

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA BMT BANGUN RAKYAT SEJAHTERA
BACIRO, YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta

Oleh:

YUSUF PRASETIYA

2000 041 0281

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERUSAHAAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

THE UNIVERSITY OF CHICAGO
DEPARTMENT OF CHEMISTRY
5301 SOUTH CAMPUS DRIVE
CHICAGO, ILLINOIS 60637

MEMORANDUM

TO: THE CHAIRMAN, DEPARTMENT OF CHEMISTRY
FROM: [Name]
SUBJECT: [Topic]

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA BMT BANGUN RAKYAT
SEJAHTERA BACIRO, YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

YUSUF PRASETIYA

2000 041 0281

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Dr. Susanto MS

Tanggal : 20 Juli 2008

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA BMT BANGUN RAKYAT
SEJAHTERA BACIRO, YOGYAKARTA**


Diajukan oleh

YUSUF PRASETIYA

2000 041 0281

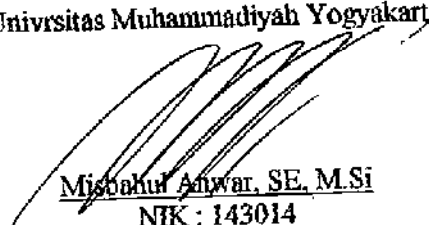
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 25 Agustus 2008
Yang terdiri dari:


Asnawi Asdinarti, Drs., M.Si.
Ketua Tim Penguji


Hasnah Rimiati, Dra., M.Si.
Anggota Tim Penguji


Lela Hindasah, SE, M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Mubakul Anwar, SE, M.Si
NIK : 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Yusuf Prasetya

Nomor Mahasiswa : 000 041 0281

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Bank BMT Bangun Rakyat Sejahtera Baciro, Yogyakarta” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

MOTTO

- Ilmu adalah lebih utama dari pada harta. Ilmu menjagamu, sedangkan kamu harus menjaga hartamu. Harta akan berkurang bila kau nafkahkan, sedangkan ilmu bertambah subur bila kau nafkahkan, demikian pula budi yang ditimbulkan melalui harta akan hilang dengan hilangnya harta.

(Ali Bin, Abi Tholib)

- Nikmatilah kehidupan duniamu seakan akan engkau hidup selamanya dan perbanyaklah ibadahmu seolah-olah engkau akan menghadap-Nya.

(QS. Yunus : 100)

- Barang siapa yang memberi kemudahan kepada orang yang sedang kesulitan, maka Allah akan memudahkannya di dunia dan di akhirat.

(H.R. Ibnu Majah dan Abi Hurairah)

INTISARI

Area pemasaran jasa dan hubungan pemasaran merupakan konsep kualitas jasa yang memegang peranan penting dalam memahami kepuasan pelanggan dan pembelian ulang. Konsumen akan melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang mereka anggap menawarkan *customer delivered value* yang tertinggi. Loyalitas konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan yang tercermin dari kebiasaan konsumen dalam melakukan pembelian barang dan jasa secara terus menerus harus selalu diperhatikan oleh perusahaan dengan demikian perusahaan perlu mengamati loyalitas konsumen untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta tercapainya tujuan perusahaan.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Untuk mengetahui pengaruh nilai pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelayanan secara serentak terhadap loyalitas konsumen.

Populasi penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen BMT Bangun Rakyat Sejahtera. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen BMT Bangun Rakyat Sejahtera yang menggunakan jasa tabungan dan pengkreditan. Pengambilan sampel ini dengan teknik *Non Random Sampling*, dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* yaitu sampel yang diambil dengan pertimbangan tertentu. Dengan metode ini dipilih responden yang memang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner. Metode analisis dengan metode kualitatif dan kuantitatif, dengan alat analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terbukti kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ditunjukkan dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Terbukti nilai pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ditunjukkan dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Terbukti kualitas pelayanan dan nilai yang terdiri dari kecepatan pelayanan secara serentak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dengan nilai probabilitas atau signifikan F hitung sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikan 5% ($p < 0,05$).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Nilai Pelayanan, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Marketing area of service and the relation of marketing is conceptioning quality of service playing a part is important in comprehending customer satisfaction and re-buying. Consumer will do re-buying from company which they assume offers customer delivered value which highest. Consumer loyalty to a goods or service that is on the market by a company mirror from habit of consumer in doing purchasing of goods and service continually must always paid attention by company thereby company need to observe consumer loyalty to be able to fulfil desire and requirement of consumer and is reached it purpose of company.

Based on reasoning and the problem formula, this research aim to know influence quality of service to consumer loyalty. To know influence – service value influence to consumer loyalty. To know influence quality of service and service value at a timely to consumer loyalty.

Population of Research intended in this research is overall of consumer BMT Bangun Rakyat Sejahtera. Sample in this research is some of consumers BMT Bangun Rakyat Sejahtera using saving service and credit. This sampling with technique Non Random Sampling, by using method Purposive Sampling that is sample taken with certain consideration. With this method selected responder that is of course readies spares its(the time to fill questionnaire. Analytical method with qualitative method and quantitative, by means of ...doubled linear regression analysis.

Result of research indicates that is proven quality of service partially had an effect on significant to consumer loyalty. This thing is shown with probability value 0,000 smaller than level significances 0,05. Proven service value partially had an effect on significant to consumer loyalty. This thing is shown with probability value 0,000 smaller than level significance 0,05. Proven quality of service and value consisted of by service speed at a timely has influence significant to consumer loyalty. This thing with probability value or significant F calculate 0,000 smaller than level of significant 5% ($p < 0,05$).

Keyword: Quality Of Service, Service Value, Loyalties Consumer

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaiku Wr.Wb

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA BANK BMT BANGUN RAKYAT SEJAHTERA BACIRO, YOGYAKARTA"

Skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas dan persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah, Jurusan Manajemen di Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari petunjuk, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Ir. H. M. Dasron Hamid M.SC, Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ijin.
2. Bapak Drs. Susanto, MS, Dosen Pembimbing atas bimbingan dan arahan berharganya, mulai dari penulisan skripsi hingga detik terakhir kelulusan saya.
3. Bapak Ir. Suranto, MT., Pimpinan BMT Bangun Rakyat Sejahtera Yogyakarta yang telah memberikan ijin serta data yang dapat membantu dalam mengadakan penelitian.
4. Semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat

Semoga segala amalan baik tersebut mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Mudah-mudahan karya yang sederhana ini dapat membantu dan bermanfaat bagi penulis dan orang lain.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta,..... 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	5

B.	Kerangka Berpikir dan Penelitian Terdahulu	24
C.	Hipotesis	28
BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Subyek Penelitian.....	29
B.	Populasi	29
C.	Sampel	29
D.	Teknik Pengambilan Sampel	30
E.	Teknik Pengumpulan Data	31
F.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
G.	Uji Kualitas Data.....	32
H.	Metode Analisis Data	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	32
B.	Karakteristik Responden	39
C.	Uji Kevaliditan Instrumen.....	41
D.	Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	45
E.	Pembahasan	49
BAB V	SIMPULAN, DAN SARAN	
A.	Simpulan	51
B.	Saran	52

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Jumlah dan Prosentasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2. Jumlah dan Prosentasi Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3. Jumlah dan Prosentasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan ..	40
Tabel 4.4. Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan	42
Tabel 4.5. Uji Validitas Instrumen Variabel Nilai Pelayanan.....	43
Tabel 4.6. Uji Validitas Instrumen Variabel Loyalitas Konsumen.....	43
Tabel 4.7. Uji Reliabilitas Instrumen	45
Tabel 4.8. Hasil Rangkuman Analisis Regresi Linier Berganda	45
Tabel 4.9 Hasil Uji T	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Pembelian.....	10
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	27