

**PENGARUH *SERVICE PERFORMANCE* DAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI *MODERATING VARIABLE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan PDAM di Purwokerto dan Dukuwaluh)**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Mencapai Derajat Sarjana S-1**

**Disusun Oleh:
ARIS MUNANDAR
0602010077**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2012**

MOTTO

Tidak ada harga atas waktu, tapi waktu sangat berharga. Memiliki waktu tidak menjadikan kita kaya, tetapi menggunakannya dengan baik adalah sumber dari semua kekayaan.

Bukan suatu aib jika kamu gagal dalam suatu usaha, yang merupakan aib adalah jika kamu tidak bangkit dari kegagalan itu. (Ali Bin Abi Thalib)



PERSEMBAHAN



- ◆ **Kedua orang tuaku bapak dan ibu tercinta motivator terbesar, dalam hidupku terimakasih untuk do'a, dukungan, serta bimbingannya yang tiada henti**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service performance* terhadap loyalitas pelanggan serta pengaruh *service performance* dan kepuasan sebagai *moderating variable* terhadap loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling*, hasil penelitian ini mendapatkan sampel sebanyak 104 (94,55%) dari pelanggan PDAM di Purwokerto dan Dukuhwaluh sedangkan metode analisis yang digunakan adalah model regresi.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, di indikasikan bahwa *service performance* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel lain tentang pengaruh *service performance* dan kepuasan sebagai *moderating variable* terhadap loyalitas pelanggan tidak berpengaruh. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 kurang dari 0,05 serta nilai t tabel sebesar 1,8946 dan t hitung sebesar 1,651 sehingga hipotesis pertama diterima. Sedangkan hipotesis kedua ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,427 lebih dari 0,05 dan nilai t tabel 1,7823 serta t hitung sebesar 7,815, sehingga hipotesis kedua ditolak.

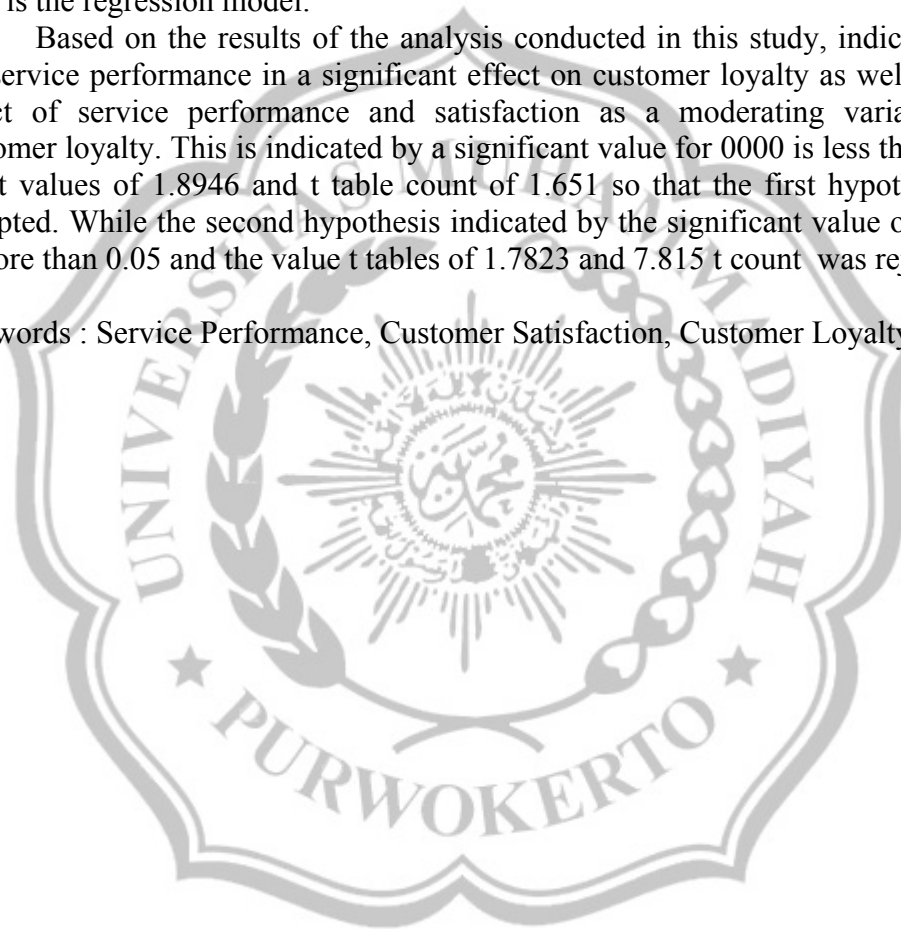
Kata kunci : Kinerja Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This research aims to determinate the effect of service performance on customer loyalty as well as the effect of service performance and satisfaction as a moderating variable on customer loyalty. Method used in sampling is done by accidental sampling, the results of this study have a total of samples 104 (94,55%) of customer caps on Purwokerto and Dukuhwaluh while the analytical method used is the regression model.

Based on the results of the analysis conducted in this study, indicate that the service performance in a significant effect on customer loyalty as well as the effect of service performance and satisfaction as a moderating variable on customer loyalty. This is indicated by a significant value for 0000 is less than 0.05 and t values of 1.8946 and t table count of 1.651 so that the first hypothesis is accepted. While the second hypothesis indicated by the significant value of 0.427 is more than 0.05 and the value t tables of 1.7823 and 7.815 t count was rejected.

Keywords : Service Performance, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Service Performance* dan Kepuasan Pelanggan Sebagai *Moderating Variable* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan PDAM di Purwokerto dan Dukuwaluh)”. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada Bapak M. Agung Miftahuddin, SE, M.Si dan Bapak Hengky Widhiandono, SE, M.Si yang telah berkenan membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Akhmad Darmawan, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan selaku Pembimbing Akademik.
2. Bapak Hermin Endratno., SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Bapak M. Agung Miftahuddin, SE, M.Si, selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Hengky Widhiandono, SE, M.Si, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Drs. Suyoto, M.Si, selaku penguji yang telah memberikan waktu serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

7. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan dimasa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita. Amin.

Purwokerto,.....

ARIS MUNANDAR

NIM. 0602010077



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1	Sejarah PDAM	7
2.1.1	Tugas Pokok dan Fungsi PDAM	8
2.1.2	Visi, Misi dan Moto PDAM.....	8
2.2	<i>Service Performance</i>	9
2.2.1	Pengertian <i>Service Performance</i>	9
2.3	Kepuasan Pelanggan	12
2.3.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	12
2.3.2	Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	13
2.4	Loyalitas Pelanggan	15
2.4.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	15
2.4.2	Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	15
2.4.3	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	16
2.4.4	<i>Brand Loyalty</i>	20
2.5	Kerangka Pemikiran	20
2.6	Hipotesis	22
BAB III	METODE PENELITIAN	23
3.1	Jenis Penelitian	23
3.2	Obyek Penelitian.....	23
3.3	Data yang diperlukan.....	23
3.3.1	Jenis Data	23
a.	Data Primer	23
b.	Data Sekunder.....	24

3.3.2 Metode Pengumpulan Data	24
1. Studi Pustaka	24
2. Kuesioner	24
3.4 Populasi dan Sampel	25
a. Populasi	25
b. Sampel	25
3.5 Teknik Sampling	26
3.6 Pengukuran Variabel (<i>Scoring</i>)	26
3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.7.1 <i>Service Performance</i>	27
3.7.2 Kepuasan Pelanggan	29
3.7.3 Loyalitas	29
3.8 Metode Analisis	30
3.8.1 Uji Kualitas Data	30
a. Uji Validitas	30
b. Uji Reliabilitas	31
3.8.2 Persamaan Regresi	32
3.8.3 Uji t	32
a. Pengujian Hipotesis Pertama	32
b. Pengujian Hipotesis Kedua	33
3.8.4 Uji Asumsi Klasik	34
3.8.4.1 Pengujian Normalitas	34
3.8.4.2 Pengujian Gejala Multikolinieritas	35
3.8.4.3 Pengujian Heteroskedastisitas	37

BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Deskripsi Responden / <i>Respon Rate</i>	39
4.2	Profil Responden.....	39
4.3	Uji Kualitas Data.....	41
4.3.1	Uji Validitas.....	41
4.3.2	Uji Reliabilitas	42
4.4	Uji Asumsi Klasik Persamaan Pertama.....	43
4.4.1	Uji Normalitas.....	43
4.4.2	Uji Heterokedastisitas	44
4.4.3	Uji Multikolinearitas.....	45
4.5	Analisis Regresi Linier.....	45
4.5.1	Regresi Linier Persamaan Pertama	45
4.5.2	Regresi Linier Persamaan Kedua.....	47
4.6	Pengujian Hipotesis.....	49
4.6.1	Pengujian Hipotesis 1.....	49
4.6.2	Pengujian Hipotesis 2.....	50
4.7	Pembahasan	51
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

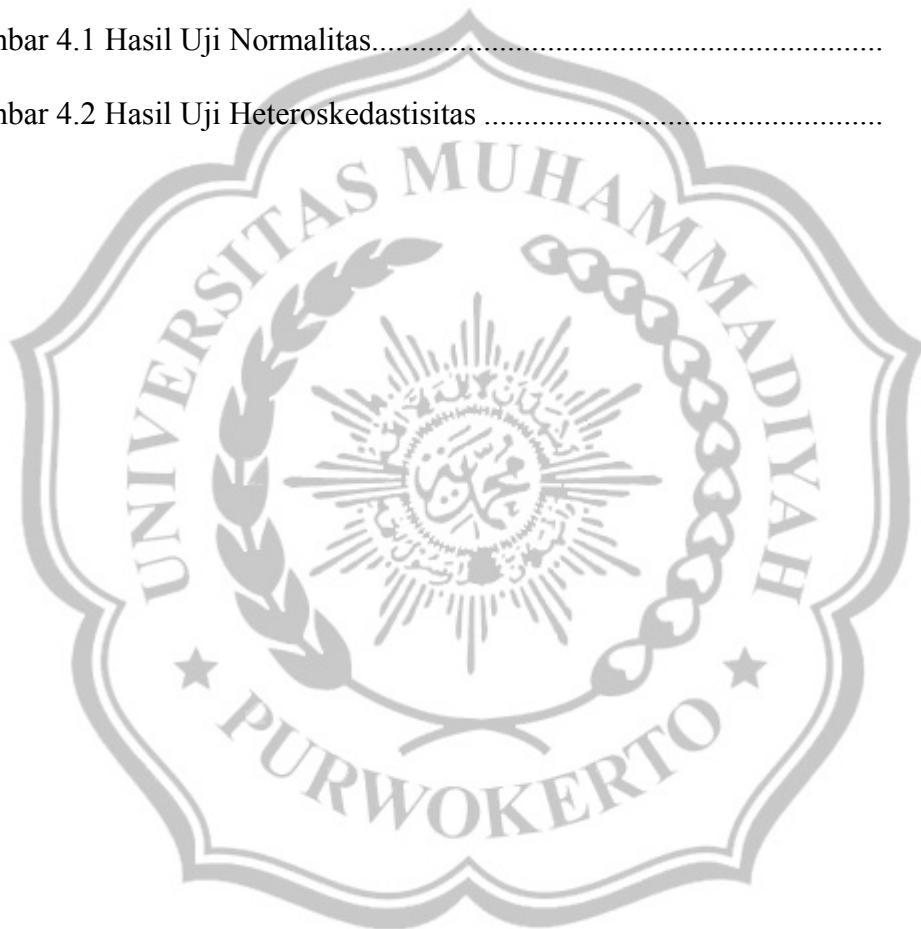
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Respon Responden.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden.....	39
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 4.6 Hasil Olah Data Regresi Sederhana.....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji R^2	47
Tabel 4.8 Hasil Olah Data Regresi Kedua.....	47
Tabel 4.9 Hasil Olah Data Regresi Ketiga.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Adjusted</i> R^2	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis Pertama.....	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis Kedua.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Loyalty</i>	18
Gambar 2.2 Piramida <i>Brand Loyalty</i> Dalam Posisi Terbalik.....	19
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	43
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.

Lampiran 2 Data Penelitian

Lampiran 3 Hasil Uji Frekuensi

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis Kedua

