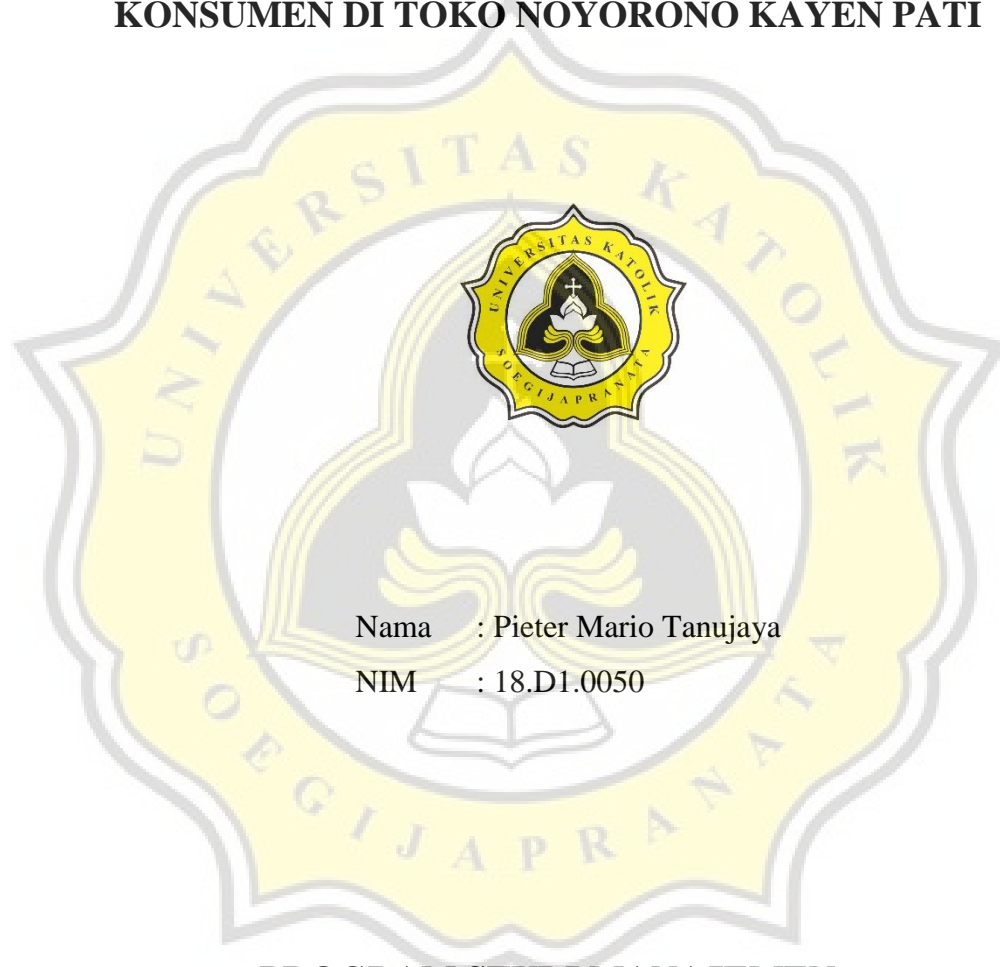


LAPORAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI TOKO NOYORONO KAYEN PATI**



Nama : Pieter Mario Tanujaya

NIM : 18.D1.0050

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2021/2022**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN TOKO NOYORONO KAYEN PATI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata



Nama : Pieter Mario Tanujaya

NIM : 18.D1.0050

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2021/2022**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pieter Mario Tanujaya

NIM : 18.D1.0050

Dengan ini menyatakan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Toko Noyorono Kayen Pati” tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 24 Mei 2022

Yang menyatakan,



Pieter Mario Tanujaya

HALAMAN PENGESAHAN



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir: : PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN TOKO NOYORONO KAYEN PATI

Diajukan oleh : Pieter Mario Tanujaya

NIM : 18.D1.0050

Tanggal disetujui : 24 Mei 2022

Telah setuju oleh

Pembimbing : Dyah Titisari Anugraheni S.E., M.M.

Penguji 1 : Dr. Berta Bakti Retnawati S.E., M.Si.

Penguji 2 : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.

Penguji 3 : Dyah Titisari Anugraheni S.E., M.M.

Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.D1.0050

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pieter Mario Tanujaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Non Eksklusif atas karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Toko Noyorono Kayen Pati” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 24 Mei 2022

Yang menyatakan



(Pieter Mario Tanujaya)

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen
Toko Noyorono Kayen Pati
Nama : Pieter Mario Tanujaya
NIM : 18.D1.0050
Konsentrasi : Pemasaran
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



Semarang, 8 Februari 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Dyah Titisari Anugraheni', is written over the bottom right portion of the UKA logo.

Dyah Titisari Anugraheni SE, MM

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kesehatan, nikmat, rahmat, berkat, serta anugrah yang telah diberikan kepada saya sehingga saya mampu untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Toko Noyorono Kayen Pati”.

Saya sadar betul akan mengalami kesulitan dan hambatan dalam menyelesaikan skripsi ini. Tanpa adanya bantuan doa, bimbingan, catatan, masukan dan saran, serta dukungan dan motivasi dari seluruh pihak yang membantu dalam proses pembuatan, skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih sebesar besarnya untuk:

1. Bapak Dr. Ferdinandus Hindiarto S.Psi., MSi, selaku Rektor Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. Theodorus Sudimin M.S, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
3. Ibu Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata
4. Ibu Dyah Titisari Anugraheni SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang selalu senantiasa mendampingi dan telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing, perhatian, membantu, dan terus memotivasi peneliti sehingga peneliti mendapat banyak masukan dan semangat untuk mengerjakan skripsi ini hingga selesai
5. Ibu Dr. Berta Berti Retnawati S.E., M.Si selaku Dosen Penguji yang telah banyak meluangkan waktu untuk menguji, membimbing, perhatian serta membantu sehingga peneliti mendapat banyak masukan untuk membuat skripsi ini menjadi lebih baik
6. Ibu MG. Westri Kekalih Susilowati S.E., ME selaku Dosen Penguji yang telah banyak meluangkan waktu untuk menguji, membimbing, perhatian serta

membantu sehingga peneliti mendapat banyak masukan untuk membuat skripsi ini menjadi lebih baik

7. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA selaku Dosen Wali yang telah banyak meluangkan waktu untuk mendampingi saya selama di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang mulai dari awal masuk menjadi mahasiswa baru hingga keluar menjadi alumni mahasiswa.
8. Orang tua Sony Tanujaya dan Sri Nani Widodo serta saudari Cindy Novita Tanujaya yang selalu mendoakan, memotivasi, serta memberi semangat selama proses pembuatan skripsi dari awal hingga akhir.
9. Gan Sebastian selaku pemilik Toko Noyorono yang bersedia menjadikan tokonya untuk dijadikan lokasi penelitian dalam skripsi ini
10. Seluruh sivitas akademika Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, terutama seluruh dosen Program Studi Manajemen yang pernah maupun tidak pernah menjadi dosen pengampu mata kuliah yang peneliti ambil.
11. Teman – teman seperjuangan skripsi Sanjaya Putra Hartono, Kevin Philip Sutanto, Ten Hosea Apriyandi, dan Yessica Renata yang turut membantu dalam proses pembuatan skripsi ini dan selalu mendukung serta memotivasi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini
12. Seluruh responden yang bersedia memberikan waktunya untuk mengisi kuesioner yang diperlukan dalam penelitian

Semarang, 24 Mei 2022



Pieter Mario Tanujaya

ABSTRAK

Adanya penelitian ini dikarenakan adanya masalah yang timbul di Toko Noyorono yang berlokasi di Desa Kayen, Kabupaten Pati, Jawa Tengah dimana terjadi penurunan penjualan sepeda di bagian *sparepart* dan sepeda ketika trend sepeda sedang meningkat. Dikarenakan *sparepart* yang memberikan margin laba lebih tinggi maka *sparepart* diteliti. Sebelum melakukan penelitian, peneliti telah melakukan pra survey untuk mengetahui hal apa yang diduga menjadi pengaruh loyalitas konsumen di Toko Noyorono. Didapatkan hasil bahwa diduga yang menjadi pengaruh konsumen loyal adalah kualitas layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan (dalam dimensi variabel *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5) baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas konsumen (Y). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 responden dengan menggunakan teknik sampling *purposive sampling* dengan konsumen kriteria khusus yaitu responden yang telah melakukan pembelian minimal 2x dan melakukan pembelian *sparepart* sepeda. Hasil yang didapat adalah variabel *responsiveness* dan *assurance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Toko Noyorono sedangkan variabel *tangible*, *reliability*, dan *empathy* berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Loyalitas Konsumen, Kualitas Layanan, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*

ABSTRACT

The existence of this research is due to problems that arise in the Noyorono Shop located in Kayen Village, Pati Regency, Central Java where there is a decline in sales in the spare parts and bicycle parts when the bicycle trend is increasing. Due to spare parts that provide higher profit margins, spare parts are investigated. Before conducting the research, the researcher had conducted a pre-survey to find out what was thought to be the influence of consumer loyalty at the Noyorono Store. The result is that it is suspected that the influence of loyal consumers is the quality of service. This study aims to determine the relationship between service quality (in the dimensions of tangible variables (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), and empathy (X5)) both partially and simultaneously on consumer loyalty (Y). . The sample used in this study were 30 respondents using purposive sampling technique with special criteria consumers, namely respondents who had made a minimum purchase of 2x and purchased bicycle spare parts. The results obtained are the responsiveness and assurance variables have a positive and significant effect on consumer loyalty at Toko Noyorono while the tangible, reliability, and empathy variables have a positive but not significant effect on consumer loyalty.

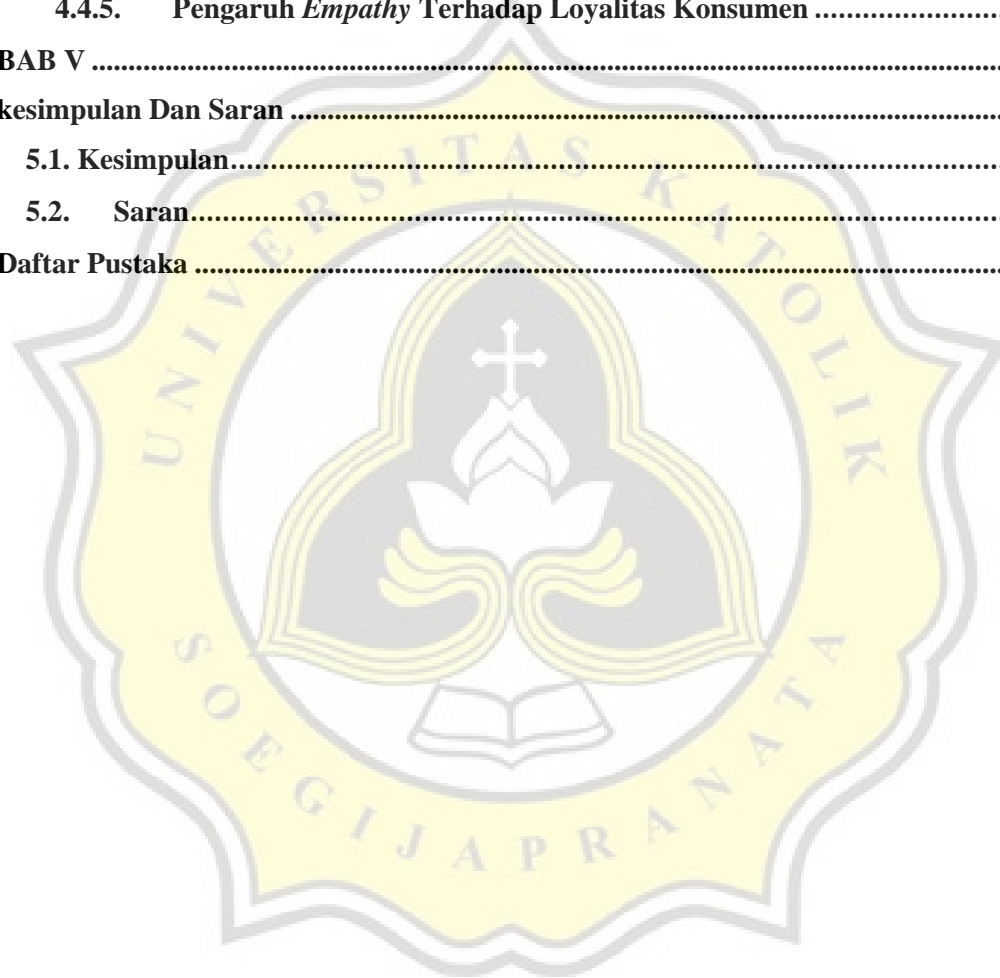
Keywords: Consumer Loyalty, Service Quality, Tingible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| Halaman Judul..... | i |
| Halaman Pernyataan Orisinalitas | iii |
| Halaman Pengesahan..... | iv |
| Halaman Pernyataan Publikasi | v |
| Halaman Persetujuan | vi |
| Kata Pengantar | vii |
| Abstrak | ix |
| Daftar Isi..... | xi |
| Daftar Tabel | xiv |
| Daftar Gambar..... | xv |
| Daftar Lampiran..... | xvi |
| Bab I..... | 1 |
| Pendahuluan..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3. Tujuan dan Manfaat | 6 |
| 1.3.1. Tujuan | 6 |
| 1.3.2. Manfaat | 6 |
| 1.4. Sistematika Penulisan..... | 7 |
| BAB II..... | 9 |
| Tinjauan Pustaka..... | 9 |
| 2.1. Landasan Teori..... | 9 |
| 2.1.1. Kualitas Layanan..... | 9 |
| 2.1.2. Loyalitas Konsumen | 11 |
| 2.2. Kerangka Pikir | 12 |
| 2.3. Hipotesis | 13 |
| 2.4. Definisi Operasional Variabel | 15 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III..... | 19 |
| Metode Penelitian..... | 19 |
| 3.1. Objek dan Lokasi Penelitian | 19 |
| 3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling | 19 |
| 3.2.1. Populasi | 19 |
| 3.2.2. Sampel | 20 |
| 3.2.3. Teknik Sampling..... | 20 |
| 3.3. Metode Pengumpulan Data..... | 20 |
| 3.3.1. Jenis dan Sumber Data | 21 |
| 3.3.2. Teknik Pengumpulan Data | 21 |
| 3.3.3. Uji Validitas..... | 22 |
| 3.3.4. Uji Reliabilitas | 24 |
| 3.4. Analisis Data | 25 |
| 3.4.1. Analisis Regresi..... | 25 |
| 3.4.2. Analisis Deskriptif | 27 |
| BAB IV..... | 29 |
| Hasil dan Pembahasan | 29 |
| 4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 29 |
| 4.1.1. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian | 29 |
| 4.2 Gambaran Umum Responden | 30 |
| 4.2.1. Jenis Kelamin | 30 |
| 4.2.2. Jumlah Pembelian | 31 |
| 4.2.3. Barang Yang Dibeli..... | 32 |
| 4.2.4. Jumlah Barang Yang Dibeli Dalam Sekali Beli | 34 |
| 4.2.5. Biaya Yang Dikeluarkan Dalam Sekali Beli..... | 35 |
| 4.3. Hasil Analisis Data | 36 |
| 4.3.1. Analisis Regresi..... | 37 |
| 4.3.2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) | 38 |
| 4.3.3. Pengujian Hipotesis Secara Majemuk (Uji F) | 39 |
| 4.3.4. Analisis Deskriptif | 40 |

| | | |
|----------------------|---|----|
| 4.4. | Pembahasan | 50 |
| 4.4.1. | Pengaruh Dimensi <i>Tangible</i> Terhadap Loyalitas Konsumen..... | 50 |
| 4.4.2. | Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap Loyalitas Konsumen | 51 |
| 4.4.3. | Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap Loyalitas Konsumen..... | 52 |
| 4.4.4. | Pengaruh <i>Assurance</i> Terhadap Loyalitas Konsumen | 54 |
| 4.4.5. | Pengaruh <i>Empathy</i> Terhadap Loyalitas Konsumen | 56 |
| BAB V | | 58 |
| kesimpulan Dan Saran | | 58 |
| 5.1. | Kesimpulan..... | 58 |
| 5.2. | Saran..... | 59 |
| Daftar Pustaka | | 61 |

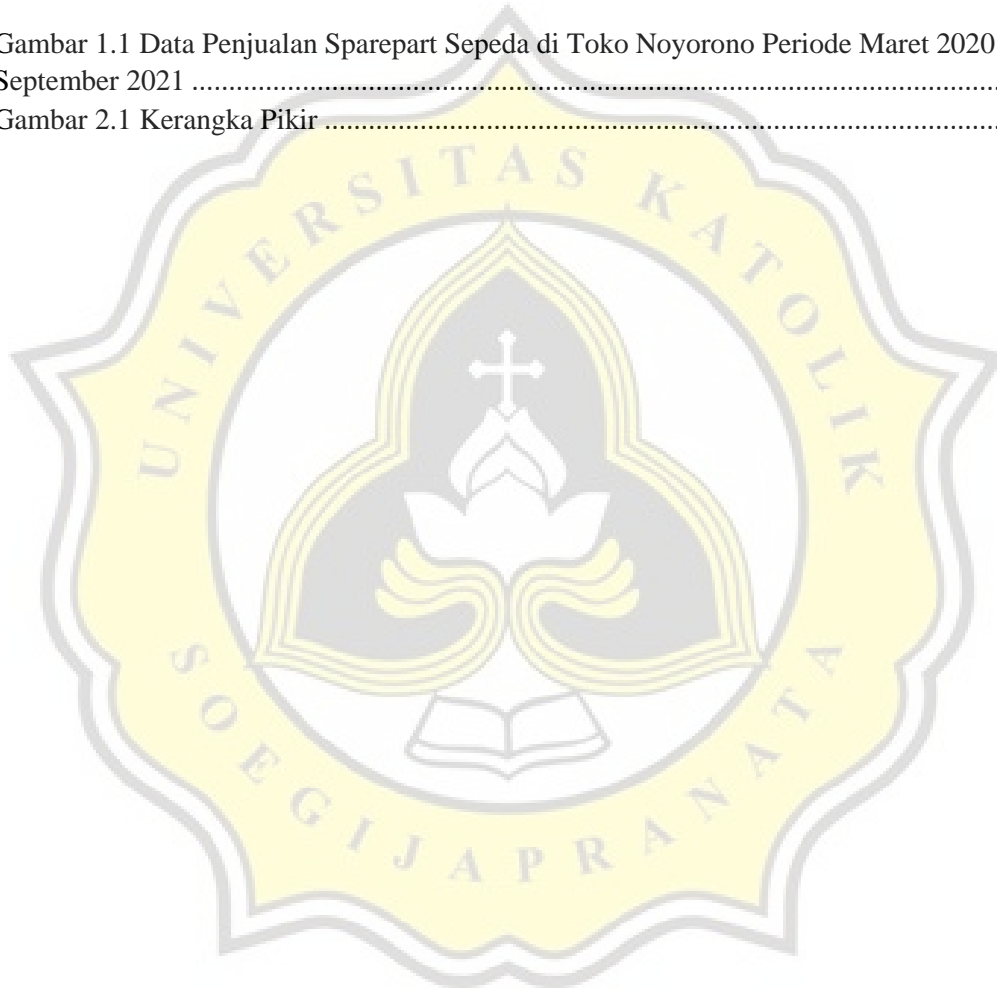


DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Hasil Survei Singkat Responden Konsumen Toko Noyorono..... | 4 |
| Tabel 2.1 Definisi Operasional Penelitian | 15 |
| Tabel 3.1 Skoring Skala Likert Dalam Kuesioner | 22 |
| Tabel 3.2 Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian..... | 23 |
| Tabel 3.3 Pengujian Reliabilitas Kuesioner Penelitian | 24 |
| Tabel 3.4 Rentang Skala | 27 |
| Tabel 4.1 Gender Responden | 31 |
| Tabel 4.2 Jumlah Pembelian Dalam Sekali Beli..... | 31 |
| Tabel 4.3 Barang Yang Dibeli Dalam Sekali Beli | 33 |
| Tabel 4.4 Banyak Barang Yang Dibeli Dalam Sekali Beli | 34 |
| Tabel 4.5 Biaya Yang Keluar Dalam Sekali Beli | 36 |
| Tabel 4.6 Skor Rentang Skala Tangible..... | 41 |
| Tabel 4.7 Skor Rentang Skala Reliability | 42 |
| Tabel 4.8 Skor Rentang Skala Responsiveness..... | 44 |
| Tabel 4.9 Skor Rentang Skala Assurance | 45 |
| Tabel 4.10 Skor Rentang Skala Empathy | 47 |
| Tabel 4.11 Skor Rentang Skala Loyalitas Konsumen..... | 48 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Data Penjualan Sparepart Sepeda di Toko Noyorono Periode Maret 2020 - September 2021 | 2 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pikir | 12 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| LAMPIRAN KUESIONER | 65 |
| LAMPIRAN HASIL OUTPUT OLAH DATA SPSS | 71 |
| KONDISI LAPANGAN LOKASI PENELITIAN | 81 |
| BUKTI PLAGIASI | 82 |

