

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN DAN KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIATOR TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN HOTEL GRAND TRAWAS MOJOKERTO

TESIS

OLEH :

**MAGDALENA S.L.
NIM : 8112404003**



No. BUKU	0035/06
Tgl. Terbit	28 - 11 - 2005
Penyusun	MM
Pembimbing	MM. Mag a-1
KCPH	1 (Satu)

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
SEPTEMBER 2005**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DENGAN
KEPUASAN KONSUMEN DAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
MEDIATOR TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
HOTEL GRAND TRAWAS MOJOKERTO**

TESIS

**Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
untuk memenuhi persyaratan
dalam menyelesaikan program Magister
Manajemen**

**OLEH :
MAGDALENA S.L.
8112404.003**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER
SEPTEMBER 2005**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis Oleh MAGDALENA S.L. ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Surabaya,.....
Pembimbing,

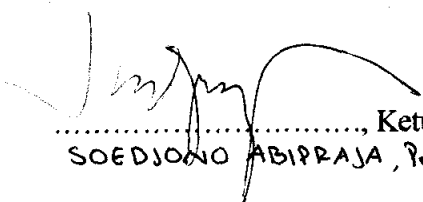


Sri Gunawan, DBA
NIP.....

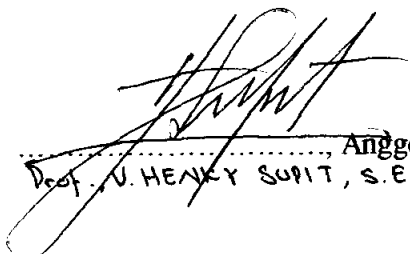
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS

Tesis Oleh MAGDALENA S.L. ini telah dipertahankan di depan dewan Penguji
pada tanggal

Dewan Penguji

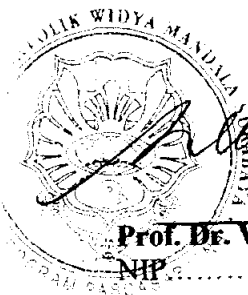

....., Ketua
SOEDJONO ABIPRAJA, Prof., Dr


....., Anggota
SRI GUNAWAN, DBA


....., Anggota
Prof. U. HENRY SUPIT, S.E., AK

Mengetahui,

Direktur PPS



Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko

NIP.

LEMBAR PENETAPAN PANITIA PENGUJI TESIS

Tesis ini telah diuji dan dinilai

Oleh Panitia Penguji pada

Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya

Pada tanggal.....bulan.....Th.....

Panitia Penguji

1. Ketua

SOEDJONO ABIPRAYA, Ad., Dr.

2. Sekretaris

SRI GUNAWAN, DBA

3. Anggota

Prof., V. HENKY SUTYU, Ad., Dr.

KATA PENGANTAR

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini sebagai pemenuhan salah satu syarat dalam perolehan gelar Magister Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian penulisan tesis ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan tesis ini.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Soedjono Abipraja, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Sri Gunawan, DBA, selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulisan tesis ini.
3. Para dosen pendidik semua mata kuliah serta teman-teman yang secara langsung maupun tidak langsung turut memberikan saran dalam penyelesaian tesis ini.
4. Kedua orang tua dan saudaraku yang senantiasa memberikan dukungannya dalam penyelesaian tesis ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan tesis ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, September 2005

Penulis

ABSTRAK

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis ketanggapan, jaminan, empati, kehandalan, dan bukti fisik karyawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepercayaan, dan loyalitas konsumen.

Rancangan penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kausal, karena perlu melihat satu variabel atau lebih menyebabkan atau menjadi determinan terhadap variabel lain. Teknik yang digunakan untuk menarik sampel adalah teknik *purposive sampling* dengan pertimbangan ciri-ciri khusus tersebut yang harus dimiliki sebagai syarat menjadi anggota sampel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis model diketahui bahwa model yang diuji untuk menjelaskan hubungan kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pada konsumen Grand Trawas memiliki kekuatan prediktif yang memadai, dalam arti nilai prediksi yang dihasilkan tidak berbeda nyata dengan nilai aktualnya. Hal ini mencerminkan bahwa model SEM yang dipergunakan dalam penelitian ini dapat dipakai untuk menjelaskan hubungan atau pengaruh secara langsung maupun tidak langsung antara kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan dan loyalitas, sehingga hipotesis ke 1 yang menyatakan : Diduga ketanggapan, jaminan, empati, kehandalan, dan bukti fisik karyawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen adalah diterima, hipotesis ke 2 yang menyatakan: diduga ketanggapan, jaminan, empati, kehandalan, dan bukti fisik karyawan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan adalah diterima, hipotesis ke 3 yang menyatakan: diduga kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen adalah diterima, hipotesis ke 4 yang menyatakan: diduga kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas adalah diterima dan hipotesis ke 5 yang menyatakan: diduga kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas adalah diterima.

Kata kunci: Kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan dan loyalitas

ABSTRAC

This objective study is analyzed responsiveness, assurance, empathy, reliability, and employee tangibles have an effect on positively and significant to customer satisfaction, trust, and consumer loyalty.

This Research purpose causal, because to see one variable or more causing or determinant to other variable. Method used to sample is sampling purposive technique with the special marking consideration which must have as condition become sample member.

Result of this study indicate that model analysis known that examinee model to explain relationship service quality, satisfaction, trust, and loyalty at consumer Grand Trawas Hotel have the power of adequate predictive, in meaning assess yielded predicts do not differ reality with its value. This matter express that SEM model which utilized in this research can wear to explain influence or relationship directly and also indirectly between service quality, satisfaction, loyalty and trust, so that hypothesis 1 expressing: to be estimated responsiveness, assurance, empathy, reliability, and employees tangibles have an effect on positively and significant to consumer satisfaction is accepted, hypothesis 2 expressing: to be estimated responsiveness, assurance, empathy, reliability, and employees tangible have an effect on positively and significant to trust is accepted, hypothesis 3 expressing: to be estimated consumer trust have an effect on positive and significant to customer satisfaction is accepted, hypothesis 4 expressing: to be estimated consumer satisfaction have an effect on positive and significant to loyalty is accepted and hypothesis 5 expressing: to be estimated customer trust have an effect on positive and significant to loyalty is accepted.

Keywords: service quality, satisfaction, trust and loyalty

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.2. Pengertian Jasa atau Layanan	11
2.1.3. Pengertian Kualitas Layanan	15
2.1.4. Model Kualitas Jasa	17
2.1.5. Kepuasan Konsumen	19
2.1.6. Cara Mengukur Kepuasan Konsumen	28
2.1.7. Kepercayaan	29
2.1.8. Loyalitas Konsumen	30
2.1.9. Pengukuran Loyalitas Konsumen	33
2.1.10. Pengaruh Kualitas Layanan Karyawan terhadap Kepuasan Konsumen	34
2.1.11. Pengaruh Kualitas Layanan Karyawan terhadap	

	Kepercayaan.....	35
2.1.12.	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen	36
2.1.13.	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas	37
2.1.14.	Pengaruh Kepuasan konsumen terhadap Loyalitas	37
BAB 3	KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	39
3.1.	Kerangka Konseptual	39
3.2.	Hipotesis.....	40
BAB 4	METODE PENELITIAN	42
4.1.	Rancangan Penelitian yang digunakan.....	42
4.2.	Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel	42
4.2.1.	Populasi	42
4.2.2.	Sampel.....	42
4.2.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	44
4.3.	Varibel Penelitian.....	44
4.4.	Bahan Penelitian.....	47
4.5.	Instrumen Penelitian.....	48
4.6.	Lokasi dan Waktu Penelitian	48
4.7.	Prosedur Pengambilan dan Pengumpulan Data	49
4.7.1.	Sumber Data.....	49
4.7.2.	Melakukan Studi Kepustakaan.....	49
4.7.3.	Studi Lapangan.....	49
4.8.	Analisis Data	50
BAB 5	ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	53
5.1.	Data Penelitian	53
5.1.1.	Karakteristik Responden	53
5.2.	Analisis dan Hasil Penelitian	54
5.2.1.	Uji Validitas dan Realibitas	54

5.2.2.	Menyusun Path Diagram.....	56
5.2.3.	Evaluasi Kriteria Goodness-of-fit	61
5.2.4.	Analisis Atas <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect</i> dan <i>Total Effect</i>	65
5.2.5.	Pengujian Hipotesis.....	67
BAB 6	PEMBAHASAN	72
BAB 7	SIMPULAN DAN SARAN	83
7.1.	Simpulan	83
7.2.	Saran-saran.....	84
	DAFTAR KEPUSTAKAAN	86
	LAMPIRAN.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Model Kualitas Jasa	19
2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	21
3.1. Kerangka Konseptual Penelitian	39
5.1. Path Diagram	56
5.2. Model Persamaan Struktural	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	92
Lampiran 2	Hasil Pengisian Kuesioner Responden.....	95
Lampiran 3	Validitas	104
Lampiran 4	Descriptive Statistics.....	115
Lampiran 5	Hasil Pengolahan AMOS	117