Website: www.president.ac.id

Published: November, 2020
ISBN: 978-623-6655-18-4

DAFTAR ISI

PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Penelitian	4
1.3 Organisasi Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Loyalty (Loyalitas)	7
2.1.1 Definisi <i>Loyalty</i> (Loyalitas)	7
2.1.2 Pengukuran Konstruk <i>Loyalty</i> (Loyalitas)	8
2.2 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan)	9
2.2.1 Definisi <i>Satisfaction</i> (Kepuasan)	9
2.2.2 Pengukuran Konstruk <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan)	10
2.3 <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan).....	11
2.4 <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	12
2.4.1 Definisi <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	12

2.4.2 Pengukuran Konstruk <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	14
2.5 <i>Reliability</i> (Keandalan)	14
2.5.1 Definisi <i>Reliability</i> (Keandalan)	14
2.5.2 Pengukuran Konstruk <i>Reliability</i> (Keandalan).....	15
2.6 <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	16
2.6.1 Definisi <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	16
2.6.2 Pengukuran Konstruk <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	17
2.7 <i>Empathy</i> (Empati).....	18
2.7.1 Definisi <i>Empathy</i> (Empati).....	18
2.7.2 Pengukuran Konstruk <i>Empathy</i> (Empati).....	19
2.8 <i>Assurance</i> (Jaminan)	20
2.8.1 Definisi <i>Assurance</i> (Jaminan)	20
2.8.2 Pengukuran Konstruk <i>Assurance</i> (Jaminan)	21
2.9 Hubungan antar Variabel	22
2.9.1 Hubungan antara Bukti Fisik dengan Kepuasan	22
2.9.2 Hubungan antara Keandalan dengan Kepuasan	22
2.9.3 Hubungan antara Daya Tanggap dengan Kepuasan	23

2.9.4 Hubungan antara Empati dengan Kepuasan.....	23
2.9.5 Hubungan antara Jaminan dengan Kepuasan.....	23
2.9.6 Hubungan antara Kepuasan dengan Loyalitas.....	24
2.10 Kebaharuan Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Kerangka Pemikiran.....	29
3.2 Hipotesis	29
3.3 Definisi Operasional dari Variabel.....	30
3.4 Instrumen Penelitian	30
3.5 Teknik Sampling.....	31
3.6 Metode Pengumpulan Data	32
3.6.1 Validitas	32
3.6.2 Reliabilitas.....	33
3.6.3 Analisis Deskriptif.....	34
3.6.4 Analisis Inferensial	34
3.6.5 Uji Hipotesis	36
3.6.6 Uji Multiple R-square.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
4.1.1 Validitas	39
4.1.2 Reliabilitas.....	41

4.2 Profil Responden	42
4.3 Hasil Analisa Deskriptif.....	42
4.3.1 Karakteristik Responden	42
4.3.2 Ringkasan Data Kuesioner	46
4.4 Analisis Inferensial	51
4.5 Hasil Uji Hipotesis dan <i>R-square</i>	52
4.6 Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN	57
5.1 Hasil Hipotesis	57
5.2 Saran	58
REFERENSI	59
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 3.3 Pengukuran Konstruk.....	83
Tabel 4.1.2 Reliabilitas	87
Tabel 4.3.1a Gender / Jenis Kelamin Responden	87
Tabel 4.3.1b Usia Responden.....	87
Tabel 4.3.1c Pendidikan Responden	88
Tabel 4.3.1d Pekerjaan Responden.....	88
Tabel 4.3.1e Biaya Pengeluaran Berbelanja Pakaian Responden selama Satu Bulan.....	88
Tabel 4.3.1f Merek Toko Busana	89
Tabel 4.3.2a Ringkasan Data <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	89
Tabel 4.3.2b Ringkasan Data <i>Reliability</i> (Keandalan)	90
Tabel 4.3.2c Ringkasan Data <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	91
Tabel 4.3.2d Ringkasan Data <i>Empathy</i> (Empati).....	92
Tabel 4.3.2e Ringkasan Data <i>Assurance</i> (Jaminan).....	93
Tabel 4.3.2f Ringkasan Data <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan)	94
Tabel 4.3.2g Ringkasan Data <i>Loyalty</i> (Loyalitas).....	95
Tabel 4.4 Model <i>Fit Criteria</i>	96
Tabel 4.5 Regression Weight	97
Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Antar Agama	98
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	98

Toko busana muslim tidak dapat hanya mengandalkan busana muslim sebagai senjata penjualannya tetapi juga harus memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggannya. Untuk itu monograf ini ditulis dengan meneliti hubungan dan pengaruh dari kualitas layanan yang meliputi dimensi *responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *reliability* dengan kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas. Diharapkan monograf ini dapat memberikan kontribusi terhadap bukan saja teoritis atas hubungan kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas diindustri busana muslim di Indonesia, tetapi juga memberikan masukan kepada para wiraswasta dibidang busana muslim bagaimana untuk mempertahankan pelanggannya menghadapi persaingan yang semakin berat hari ke hari.

Suresh Kumar is a senior lecturer at President University, Indonesia with 11 years of experience in teaching and research. His research interests are in entrepreneurship, retail business, hospitality and tourism, and wealth management and financial planning. Currently, he serves as Head of Business Administration at President University.

Dewi Wahyu Puspanti is a graduate student of Business Administration, President University. Currently, she serves as a Warehouse Administrator at PT Fajar Gelora Inti.



President University

Email: lrpmpu@president.ac.id

Website: www.president.ac.id

ISBN 978-623-0655-10-4



9 786236 655184

ADAM KU
PRESID