

**PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA "KIREI" SKIN CARE**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

Saiful Maladi

20020410432

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
"KIREP" SKIN CARE**

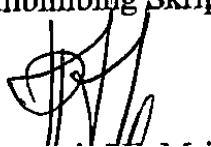
Oleh:

Saiful Maladi

20020410432

Disetujui

Dosen Pembimbing Skripsi



Tanggal :

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
“KIREI” SKIN CARE**

Diajukan oleh :

Saiful Maladi
20020410432

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal : 25 Juli 2006

Yang Terdiri dari:

Tim penguji

Ketua Penguji

Heru Kurnianto T, SE, MM

NIK: 143071

Anggota Penguji

Anggota Penguji

Ika Nurul Qamari, SE, MSi

Imam Bintoro, SE, MSc

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah menentukan segala sesuatu, salah satunya adalah usaha manusia. Berkat Rahmat dan Karunia-nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan laporan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada “Kirei” Skin Care”**.

Adapun laporan Skripsi ini, penulis susun untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam terselesaikannya laporan Tugas Akhir ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Hasnah Rimiati SE, MM selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Rini Juni Astuti SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak masukan dan bimbingan kepada saya.
3. Semua staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah banyak memeberikan bantuan dan pelayanan dengan baik kepada kami.
4. Bapak dan Ibu tercinta yang telah sabar dan tidak henti-hentinya memberikan semangat serta do'a.
5. Kakak serta Adik yang telah banyak memberikan semangat dan do'a

6. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dorongan dalam kehidupanku.

Penulis hanya dapat berdo'a semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya atas semua yang dibeikan kepada kami.

Penulis menyadari bahwa dalam laporan Skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangannya. Untuk menyempurnakannya penulis dengan segala kerendahan hati menerima saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan laporan Skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, Juli 2006

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
LAMPIRAN	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah Penelitian	1
B. Batasan Masalah	3
C. Rumusan Masalah Penelitian	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II	6
A. Landasan Teori	6
B. Hasil Penelitian Terdahulu	15

C. Hipotesis	16
D. Model Penelitian	17
BAB III	18
A. Obyek Penelitian	18
B. Teknik Pengambilan Sampel	18
C. Jenis Data	19
D. Teknik Pengumpulan Sampel	19
E. Definisi Operasional Penelitian	20
F. Alat Ukur Skala Penelitian	21
G. Uji Instrumen	21
H. Uji Hipotesis dan Ananlisi Data	23
BAB IV	27
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	27
B. Analisis Deskriptif	28
C. Uji Kualitas Instrumen	30
D. Analisis Data dan Uji Hipotesis	33
E. Pembahasan	38
BAB V	42
A. Kesimpulan	42
B. Saran	44
C. Keterbatasan Penelitian	45

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Penelitian

17

DAFTAR TABEL

4.1	Tabel Profil Berdasarkan Umur	29
4.2	Tabel Profil Responden Berdasarkan Umur	29
4.3	Hasil Uji Validitas Kuisisioner	31
4.4	Hasil Uji Reliabilitas Kuisisioner	33
4.5	Hasil Uji t (t test)	34

LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 Daftar Angket Pertanyaan Kuisisioner
- LAMPIRAN 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Dependen dan Independen
- LAMPIRAN 3 Hasil print out olah data Pengujian Data Penelitian

INTISARI

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen “Kirei” Skin Care Yogyakarta. Kualitas pelayanan yang diberikan “Kirei” Skin Care diduga terdapat *gap* (kesenjangan), salah satunya *gap* antara penilaian kinerja atribut dimensi kualitas jasa dengan penilaian harapan atribut dimensi kualitas jasa. Maka dengan demikian perlu diteliti mengenai *gap* (kesenjangan) tersebut.

Mengenai cara untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen “Kirei” Skin Care dengan menggunakan lima dimensi kualitas jasa yaitu, *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*.

Hasil dari penelitian ini terdapat *gap* (kesenjangan) antara penilaian kinerja atribut dimensi kualitas jasa dan penilaian harapan atribut dimensi kualitas jasa, terutama pada *gap tangible*. Artinya jika *gap* tersebut ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap meningkatnya loyalitas konsumen “Kirei” Skin Care.

Kata kunci : Dimensi Kualitas Jasa dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This research is to know the effect of quality service on loyalty customer in "Kirei" Skin Care Yogyakarta. Quality service that was delivered by "Kirei" Skin Care Yogyakarta showed that there were gaps. One of the groups is between service quality dimension attribute performance value and service quality dimension expectation value. So that to be analysed about the gaps.

To explain how to identify the effect of quality service on loyalty customer in "Kirei" Skin Care Yogyakarta by using five dimensions of quality service, that is tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy.

The result of this research is that there were gaps between service quality dimension attribute performance value and service quality dimension expectation value, especially in gap tangible. It means that if the tangible gap will be increased in delivery, it will influence the increasing loyalty customer in "Kirei" Skin Care.

Keywords: Quality Service Dimension and Loyalty Customer