

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PADA CV. NOURMANDA JAYA  
(Studi Kasus Pelanggan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merk Aqua  
Tahun 2015 – 2019)  
SKRIPSI**



Oleh :  
**ILHAM DWIKOLA SOFASANI**  
NPM. 1642010118

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PADA CV. NOURMANDA JAYA  
(Studi Kasus Pelanggan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merk Aqua  
Tahun 2015 – 2019)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "VETERAN" Jawa Timur**



Oleh :

**ILHAM DWIKOLA SOFASANI**

**NPM. 1642010118**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN CV. NOURMANDA JAYA**

(Studi Kasus Pelanggan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merk Aqua Tahun  
2015 - 2019)

**Disusun oleh:**

**Ilham Dwikola Sofasani**  
**1642010118**

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi  
Menyetujui,  
**PEMBIMBING**



**Dr. Ir. Rusdi Hidayat N.M.Si**  
**NIP. 196112241989031007**

Mengetahui,  
**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**



**Dr.Drs.Ec. Gendut Sukarno, MS.CHRA**  
**NIP. 195907011987031001**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN CV. NOURMANDA JAYA**

(Studi Kasus Pelanggan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merk Aqua Tahun  
2015 - 2019)

**Disusun oleh:**

**Ilham Dwikola Sofasani**

**NPM. 1642010118**

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji  
Skripsi Progam Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Jawa Timur

Pada Tanggal 26 Maret 2021

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**

**Dr. Ir. Rusdi Hidayat N.M.Si**

**NIP. 196112241989031007**

**TIM PENGUJI**

1. ketua

**Ir. Lisa Sulistyawati, MM**

**NIP. 195802231987032001**

2. sekretaris

**Dr. Ir. Rusdi Hidayat N.M.Si**

**NIP. 196112241989031007**

3. anggota

**Dra. Sonja Andarini, M.Si**

**NIP. 1965032619930920001**

**Mengetahui,**

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**



**Dr.Drs.Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA**

**NIP. 195907011987031001**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya. Walaupun hasilnya masih jauh dariapa yang menjadi harapan pembimbing. Namun sebagai awal pembelajaran dan agar menambah spririt dalam mencari pengetahuan yang luas dilapangan, bukan sebuah kesalahan jika kami mengucapkan kata syukur. Penyusunan skripsi dilaksanakan untuk memenuhi tugas akhir prodi Ilmu Administrasi Bisnis. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bapak **Dr. Rusdi Hidayat N, M.Si** selaku dosen pembimbing yang dengan perhatian dan kesabaran meluangkan waktu untuk peneliti.

Terimakasih saya ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si., selaku koordinator program studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Ibu Nurul Hidayati, selaku owner CV. Nourmanda Jaya yang meluangkan waktu dan tempat sebagai informan dan pembimbing di lapangan.
5. Seluruh karyawan dan staff CV. Nourmanda Jaya yang berkenan memberikan waktu sebagai informan di lapangan.
6. Orang tua sebagai pendukung dan motivator pengerjaan proposal skripsi.
7. Rekan – rekan mahasiswa program studi Ilmu Administrasi Bisnis yang memberikan semangat dan motivasi dalam pengerjaan proposal skripsi.
8. Rekan – rekan surya coffe yang senantiasa membantu secara non – teknis dan motivasi dalam pengerjaan proposal skripsi.
9. Semua pihak yang telah membantu baik selama pengerjaan proposal skripsi ini.

Tanpa bimbingan dari beliau mungkin saya tidak akan dapat menyelesaikan tugas ini sesuai dengan format yang berlaku. Saya menyadari , dalam makalah ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Hal ini disebabkan terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang saya miliki. Oleh karena itu perlu adanya kritik dan saran dari pihak pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, September 2020

Penulis

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN CV. NOURMANDA JAYA**

(Studi Kasus Pelanggan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merk Aqua Tahun  
2015-2019)

**ILHAM DWIKOLA SOEASANI**  
NPM : 1642010118

**Program Studi Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**  
[ilhamdsani@gmail.com](mailto:ilhamdsani@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik) berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini dilatar belakangi dengan banyaknya bermunculan distributor air minum dalam kemasan yang mana menimbulkan suatu persaingan untuk menarik dan mempertahankan pelanggannya. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan yang baik dinilai akan meningkatkan loyalitas pelanggan produk air minum dalam kemasan.

Dalam penelitian ini responden yang digunakan adalah lingkungan sekolah, yang dimaksud dengan lingkungan sekolah adalah Karyawan atau Staff Tata Usaha, Guru, dan Kepala Sekolah dimana pihak sekolahan tersebut sudah menjadi mitra atau mempunyai kerjasama dengan CV. Nourmanda Jaya. Jumlah sampel ditentukan dengan perhitungan rumus slovin dan diperoleh sebanyak 100 responden. Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik linier berganda dengan menentukan uji parsial maupun simultan dan uji determinasi  $R^2$ , dimana sebelumnya telah dilakukan uji validitas, realibitas, dan asumsi klasik melakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS versi 25.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik) berpengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

This study aims to find out whether Quality of Service (reliability, responsiveness, assurance, empathy, physical evidence) has an effect on Service Loyalty. This research is motivated by the number of emerging distributors of bottled drinking water which creates a competition to attract and retain customers. The quality of service provided by a good company is considered to increase sales of bottled drinking water products.

In this study respondents used is the school environment, which is meant by the school environment is Employees or Administrative Staff, Teachers, and Principals where the school has become a partner or has cooperation with CV. Nourmanda Jaya. The number of samples is determined by the calculation of slovin formula and obtained by 100 respondents. The analytical method used in this research is multiple linear techniques by determining partial and simultaneous tests and the R<sup>2</sup> determination test, where previously tested the validity, reality, and classical assumptions of testing using the SPSS version 25 program.

The results of this study showed that the Service of Quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy, physical evidence) had a partial and simultaneous positive effect on Customer Loyalty.

Keywords : Service Quality, Customer Loyalty



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Pemasaran.....	16
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	16
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	17
2.2.1.3 Konsep Pemasaran.....	18
2.2.1.4 Bauran Pemasaran .....	19
2.2.2 Jasa .....	23
2.2.2.1 Pengertian Jasa .....	23
2.2.2.2 Karakteristik Jasa.....	24
2.2.2.3 Klasifikasi Jasa .....	25
2.2.3 Kualitas Pelayanan.....	27
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	27
2.2.3.2 Prinsip- Prinsip Kualitas Pelayanan .....	28
2.2.3.3 Kesenjangan dalam Kualitas Pelayanan .....	30

2.2.3.4	Faktor – Faktor Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	32
2.2.3.5	Keandalan ( <i>Reliability</i> ) .....	36
2.2.3.6	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) .....	37
2.2.3.7	Jaminan ( <i>Assurance</i> ).....	38
2.2.3.8	Empati ( <i>Empathy</i> ).....	39
2.2.3.9	Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> ) .....	40
2.2.4	Loyalitas Pelanggan .....	41
2.2.4.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	41
2.2.4.2	Karakteristik Loyalitas .....	42
2.2.4.3	Jenis – jenis Loyalitas .....	43
2.2.4.4	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas .....	45
2.2.4.5	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	46
2.3	Kerangka Berpikir .....	47
2.4	Hipotesis .....	49
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>50</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	50
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	50
3.2.1	Definisi Operasional.....	50
3.2.2	Pengukuran Variabel .....	53
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	54
3.3.1	Populasi .....	54
3.3.2	Sampel .....	57
3.3.3	Teknik Sampling .....	58
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	59
3.4.1	Jenis Data.....	60
3.5	Teknik Analisis Data .....	61
3.5.1	Uji Validitas .....	61
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	62
3.6	Analisis Asumsi Klasik .....	63
3.6.1	Uji Normalitas.....	63
3.6.2	Uji Multikolinearitas .....	64

3.6.3	Uji Heterokedastisitas.....	64
3.6.4	Teknik Analisis Linier Berganda .....	65
3.7	Pengujian Hipotesis.....	66
3.7.1	Pengujian Uji T Secara Parsial .....	66
3.7.2	Pengujian Uji F Secara Simultan .....	67
3.7.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		69
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	69
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	69
4.1.2	Logo Perusahaan .....	70
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan .....	70
4.1.4	Susunan Organisasi .....	71
4.1.5	Job describtion .....	71
4.2	Penyajian Data .....	73
4.2.1	Data Karakteristik Responden .....	73
4.2.2	Analisis Deskriptif Jawaban Responden .....	76
4.2.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Keandalan ( <i>Reliability</i> ) ( $X_1$ ) .....	77
4.2.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) ( $X_2$ ).....	78
4.2.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Jaminan ( <i>Assurance</i> ) ( $X_3$ ).....	79
4.2.2.4	Analisis Deskriptif Variabel Empati ( <i>Empathy</i> ) ( $X_4$ ).....	80
4.2.2.5	Analisis Deskriptif Variabel Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> ) ( $X_5$ ) .....	81
4.2.2.6	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) .....	82
4.3	Teknik Analisis .....	83
4.3.1	Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	83
4.3.1.1	Uji Validitas .....	83
4.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	85
4.3.2	Uji Asumsi Klasik .....	86
4.3.2.1	Uji Normalitas .....	86
4.3.2.2	Uji Multikolinearitas.....	87
4.3.2.3	Uji Heterokedastisitas .....	88
4.3.2.4	Teknik Analisis Linier Berganda.....	89

4.4	Hasil Uji Hipotesis .....	92
4.4.1	Uji T Parsial .....	92
4.4.2	Uji F Simultan.....	95
4.4.3	Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	96
4.5	Pembahasan .....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		101
5.1	Kesimpulan .....	101
5.2	Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah data pelanggan CV. Nourmanda Jaya Tahun 2015 - 2019.....	7
Tabel 2.1 Skala Likert .....	54
Tabel 2.1 Skala Likert .....	54
Tabel 2.2 Data Total Populasi .....	55
Tabel 4.1 Susunan Organisasi .....	71
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	74
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	75
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jabatan .....	75
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Keandalan ( <i>Reliability</i> ) ( $X_1$ ) .....	77
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) ( $X_2$ ).....	78
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Jaminan ( <i>Assurance</i> ) ( $X_3$ ).....	79
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Empati ( <i>Empathy</i> ) ( $X_4$ ) .....	80
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> ) ( $X_5$ ).....	81
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) .....	82
Tabel 4.12 Uji Validitas .....	84
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas .....	86
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas .....	88
Tabel 4.15 Uji Heterokedastisitas .....	89
Tabel 4.16 Hasil Regresi Linier Berganda .....	90
Tabel 4.17 Uji T.....	92
Tabel 4.18 Uji F.....	96
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi $R^2$ .....	97

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen Bauran Pemasaran .....	19
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	48
Gambar 4.1 Logo Aplikasi Aqua School Community.....	70
Gambar 4.2 Logo Perusahaan.....	70
Gambar 4.3 Uji Normalitas .....	87

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha di era Abad ke – 21 saat ini persaingan bukan sesuatu hal yang baru dalam dunia bismis atau usaha. Dimana pertumbuhan dunia usaha atau bisnis dewasa yang semakin pesat dan luas, menyebabkan perusahaan harus dapat bersaing secara ketat dengan lainnya. Kompetitifnya persaingan usaha tersebut menuntut para pemasar untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat bersaing dan dapat meningkatkan penjualan terhadap produk yang dipasarkannya adalah berusaha mencapai tujuan untuk meningkatkan kepercayaan dan mempertahankan pelanggan. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan secara akurat dan tepat waktu. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen perusahaan sangat tergantung pada perilaku konsumennya.