

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA INTENSIVE
ENGLISH COURSE (IEC) WISMA ASRI, BEKASI**

SKRIPSI

Oleh

AHMAD UKASYAH

201410325095



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Intensive English Course (IEC) Wisma Asri, Bekasi.

Nama mahasiswa : Ahmad Ukasyah

Nomor pokok mahasiswa : 2014 1032 5095

Program studi/fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal ujian skripsi : 11 juli 2018

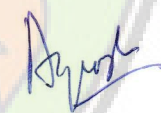
Bekasi, 11 juli 2018

MENYETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II


Andrian S.E., M.M.
NIP: 031606051


Agus Dharmanto S.E., M.M.
NIP: 031505038

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Intensive English Course (IEC) Wisma Asri Bekasi.
Nama Mahasiswa : Ahmad Ukasyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325095
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 juli 2018

Bekasi, 11 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIP : 1602212

Penguji I : Andrian S.E., M.M.
NIP : 031606051

Penguji II : Don Haidy Abel, S.T., MBA&E
NIP : 031611058

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIP : 1602212



Dr. Rorim Panday, M.M., M.T.
NIP : 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada intensive english course (IEC) Wisma Asri Bekasi.** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 30 Juni 2018



Annisa Ukasyah
201410325095

ABSTRAK

Ahmad Ukasyah. 201410325095. Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada intensive english course (IEC) Wisma Asri, Bekasi

Penelitian ini tentang kualitas produk dan pelayanan yang dimana menjadi titik fokus utama dan perhatian khusus dalam loyalitas konsumen di suatu lembaga pendidikan kursus berbahasa Inggris dan tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada intensive english course (IEC) Wisma Asri, Bekasi. Pendekatan yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian survei yang menggunakan metode sampling kuota yang berjumlah 80 responden. Analisis data menggunakan program SPSS versi 22. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Berdasarkan uji t secara parsial untuk variabel kualitas produk menunjukkan nilai $t_{hitung} 1.614 < t_{tabel} 1.668$ dengan nilai signifikansi sebesar $0.111 > 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh negatif (tidak berpengaruh) dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dan secara parsial untuk variabel pelayanan menunjukkan nilai $t_{hitung} 4.778 < t_{tabel} 1.668$ dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 > 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dari hasil uji f menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dibuktikan dengan $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $19,921 > 3,11$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$. Dari hasil koefisien determinasi dapat diketahui nilai R Square (R^2) adalah sebesar 0,324. Jadi, membangun pengaruh dari variabel kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen yaitu sebesar 32,4%. Sedangkan sisanya 67,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : kualitas produk, pelayanan, loyalitas konsumen

ABSTRACT

Ahmad Ukasyah. 201410325095. *Influence of product quality and service to consumer loyalty on intensive English course (IEC) Wisma Asri, Bekasi*

This research is about the quality of products and services which become the main focus point and special attention in consumer loyalty in an educational institution english course and purpose in this research is to know how influence of product quality and service to consumer loyalty at intensive english course (IEC) wisma asri, bekasi. The approach used in this study is a quantitative approach with survey research techniques that use quota sampling method of 80 respondents. Data analysis using SPSS version 22 program. Data analysis method used is the validity test, reliability test, normality test, multiple linear regression test, hypothesis test and coefficient of determination test. Based on t test partially for product quality variable show value $t_{hitung} 1,614 < t_{tabel} 1,668$ with significance value equal to $0,111 > 0,05$ hence can be concluded product quality variable have negative effect (no effect) and insignificant to consumer loyalty. And partially for service variables show the value $t_{hitung} 4,778 < t_{tabel} 1,668$ with a significance value of $0,000 > 0,05$ then it can be concluded that product quality variables have a positive and significant impact on consumer loyalty. From the results of the f test shows that simultaneously the quality of products and services have a positive effect on consumer loyalty. This is evidenced by $f_{hitung} > f_{tabel}$ that is $19,921 > 3,11$ and sig value $0,000 < 0,05$. From result of determination coefficient can be known value of R Square (R^2) is equal to 0,324. So, build the influence of variable quality of product and service to consumer loyalty that is equal to 32,4%. While the remaining 67.6% influenced by other factors that are not researched.

Keywords: *product quality, service, customer loyalty*

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah Penulis ucapkan kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga skripsi yang berjudul “pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas kosumen pada intensive english course, wisma asri, bekasi” ini dapat penulis selesaikan. skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan penulisan skripsi program studi sarjana ekonomi (S1) pada jurusan Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. (c) Drs. H. Bambang Karsono, S.H.,M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak DR. Rorim Panday, M.M, M.T. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. Selaku Ketua program studi Ekonomi Manajemen.
4. Bapak Andrian S.E., M.M. dan bapak Agus Dharmanto S.E., M.M.Selaku pembimbing saya dalam menulis skripsi.
5. Terima kasih kepada lembaga intensive english course (IEC) yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian skripsi saya.
6. Terima kasih kepada kedua orang tua saya dan keluarga saya yang telah memberikan semangat, doa dan motivasi.
7. Terima kasih kepada gateruck family yang telah membantu dan memberikan inspirasi untuk menulis skripsi saya.
8. Terima kasih kepada sahabat saya yang telah memberikan semangat dan membantu saya untuk menulis skripsi saya
9. Terima Kasih Kepada teman-teman seangkatan 2014 kelas A3 Manajemen atas kebersamaan, doa, semangat, dan nasihat selama ini.

10. Terima kasih diucapkan kepada semua pihak yang tidak sempat disebutkan satu persatu baik secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulisan skripsi ini buat dan susun dengan sebaik-baiknya. Dan penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menambah pengetahuan bagi penulis dan orang lain.

Bekasi, 24 juli 2018

Penulis



Ahmad Ukasvah

201410325095



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Batasan Masalah	5
1.6. Sistematika Penulisan	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Kualitas Produk	6
2.1.2. Kualitas Pelayanan	8
2.1.3. Loyalitas Konsumen	9
2.2. Indikator Variabel	11

2.3. Penelitian Terdahulu	11
2.4. Kerangka Berfikir	14
2.5. Hipotesis	14
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1. Desain Penelitian.....	15
3.2. Tahapan Penelitian.....	15
3.2.1. Tahap Perencanaan.....	15
3.2.2. Tahap Pelaksanaan	15
3.2.3. Tahap Penulisan	16
3.3. Model Konseptual Penelitian.....	17
3.4. Operasional Variabel	17
3.4.1. Variabel Dependen.....	18
3.4.2. Variabel Independen	18
3.5. Waktu Dan Tempat	18
3.6. Metode Pengambilan Sampel	19
3.6.1. Populasi.....	19
3.6.2. Sampel	19
3.7. Metode Analisis Data	19
3.7.1. Metode Analisis Data	19
3.7.1.1. Uji Validitas	19
3.7.1.2. Uji Reliabilitas	20
3.7.2. Uji Asumsi Klasik.....	20
3.7.2.1. Uji Normalitas.....	20
3.7.2.2. Uji Multikolinieritas.....	20
3.7.2.4. Uji Heteroskedastisitas.....	21

3.7.3. Uji Regresi	22
3.7.3.1. Uji Regresi Linier Berganda.....	22
3.7.3.1. Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	22
3.7.3.1 Uji Parsial (Uji T).....	23
3.12.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	24
3.8. Kerangka Berfikir.....	24
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	25
4.1. Deskripsi Objek Penelitian Perusahaan	25
4.1.1. Profil Perusahaan	25
4.1.1.1. Visi Dan Misi Perusahaan	25
4.1.1.2. Lokasi Objek.....	25
4.2. Deskripsi Responden.....	25
4.2.1. Klarifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
4.2.2. Klarifikasi Berdasarkan Tingkat Pendidikan	26
4.3. Pengujian Instrumen Data	27
4.3.1. Hasil Uji Validitas	27
4.3.2. Uji Reliabilitas	29
4.3.3. Hasil Uji Normalitas	30
4.3.4. Multikolinearitas	31
4.3.5. Uji Regresi Linier Berganda	33
4.3.6. Uji Heteroskedastisitas.....	34
4.3.7. Uji F (Simultan)	35
4.3.8. Uji T (Parsial)	36
4.3.9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	36
4.4. Pembahasan	37

BAB V. PENUTUP	39
5.1. Kesimpulan	39
5.2. Implikasi Manajerial.....	39
5.2.1. Bagi Perusahaan	39
5.2.2. Bagi Akademis	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN.....	43



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Berfikir.....	14
Gambar 4.1. Hasil Uji Hekteroskedasitas...	34





DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Konseptual Penelitian	17
Tabel 4.1. Tabel Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin.....	26
Tabel 4.2 Tabel Jumlah Responden Menurut Tingkat Pendidikan	38
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Menggunakan R Tabel.....	28
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Menggunakan R Tabel.....	28
Tabel 4.5 Hasil Signifikansi.....	29
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	31
Tabel 4.9 Hasil Uji Vif.....	32
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	32
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	33
Tabel 4.12 Hasil Uji Anova.....	35
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	36
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner	43
Lampiran 2 : Tabulasi Variabel.....	66
Lampiran 3 : Hasil Uji Spss 22.....	69
Lampiran 4 : Tabel t, Tabel r, Tabel f.....	72

