



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. QUALITAS ANDALAN
BERSAMA (QGOLF)**

SKRIPSI

Eva Nurhayati

1002015037

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2018



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. QUALITAS ANDALAN
BERSAMA (QGOLF)**

SKRIPSI

Eva Nurhayati

1002015037

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. QUALITAS ANDALAN BERSAMA (QGOLF)”**. merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan atura di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, Maret 2018

Yang Menyatakan

(Eva Nurhayati)

NIM 1002015037

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT.QUALITAS ANDALAN BERSAMA (QGOLF)”.

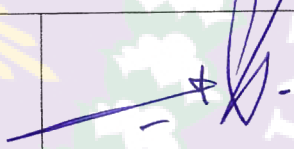
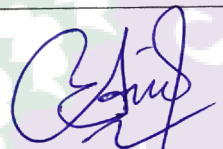
NAMA : EVA NURHAYATI

NIM : 1002015037

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

TAHUN AKADEMIK : 2018

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Drs. Bambang Sumaryanto, M.M.	
Pembimbing II	Edi Setiawan, S.E., M.M.	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA


Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. QUALITAS ANDALAN BERSAMA (QGOLF)

yang disusun oleh :

Eva Nurhayati

1002015037

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu (S1)
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Pada tanggal : Maret 2018

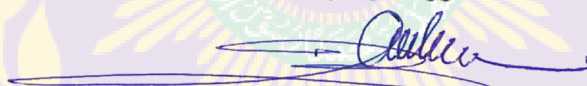
Tim Penguji :

Ketua, merangkap anggota :



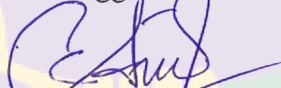
(Yusdi Daulay, SE., MM.)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Dr., Bambang Dwi Hartono, MM)

Anggota :



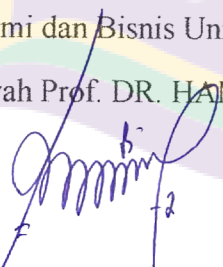
(Edi Setiawan, SE., MM)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Prof.

DR. HAMKA



Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eva Nurhayati
NIM : 1002015027
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. QUALITAS ANDALAN BERSAMA (QGOLF)”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : Maret 2018

Yang Menyatakan

(Eva Nurhayati)

ABSTRAKSI

Eva Nurhayati (1002015037)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT.QUALITAS ANDALAN BERSAMA (QGOLF)

Skripsi. Program Strata Satu Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.HAMKA.2018.Jakarta

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf).

Dalam penelitian ini digunakan metode survei. Variabel yang diteliti adalah “Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan” sebagai variabel Independen dan “Loyalitas Pelanggan” sebagai variabel dependen. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *member* QGolf. Jenis penelitian yang digunakan adalah Kausatif. Jumlah Sampel dalam penelitian ini sebanyak 87 responden.

Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dengan tingkat signifikansi variabel Kepuasan Pelanggan $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,516 > t_{tabel} 1,988$ dari ketentuan $df = n - k$ atau $df = 87 - 3 = 84$ maka diperoleh $t_{tabel} 1,988$ dan hubungannya adalah positif.

Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dengan tingkat signifikansi variabel Kepuasan Pelanggan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,073 > t_{tabel} 1,988$ dari ketentuan $df = n - k$ atau $df = 87 - 3 = 84$ maka diperoleh $t_{tabel} 1,988$ dan hubungannya adalah positif.

Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Hasil ini dapat dilihat dari hasil uji F dimana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($15,090 > 3,10$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Kemudian besarnya nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,247, artinya 24,7% variabel

Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.



ABSTRACT

Eva Nurhayati (1002015037)

***EFFECT OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION
CUSTOMER LOYALTY OF PT.QUALITAS ANDALAN BERSAMA
(QGOLF)***

The Thesis of Bachelor Degree Program. Management Major. Economical and Business Faculty of Muhammadiyah University Prof. DR. HAMKA. 2018. Jakarta

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty

This study aims to determine the Effect of Service Quality, and Customer Satisfaction Against Customer Loyalty PT. QUALITAS ANDALAN BERSAMA (QGOLF)

In this research used survey method. The variables studied are "Quality of Service and Customer Satisfaction" as independent variable and "Customer Loyalty" as dependent variable. The population used in this study is a member of QGolf. The type of research used is Causatife. The number of samples in this study were 87 respondents.

Service Quality positively affects Customer Loyalty. This can be proved by the level of significance variable Customer Satisfaction $0.001 < 0.05$ and the value of $t_{count} 3.516 > t_{table} 1.988$ from the provisions $df = n - k$ or $df = 87 - 3 = 84$ then obtained $t_{table} 1.988$ and the relationship is positive.

Customer Satisfaction has a positive effect on Customer Loyalty. This can be proved by the level of significance of Customer Satisfaction variable $0,000 < 0,05$ and $t_{count} 4,073 > t_{table} 1,988$ from the provision $df = n - k$ or $df = 87 - 3 = 84$ hence obtained $t_{table} 1,988$ and the relation is positive.

Service Quality and Customer Satisfaction affect simultaneously to Customer Loyalty This result can be seen from the result of F test where F_{count} is bigger than F_{table} ($15.090 > 3.10$) with significance level equal to 0.000. Then the value of Adjusted R Square of 0.247, meaning 24.7% Customer Loyalty variable can be explained by the variable Quality of Service and Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, Taufiq, dan Hidayah-Nya yang telah diberikan sehingga mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf)”

Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW dan Keluarga-Nya yang telah membawa umat-Nya menuju zaman yang berkemajuan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Masih banyak kekurangan pada penulisan Skripsi ini disebabkan keterbatasan dari pada kemampuan, akan tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan semangat dari semuapihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua Orang Tuaku Tercinta, Ibu dan Bapak yang telah mencurahkan seluruh restu, doa serta motivasi yang tak terhingga.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suyatno, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak Faisal Ridwan Zamzany, S.E., M.M. ketua program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA.
5. Bapak Drs. Bambang Sumaryanto, M.M. Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
6. Bapak Edi Setiawan, S.E., M.M. Dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah memberikan ilmu kepad asaya.
8. Kepada Anaku Arjuna Aleksandra Abigail Wijaya.
9. Kepada Saudara Eva (Almarhum Bapak Sungkama, Almarhum Mami Maria, Nenek, Kake, Ua dan Semua di Sukabumi yang telah mendoakan dan mendukung.
10. Kepada Keluarga Besar PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf) khususnya Pa Alfred, Pa Noldi, Ibu Yulia, Pa Haryadi dan Pa Rully yang telah mengizinkan untuk tetap meneruskan kuliah dan membantu selama masa kuliah dan penyusunan.
11. Kepada Rizki Napoleon Siahaan, Andre Sulistio, Rudi Ramli, Jopie yang telah memberikan dukungan moril maupun materil.
12. Kepada teman-teman the julid (Ka Tari, Ka Wien, Ka Ovha, Ka Sukma, dan Shandy).
13. Kepada Sahabatku Selly Okilia.
14. Kepada teman-teman UHAMKA (Nadia, Sauki, Thio, Nisa, Hasbi, Arum, Aisyah dan Saep)
15. Teman-teman semua fakultas ekonomi dan bisnis UHAMKA yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
16. Seluruh civitas akademika Jurusan Ekonomi dan Bisnis UHAMKA.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, petunjuk, dan bimbingan-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi dapat terselesaikan. Sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat diharapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan khususnya dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Wassalmu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, Maret 2018

Penulis

(Eva Nurhayati)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAKSI / INTISARI	vi
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Pembatasan Masalah	5
1.2.3 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6

1.4 Manfaat Penelitian	6
------------------------------	---

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gambar Penelitian Terdahulu	8
---------------------------------------	---

2.2 Telaah Pustaka	13
--------------------------	----

2.2.1 Pengertian Manajemen	13
----------------------------------	----

2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	14
--------------------------------------------	----

2.2.3 Pengertian Bauran Pemasaran	15
-----------------------------------------	----

2.2.3.1 Variabel Bauran Pemasaran	16
-----------------------------------------	----

2.2.4 Kualitas Pelayanan	18
--------------------------------	----

2.2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
--------------------------------------------	----

2.2.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	19
------------------------------------------	----

2.2.5 Kepuasan Pelanggan	20
--------------------------------	----

2.2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	20
---------------------------------------------	----

2.2.5.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	22
------------------------------------------	----

2.2.5.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	24
-----------------------------------------	----

2.2.6 Loyalitas Pelanggan.....	25
--------------------------------	----

2.2.6.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	25
----------------------------------------------	----

2.2.6.2 Tahapan Loyalitas Pelanggan	26
-------------------------------------------	----

2.2.6.1 Dimensi Loyalitas Pelanggan	29
-------------------------------------------	----

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
---------------------------------------	----


2.4 Rumusan Hipotesis	31
-----------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	32
3.2 Operasional Variabel	32
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 <i>Populasi</i>	36
3.3.2 <i>Sampel</i>	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1 <i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	38
3.4.2 <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	38
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	39
3.5.1 <i>Uji Validitas</i>	39
3.5.2 <i>Uji Reliabilitas</i>	40
3.5.3 <i>Analisis Regresi Linier Berganda</i>	40
3.5.4 <i>Uji Hipotesis</i>	41
3.5.4.1 <i>Uji Signifikasi Pengaruh Simultan (Uji F)</i>	41
3.5.4.2 <i>Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji t)</i>	42
3.5.5 <i>Uji Asumsi Klasik</i>	42
3.5.5.1 <i>Uji Normalitas Residual</i>	43
3.5.5.2 <i>Uji Multikolinearitas</i>	43
3.5.5.3 <i>Uji Heteroskedastisitas</i>	44
3.5.6 <i>Analisis Koefisien Determinasi (R^2) dan Korelasi</i>	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum objek penelitian	46
4.1.1 Lokasi Penelitian	46
4.1.2 Sejarah Perusahaan	46
4.1.3 Struktur Organisasi	47
4.1.4 Latar Belakang Produk	47
4.1.5 Visi dan Misi Perusahaan	48
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	48
4.2.1 Karakteristik Responden	48
4.2.2 Analisis Per Butir Pertanyaan	51
4.2.2.1 Kualitas Pelayanan (X_1)	51
4.2.2.2 Kepuasan Pelanggan (X_2)	61
4.2.2.3 Loyalitas Pelanggan (Y)	64
4.2.3 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	67
4.2.3.1 Uji Validitas	67
4.2.3.2 Uji Reliabilitas	69
4.2.4 Analisis Regresi Llinier Berganda	70
4.2.4.1 Model Regresi Linier Berganda	70
4.2.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.2.5 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.2.5.1 Uji Normalitas Residual	73

The logo of Universitas Ekonomi dan Bisnis UHAMKA is a large, stylized emblem in the background. It features a central sunburst with Arabic calligraphy, surrounded by a laurel wreath and a banner at the bottom with the word 'UHAMKA'. The text 'FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS' is written in a circular path around the central emblem.

4.2.5.2 Uji Multikolinearitas	75
4.2.5.3 Uji Heteroskedastisitas	75
4.2.6 Uji Hipotesis.....	76
4.2.6.1 Uji t Hitung.....	76
4.2.6.1 Uji F Hitung.....	78
4.3 Interpretasi Hasil Penelitian	79
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran-saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
DAFTAR LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Penjualan Member QGolf.....	3
2.	Penelitian Terdahulu	10
3.	Operasional Variabel	33
4.	Bobot Nilai Penggunaan Skala <i>Likert</i>	39
5.	Penapsiran Koefisien Korelasi	45
6.	Jenis Kelamin Responden	49
7.	Usia Responden	49
8.	Pendidikan Terakhir Responden	50
9.	Penghasilan Responden	50
10.	Club House dengan fasilitas yang baik dan nyamn.....	51
11.	QGolf menyewakan lapangan dengan kualitas terbaik	52
12.	Sales QGolf memiliki penampilan yang menarik	52
13.	Sales QGolf memberikan informasi produk dengan jelas	53
14.	SalesQGolf membantu pada saat proses pemesanan lapangan	53
15.	Sales QGolf membantu dalam pembuatan bookingan pemain golf ..	54
16.	QGolf responsif terhadap keluhan member	55
17.	QGolf responsif terhadap saran member	55
18.	QGolf responsif terhadap kritikan member	56

19. Sales QGolf memiliki kemampuan administrasi yang baik	56
20. Sales QGolf memiliki kemampuan teknis yang baik	57
21. Sales QGolf memiliki kemampuan bersosialisasi yang baik	58
22. Sales QGolf memiliki perhatian kepada member	58
23. Sales QGolf memiliki kepedulian kepada member	59
24. Sales QGolf memiliki keramahan kepada member	59
25. Indikator Kepuasan Pelanggan (X ₁)	60
26. Sales QGolf memberikan pengetahuan produk beserta keuntungannya	61
27. QGolf memiliki fasilitas yang baik dalam memberikan layanan yang cepat dan tepat	62
28. Sales QGolf memberikan informasi terbaru dan menindak-lanjuti mengenai fasilitas dan penggunaan produk	62
29. Sales QGolf memiliki sikap ramah kepada member	63
30. Indikator Kepuasan Pelanggan (X ₂)	64
31. Saya selalu sewa lapangan dengan QGolf selama 1 tahun.....	64
32. Saya tetap melakukan pemesanan sewa lapangan menggunakan QGolf walaupun ada penyedia jasa yang sama lainnya	65
33. Saya menggunakan lini produk lain QGolf	66
34. Saya merekomendasikan QGolf kepada relasi, keluarga, kerabat, teman dll	66



35. Indikator Loyalitas Pelanggan (Y)	67
36. Hasil Validitas Variabel (X_1)	68
37. Hasil Validitas Variabel (X_2)	68
38. Hasil Validitas Variabel (Y)	69
39. Hasil Uji Relibilitas	69
40. Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda	70
41. Hasil Uji Koefisien Determinasi	72
42. Hasil Uji Normalitas	73
43. Hasil Uji Multikolinieritas	75
44. Hasil Uji t (Parsial)	77
45. Hasil Uji F (Simultan)	78

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	30
2.	<i>P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	74
3.	Grafik <i>Scatterplot</i>	76

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Cover Kuisisioner Penelitian	1/31
2.	Kuisisioner Penelitian	2/31
3.	Data Hasil Kuisisioner Kualitas Pelayanan (X_1)	5/31
4.	Data Hasil Kuisisioner Kepuasan Pelanggan (X_2)	8/31
5.	Data Hasil Kuisisioner Loyalitas Pelanggan (Y)	12/31
6.	<i>Output</i> SPSS Uji Validitas X_1 (Kualitas Pelayanan)	16/31
7.	<i>Output</i> SPSS Uji Validitas X_2 (Kepuasan Pelanggan)	17/31
8.	<i>Output</i> SPSS Uji Validitas Y (Loyalitas Pelanggan)	18/31
9.	<i>Output</i> SPSS Uji Relibilitas X_1 (Kualitas Pelayanan)	18/31
10.	<i>Output</i> SPSS Uji Relibilitas X_2 (Kepuasan Pelanggan)	19/31
11.	<i>Output</i> SPSS Uji Relibilitas Y (Loyalitas Pelanggan)	19/31
12.	<i>Output</i> SPSS Uji Asumsi Klasik	20/31
13.	<i>Output</i> SPSS Uji Multikolinieritas	21/31
14.	<i>Output</i> SPSS Uji Heteroskedastisitas	22/31
15.	<i>Output</i> SPSS Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Berganda	22/31
16.	<i>Output</i> SPSS Hasil Uji Koefisien Determinasi	23/31
17.	<i>Output</i> SPSS Hasil Uji F (Simultan)	23/31
18.	<i>Output</i> SPSS Hasil Uji t (Parsial)	23/31
19.	Daftar R-tabel	24/31
20.	Daftar T-tabel	28/31
21.	Daftar F-tabel	30/31
22.	Formulir Pengajuan Judul Proposal Skripsi	
23.	Catatan Konsuling Skripsi Pembimbing 1	
24.	Catatan Konsuling Skripsi Pembimbing 2	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masa perekonomian Global saat ini, pergerakan penjualan barang ataupun jasa dapat bergerak dengan bebas dan persaingan antar perusahaan pada sektor barang ataupun jasa dituntut untuk mengembangkan usahanya pada tingkat yang lebih di masa yang akan datang. Untuk mengembangkan usaha yang lebih baik, perusahaan harus melaksanakan semua aktivitas yang ada pada bidang operasional, pemasaran dan keuangan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja yang efektif dan efisien, akan dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan, sedangkan perusahaan yang memiliki kinerja kurang baik akan semakin tertinggal dan tidak dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan terlebih perusahaan jasa. Banyak pelayanan yang dihasilkan dengan berbagai macam jenis, mutu, serta bentuk, dimana keseluruhan tersebut ditujukan untuk menarik minat pelanggan dan kepuasan pelanggan. Sehingga pelanggan akan melakukan aktivitas membeli *service* tersebut. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut agar mampu menciptakan pelayanan dengan spesifikasi yang terbaik agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Hal tersebut menuntut perusahaan-perusahaan untuk dapat merumuskan kembali strategi yang ditempuh untuk meningkatkan kemampuan

bersaing dalam melayani pelanggan. Usaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas utama bagi perusahaan. Perusahaan berusaha fokus kepada kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal tersebut berlaku untuk perusahaan penyedia *Member Card* Golf.

Dalam kehidupan modern saat ini Golf dimainkan oleh mereka yang hobi Golf dan mereka yang memang berprofesi sebagai atlet atau pemain Golf profesional saja. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak orang yang tertarik melakukan olahraga Golf. Golf bisa menjadi sarana berkumpul dengan teman, sarana berkumpul dengan keluarga, ataupun menjadi sarana bertemu atau membuat kesepakatan dengan klien. Di Indonesia sendiri, lapangan golf yang ada semakin menjamur. Lapangan golf tidak hanya ada di kota-kota besar saja tetapi juga kota-kota yang sebelumnya diperkirakan tidak banyak peminatnya. Di Jakarta sendiri ada beberapa lapangan golf yang telah menjadi tempat favorit para pemain golf seperti Pondok Indah Golf Course, Royale Jakarta Golf, Damai Indah Golf PIK Course, Bogor Raya Golf dan lain-lain.

PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf) hadir untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan para *Golfer* untuk memuaskan hobi mereka dengan memfasilitasi para *Golfer* dengan berbagai pilihan kartu, yaitu : *Premium Card*, *Corporate Card*, *Easy Card* dan *Elder Card*. PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf) sangat memperhatikan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan, terlebih jika Pelanggan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf) puas maka para pelanggan

akan memberikan Loyalitas mereka kepada PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf). [www. \(QGolf\).asia](http://www.(QGolf).asia)

Berikut data penjualan Member Card PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf) :

Tabel 1

	Premium Card	Corporate Card	Easy Card	Elder Card
2014	500	200	-	-
2015	900	500	700	-
2016	1000	500	800	200
2017	1500	700	1000	200

Sumber : Data Internal PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf),2018

Kualitas Pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen mencerminkan kemampuan pelayanan berada pada persaingan yang ketat. Kualitas pelayanan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf) dinilai baik oleh konsumen, hal ini dilihat dari banyaknya konsumen yang memilih kualitas pelayanan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf) sebagai penyedia layanan yang memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan yang sudah memenuhi kebutuhan konsumen ini dapat dijadikan sebagai cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada pelayanan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf).

Kepuasan pelanggan harus menjadi tujuan pada setiap proses pemasaran sebuah pelayanan. Setiap perusahaan harus berusaha keras untuk memahami apa yang sesungguhnya menjadi harapan konsumen. Jika perusahaan tepat dalam merumuskan harapan konsumen, maka akan semakin mudah bagi perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Akan tetapi, bila rumusan harapan konsumen yang dibuat oleh perusahaan salah, hal tersebut mengakibatkan kekecewaan pada konsumen. Tidak hanya kualitas pelayanan yang menjadi fokus

perusahaan, melainkan ada fokus lain yang harus diperhatikan, yaitu kualitas pelanggan.

Sangat penting bagi perusahaan untuk memperhatikan perkembangan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan. Kunci utama bagi perusahaan agar mampu memenangkan persaingan di pasaran yaitu menjadikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama bagi perusahaan. Selain itu perusahaan juga harus menjaga dan mempertahankan pelanggan agar tetap memiliki sikap loyalitas terhadap pelayanan yang ditawarkan.

Loyalitas Pelanggan merupakan aset berharga bagi perusahaan. Agar perusahaan dapat memenangkan persaingan maka perusahaan harus meningkatkan Loyalitas Pelanggan dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Pelanggan yang loyal adalah mereka yang antusias terhadap pelayanan yang diterimanya. Pelanggan yang loyal kepada keputusan pembeliannya tidak lagi mempertimbangkan faktor-faktor yang berpengaruh dalam penentuan pilihan seperti tingkat harga, kualitas, dan atribut lainnya, karena telah tertanam dalam dirinya bahwa pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan dan mampu memenuhi kebutuhan.

Pada penelitian yang akan dilakukan saat ini akan meneliti Loyalitas Pelanggan pengguna pelayanan PT. Kualitas andalan Bersama (QGolf). Adapun beberapa variabel yang diambil adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf) ”**

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dalam penelitian ini, maka permasalahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Banyaknya Pelanggan yang mengeluh karena lambatnya respon yang diberikan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf) ?
2. Rendahnya pengetahuan karyawan dalam hal menyampaikan informasi lapangan golf karena tidak sesuai dengan prosedur Perusahaan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf)?
3. Kurangnya lapangan Golf yang Tersedia PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf) ?
4. Kurangnya Promosi yang diberikan kepada Pelanggan oleh PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf) ?

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan pada identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi permasalahan yang akan diteliti. Pembatasan masalah ini bertujuan agar penelitian lebih focus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud. Adapun batasan permasalahan penelitian ini apakah kualitas layanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan *member* PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf).

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu: Apakah Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf).

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah, penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf).
2. Untuk mengetahui Kepuasan Pelanggan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf).
3. Untuk mengetahui Loyalitas Pelanggan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf).
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Kualitas Andalan Bersama (QGolf).

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat di bidang akademik serta penelitian ini dapat diimplementasikan di dalam lingkungan kerja.

2. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya serta memperkaya ilmu ekonomi khususnya manajemen pemasaran.

3. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan acuan bagi perusahaan untuk mengetahui Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma,Buchar. (2012). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabheta.
- Assauri, Sofjan. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Boom & Lewis. (2012). *Service, Quality & Satisfaction*. (Edisi-4) (Tjiptono Chandra). Yogyakarta: ANDI.
- Chandra,Gregorius, Tjiptono Fandy. (2012), *Service Quality & Satisficatin,Ed.I*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Ehrenberg, A. S.C. (2012), *Repeat buying: Facts, Theory, and application, 2nd Edition*. London: Charles Griffin.
- Griffin. (2013). *Customer Loyalty*. Loxington: Book an Inprint of the Free Press.
- Hasan, Ali.(2012). *Pemasaran*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*, (14th edition). New York : Prentice Hall.
- Lupiyuadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lovelock,Christhopher & Wright. (2012). *Essentials of Services Marketing*. New Jersey: Word Scientific Publishing.
- Madura, Jeff. (2012). *Pengantar Bisnis* (edisi 4). Jakarta: Salemba Empat
- Oliver.(2012). *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the customer*. New York: Irwin/McGraw-Hill.
- Parker,Mary. (2012). *Management Theory*. New York: Academy of Management.
- Phillip, Kotller & Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi Pertama) (Hendra Teguh, Penerjemah). Jakarta: Erlangga.
- Priyatno, Duwi.(2013). *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS 24*. Jakarta: Mediakom.
- Rambat, Lupiyoadi.(2013). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi Pertama). Jakarta: Salemba Empat.
- Reichheld. (2012). *The Loyalty Effect*. Boston: Harvard Bussiness School Press.
- Robbins, Stephen. (2012). *Management. Fourth Edition*. Australia: Prentice Hall.
- Sangadji,M.E. (2013). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.

- Singh. (2012). *Agency and Trust Mechanism in Customer Satisfaction and Loyalty Judgement*. Boston: Harvard Business School Press.
- Suatsa, Basu. (2012). *Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif)*. Bandung: Alfabeta.
- Soeprihanto & Sumarni. (2012). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Dasar-Dasar Statistik untuk Ekonomi*. Jakarta: CAPS.
- Thamrin, Abdillah. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran (Edisi Tiga)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umar, Husein. (2012). *Desain Penelitian Bisnis Perilaku Konsumen*. Jakarta: Raja Graffindo.
- Windasuri Heria, (2017). *Excellent Service*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Noldi. (2018) QGolf. www.qgolf.asia Artikel ini di akses pada tanggal 01 Januari 2018