

**PENGARUH KEPUASAN ATAS *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN LAB FILM  
SELULOID LAB RANA JAKARTA**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:  
Randy Renaldy  
2015120148**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018  
BANDUNG  
2021**

**THE EFFECT OF SATISFACTION ON SERVICE  
QUALITY AGAINST CUSTOMER LOYALTY OF LAB  
RANA JAKARTA CELULOID FILM LAB**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements  
for Bachelor's Degree in Management

**By:  
Randy Renaldy  
2015120148**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
PROGRAM IN MANAGEMENT  
Accredited by National Accreditation Agency  
No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018  
BANDUNG  
2021**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PENGARUH KEPUASAN ATAS *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN LAB FILM  
SELULOID LAB RANA JAKARTA**

Oleh :  
Randy Renaldy  
2015120148

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Juli 2021

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA.

Pembimbing Skripsi,

Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si.

# PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Randy Renaldy  
Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 03 Oktober 1996  
NPM : 2015120148  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

## **PENGARUH KEPUASAN ATAS *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN LAB FILM SELULOID LAB RANA JAKARTA**

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan:

Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs. M. Si.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarisim) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kerja sama.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung, Juli 2021  
Dinyatakan tanggal : 26 Juli 2021  
Pembuat pernyataan :



(Randy Renaldy)

## ABSTRAK

Foto dengan kamera digital, *smartphone*, kamera *action*, dan perangkat kamera lainnya mudah dipahami kaum muda. Berada pada era dimana teknologi yang sedang berkembang dengan cepat, ada sebagian orang yang masih rindu proses rumit yaitu dengan bermain kamera analog lalu mencuci film seluloid. Bisnis film lab seluloid berkembang dengan pesat. Hal tersebut dipicu oleh tren masyarakat yang giat bermain kamera film seluloid. Lab Rana Jakarta merupakan lab film seluloid untuk proses atau cuci film seluloid. Penulis mendapatkan data melalui observasi yang dilakukan secara langsung dan melalui *Google Reviews*. Didapatkan data bahwa banyaknya pengunjung yang mengeluh. Dari hasil *preliminary research* yang telah dilakukan terhadap Loyalitas Konsumen terhadap Lab Rana Jakarta, dapat dikatakan bahwa loyalitas responden terhadap Lab Rana Jakarta adalah rendah. Hanya 9 dari 20 responden yang berminat kembali, dan 11 dari 20 responden tidak berminat kembali ke Lab Rana Jakarta. Penulis kemudian melakukan penelitian lebih mendalam terhadap 20 responden tersebut dan menemukan permasalahan yang terjadi pada *Service Quality* Lab Rana Jakarta sehingga tidak ada niat untuk kembali.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui kepuasan atas *service quality* terhadap loyalitas konsumen pada Lab Rana Jakarta. Variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan atas *service quality*, dengan dimensi *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *assurance*, dan *reliability*, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan eksplanatori. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden, observasi, dan studi literatur dengan menggunakan *judgment sampling* dimana responden merupakan orang yang pernah ke Lab Rana Jakarta dan melakukan transaksi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hanya dua dimensi dari *service quality* yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen yaitu, *tangible* dan *reliability*. Kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 73,9% sedangkan 26,1% sisanya merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** kepuasan, *service quality*, loyalitas konsumen

## **ABSTRACT**

*Younger generations tend to understand the simplicity in capturing photos using digital cameras, smartphones, action cameras, and other similar gadgets. Technology expanding rapidly is the era we're at, thus there are still some people who miss using an analog camera and then processing the celluloid film. Celluloid film lab business is growing rapidly. This is triggered by the trend of people actively using celluloid film cameras. Lab Rana Jakarta is a celluloid film lab for processing or developing celluloid films. The author obtains data through direct observations and through Google Reviews. The data found that the number of visitors who complained. From the results of preliminary research that has been carried out on Consumer Loyalty to Lab Rana Jakarta, it can be concluded that respondents' loyalty to Lab Rana Jakarta is low. Only 9 out of 20 respondents are interested in returning, and 11 out of 20 respondents are not interested in returning to Lab Rana Jakarta. The author then conducted more in-depth research on the 20 respondents and found the problems that occurred in the Service Quality Lab Rana Jakarta so that there was no intention to return.*

*The purpose of this research is to determine the satisfaction of service quality on consumer loyalty at Lab Rana Jakarta. The independent variable used in this study is satisfaction with service quality, with dimensions of tangible, empathy, responsiveness, assurance, and reliability, while the dependent variable used is consumer loyalty.*

*This research uses descriptive and explanatory methods. Data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents, observing, and studying literature using judgment sampling where the respondents were people who had been to Lab Rana Jakarta and made transactions. The data analysis technique used is descriptive analysis and multiple linear analysis.*

*The results of this study indicate that only two dimensions of service quality have a significant effect on consumer loyalty, namely, tangible and reliability. The contribution of the independent variable to the dependent variable is 73.9% while the remaining 26.1% is the contribution of other factors not mentioned in this study.*

**Keywords:** *satisfaction, service quality, consumer loyalty*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Ibu Pertiwi dan Alam Semesta atas kasih dan berkatnya yang selalu hadir karena Penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Atas Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen Lab Film Seluloid Lab Rana Jakarta”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen dalam program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan.

Penulisan skripsi ini dipenuhi dengan berbagai pihak yang mendukung dan membimbing penulis dalam proses penulisan skripsi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kirti Rustandi Muliawarga dan Liem Ka Eng selaku orang tua dari penulis yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil untuk mendukung penulis.
2. Ling Kaplan dan Amelia selaku tante dari penulis, Andrew Sukiyanto, Leonardo Sukiyanto, dan Arifin Mikael S., selaku om dari penulis yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penulisan penelitian ini.
3. Bapak Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si., yang penulis hormati selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, masukan, arahan, kritik dan saran sehingga bisa selesai penelitian ini.
4. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si, yang penulis hormati selaku dekan dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
5. Ibu Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA., yang penulis hormati selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan Bandung dan selaku dosen wali penulis yang telah membimbing penulis dari awal perkuliahan.
6. Seluruh dosen pengajar dari Universitas Katolik Parahyangan yang telah membantu, memberi informasi saat dibutuhkan, memberi ilmu dan pengalaman sepanjang masa perkuliahan penulis.

7. Devin Nathaniel Sutomo selaku sahabat penulis yang selalu menemani penulis melewati pasang dan surut kehidupan penulis.
8. Gisela Venita Adorete Adrianti selaku seseorang yang selalu ada untuk mendengarkan suka duka penulis mengenai pengerjaan skripsi ini dan selalu menghibur serta memberikan motivasi agar tetap semangat dalam menyelesaikan studi sarjana ini.
9. Abet Nego, Alif Prasodjo, Carolous Dimas, Cokorda Agung, Hasan Maulana, Ilham Athallah, dan Rizka Pramadian terima kasih sudah berjuang bersama dalam konsentrasi *marketing* selama perkuliahan.
10. Agung Setyawan, Gilbert Tengker, Indira Aurelia, Jaka Pangestu dan Siska Syafira selaku teman dekat penulis yang telah memberikan dukungan moril dan materil untuk proses pengerjaan skripsi dan motivasi untuk menyelesaikan kuliah.
11. Ian Kalff dan Sylvia Lukman selaku teman dekat penulis yang telah memberi dukungan materil selama proses pengerjaan skripsi.
12. Teman-teman “Unispar” yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu, terima kasih sudah menjadi teman yang baik dan membawa kebahagiaan selama di perkuliahan.
13. Seluruh keluarga besar Manajemen Unpar 2015, baik Angkatan 2015 maupun Angkatan lainnya yang berjuang bersama-sama.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa, Ibu Pertiwi dan Alam Semesta dapat memberkati kita semua terutama yang membantu penulis dalam proses pembuatan skripsi ini dan semoga skripsi ini bermanfaat untuk semua.

Bandung, 26 Juli 2021

Randy Renaldy

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Kerangka Pemikiran.....	8
1.6. Hipotesis Penelitian.....	10
BAB 2 .....	11
TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	11
2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	12
2.3. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	14
2.3.1. Dimensi Loyalitas Konsumen.....	15
2.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen .....	15
2.3.3. Keuntungan Loyalitas Konsumen.....	16
2.4. Kepuasan Konsumen .....	17
BAB 3 .....	18
METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....	18
3.1. Metode dan Penelitian .....	18
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian .....	19
3.3.1. Populasi Penelitian .....	19
3.3.2. Sampel Penelitian .....	19
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	20
3.5. Pengukuran Variabel.....	25
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	25
3.6.1. Uji Validitas .....	25
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	26
3.7. Teknik Pengolahan Data .....	28
3.7.1. Analisa Data Secara Deskriptif.....	28
3.7.2. Analisis Data Secara Kuantitatif.....	29

3.8.	Objek Penelitian .....	35
3.8.1.	Profil Perusahaan .....	36
3.8.2.	Profil Responden .....	36
BAB 4	.....	39
PEMBAHASAN	.....	39
4.1.	Analisis Deskriptif Kepuasan Atas <i>Service Quality</i> .....	39
4.1.1.	Analisis Deskriptif pada Dimensi <i>Tangible</i> .....	39
4.1.2.	Analisis Deskriptif pada Dimensi <i>Empathy</i> .....	44
4.1.3.	Analisa Deskriptif pada Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	47
4.1.4.	Analisa Deskriptif pada Dimensi <i>Assurance</i> .....	50
4.1.5.	Analisa Deskriptif pada Dimensi <i>Reliability</i> .....	54
4.2.	Analisa Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen .....	57
4.3.	Rekapitulasi Skor Variabel Kepuasan <i>Service Quality</i> dan Loyalitas Konsumen .....	60
4.4.	Analisis Pengaruh Kepuasan <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Konsumen .....	61
4.4.1.	Uji Asumsi Klasik .....	61
4.4.2.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	63
4.5.	Analisis Regresi Linear Berganda Baru .....	67
4.5.1.	Penjelasan mengenai variabel-variabel yang berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen .....	70
4.5.2.	Penjelasan mengenai variabel-variabel yang tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen.....	71
BAB 5	.....	72
KESIMPULAN DAN SARAN	.....	72
5.1.	Kesimpulan .....	72
5.1.1.	Tanggapan konsumen terhadap kepuasan atas <i>Service Quality</i> di Lab Rana Jakarta .....	72
5.1.2.	Loyalitas Konsumen Terhadap Lab Rana Jakarta.....	74
5.1.3.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Loyalitas Kosumen Lab Rana Jakarta	75
5.1.4.	Pengaruh Dimensi <i>Tangible</i> dan <i>Reliability</i> Terhadap Loyalitas Konsumen .....	76
5.2.	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	.....	79
LAMPIRAN	.....	82
RIWAYAT HIDUP	.....	105

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 CSV Hasil Google Trends 3 Tahun Terakhir .....	2
Tabel 1.2 Hasil Wawancara Niat Responden .....	5
Tabel 1.3 Alasan Responden .....	5
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X .....	20
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Y .....	24
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas .....	26
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	27
Tabel 3.5 Profil Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 3.6 Profil Usia Responden.....	37
Tabel 3.7 Profil Pekerja Responden .....	37
Tabel 4.1 Puas dengan kerapihan penampilan customer service lab film seluloid .....	39
Tabel 4.2 Puas dengan kebersihan penampilan customer service lab film seluloid.....	40
Tabel 4.3 Puas dengan kebersishan ruangan lab film seluloid .....	40
Tabel 4.4 Puas dengan kerapian ruangan lab film seluloid .....	41
Tabel 4.5 Puas dengan kenyamanan ruangan.....	41
Tabel 4.6 Puas dengan ketersediaan tempat menunggu di film lab seluloid .....	42
Tabel 4.7 Puas dengan kemudahan akses ke tempat lab fim seluloid .....	42
Tabel 4.8 Puas dengan kebersihan toilet di tempat lab film seluloid .....	43
Tabel 4.9 Rata-rata dimensi Tangible.....	44
Tabel 4.10 Puas dengan kesopanan karyawan di tempat lab film seluloid .....	44
Tabel 4.11 Puas dengan kemampuan karyawan memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian .....	45
Tabel 4.12 Puas dengan saran dan kritik yang ditanggapi oleh karyawan secara cepat di tempat lab film seluloid .....	46
Tabel 4.13 Puas dengan kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan pelanggan.....	46
Tabel 4.14 Rata-rata dimensi Empathy .....	47
Tabel 4.15 Puas dengan kemampuan cepat tanggap dari customer service terhadap setiap masalah konsumen di tempat lab film seluloid.....	47
Tabel 4.16 Puas dengan kemudahan untuk mendapatkan informasi melalui karyawan di tempat lab film seluloid .....	48
Tabel 4.17 Puas dengan jelasnya informasi dalam penyelesaian masalah konsumen yang diberikan oleh karyawan di tempat lab film seluloid.....	49
Tabel 4.18 Saya puas dengan informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah saat menyelesaikan masalah oleh pengguna jasa lab film seluloid .....	49
Tabel 4.19 Rata-rata dimensi Responsiveness.....	50
Tabel 4.20 Puas atas kepercayaan konsumen terhadap penyedia jasa lab film seluloid ...	50
Tabel 4.21 Saya merasa nyaman saat akan melakukan transaksi pembayaran .....	51
Tabel 4.22 Puas dengan lab film seluloid yang memberikan jaminan jika durasi proses film tidak sesuai dengan durasi yang dijanjikan.....	52
Tabel 4.23 Puas dengan kasir yang cepat dan tepat dalam melayani proses pembayaran	52
Tabel 4.24 Rata-rata pada Dimensi Assurance.....	53
Tabel 4.25 Puas dengan pelayanan tepat waktu kepada pelanggan.....	54

Tabel 4.26 Saya puas dengan kesesuaian harga dengan jasa yang diberikan di tempat lab film seluloid .....	54
Tabel 4.27 Saya puas dengan kesesuaian waktu selesai cuci film seluloid dengan jadwal seharusnya di tempat lab film seluloid .....	55
Tabel 4.28 Saya puas dengan kemampuan karyawan menjawab kebutuhan konsumen di tempat lab film seluloid .....	55
Tabel 4.29 Rata-rata pada Dimensi Reliability.....	56
Tabel 4.30 Saya akan mengunjungi dan membeli kembali jasa proses film seluloid di Lab Rana Jakarta.....	57
Tabel 4.31 Saya akan merekomendasikan produk jasa proses film seluloid Lab Rana kepada orang lain.....	57
Tabel 4.32 Saya akan memilih produk jasa Lab rana dibandingkan dengan produk lab film seluloid lainnya .....	58
Tabel 4.33 Saya akan mencari informasi tambahan mengenai produk jasa Lab Rana Jakarta.....	58
Tabel 4.34 Rata-rata Variabel Loyalitas Konsumen.....	59
Tabel 4.35 Rekapitulasi Skor Variabel Service Quality.....	60
Tabel 4.36 Rekapitulasi Skor Variabel Loyalitas Konsumen.....	60
Tabel 4.37 Hasil Uji Multikolinearitas .....	62
Tabel 4.38 Hasil Uji F (Simultan) .....	64
Tabel 4.39 Hasil Uji T (Parsial).....	64
Tabel 4.40 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	67
Tabel 4.41 Hasil Uji F (Simultan) .....	68
Tabel 4.42 Hasil Uji T (Parsial).....	68
Tabel 4.43 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Google Trends Kata Kunci “Kamera film” dan “Kamera analog” .....	2
Gambar 1.2 Google Review Lab Rana Jakarta.....	3
Gambar 1.3 Model Kerangka Pemikiran.....	8
Gambar 4.1 Normal P-Plot .....	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	82
Lampiran 2. Hasil Rekapitulasi Kuesioner.....	87
Lampiran 3. Uji Validitas .....	93
Lampiran 4. Uji Reliabilitas .....	103

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Dunia fotografi kini sedang naik daun. Foto dengan kamera digital, *smartphone*, kamera *action*, dan perangkat kamera lainnya mudah dipahami kaum muda. Berada pada era dimana teknologi yang sedang berkembang dengan cepat, ada sebagian orang yang masih rindu proses rumit yaitu dengan bermain kamera analog lalu mencuci film seluloid.

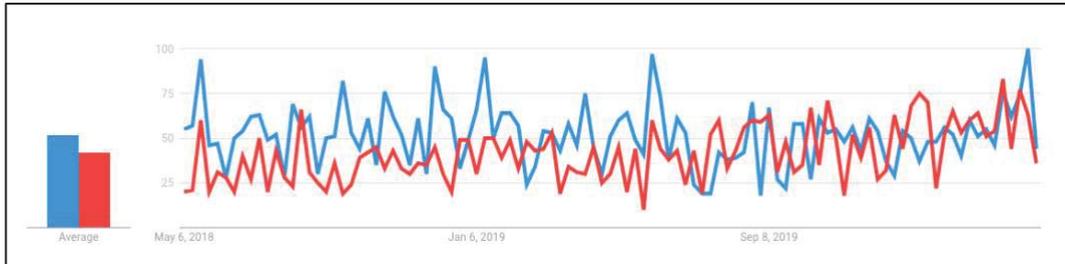
Menurut situs Ilford Photo salah satu perusahaan pembuat film seluloid, kebangkitan dan pertumbuhan film seluloid selama 5 tahun terakhir, telah melihat 57% responden kembali atau mencoba film seluloid untuk pertama kalinya. Ketika menjabarkan demografinya, 37,1 persen dari mereka yang berusia di bawah 44 tahun baru dalam film seluloid tersebut, 27,1 persen kembali setelah lama tidak berkulit dengan film seluloid. Dalam kisaran umur 45 dan lebih, hanya 3,6 persen baru mencoba film seluloid, 41,9 persen kembali lagi bermain film seluloid, sementara 54,5 persen menganggap diri mereka selalu bermain film seluloid. Dengan banyak responden yang kembali lagi main film seluloid dan yang pertama kali baru main film seluloid, maka Ilford Photo menyatakan apa yang ditegaskan oleh survei ini adalah bahwa daya tarik film seluloid ini bertahan lama dan akan terus tumbuh ketika semakin banyak orang yang kembali menemukan atau berminat bermain analog (Ilford Photo, 2019).

Menurut Ang (2005) dalam Darmawan & Wikayanto (2018), pengertian fotografi analog adalah proses representasi citra memakai medium perekam dengan proses kimiawi tertentu yang menggunakan film seluloid. Medium perekam serta penyimpan informasi berbentuk citra visual dalam fotografi analog merupakan film seluloid. Film seluloid merupakan sejenis susunan plastik tipis yang peka terhadap sinar, digunakan buat pengambilan foto dalam fotografi ataupun video.

Rol film seluloid yang digunakan harus diproses terlebih dahulu dikarenakan gambar yang terpatri di film seluloid tidak terdiri dari jutaan piksel seperti sensor digital, melainkan partikel-partikel bahan kimia. Pabrik film seluloid mengukur ketajaman dengan tingkat *spatial resolution* alias kemampuan

menangkap detail-detail kecil dalam gambar. Maka oleh karena itu dengan film seluloid diproses dengan dicuci menggunakan beberapa cairan kimia lalu di *scan*, sehingga dapat diakses secara digital.

**Gambar 0.1 Google Trends Kata Kunci “Kamera film” dan “Kamera analog”**



Sumber: Google Trends

**Tabel 0.1 CSV Hasil Google Trends 3 Tahun Terakhir**

Tahun	Jumlah Pencarian di Google		
	Kamera Film	Kamera Analog	Total
2018	1893	1181	3074
2019	2566	2168	4734
2020 (Q2)	1798	1874	3672

Sumber: Google Trends CSV

Berdasarkan data pada Gambar 1.1 yang sudah dalam bentuk data pada Tabel 1.1, mengungkapkan bahwa pada tahun 2018 adanya 3074 pencarian yang terdiri dari 1893 kali pencarian dengan kata kunci “kamera film” dan 1181 kali pencarian dengan kata kunci “kamera analog”, pada tahun 2019 adanya 4734 pencarian yang terdiri dari 2566 kali pencarian dengan kata kunci “kamera film” dan 2168 kali pencarian dengan kata kunci “kamera analog”, dan pada 6 bulan pertama (Q2) pada tahun 2020 adanya 3672 pencarian yang terdiri dari 1798 kali pencarian dengan kata kunci “kamera film” dan 1874 kali pencarian dengan kata kunci “kamera analog. Semua pencarian ini dilakukan pada *search engine* Google.

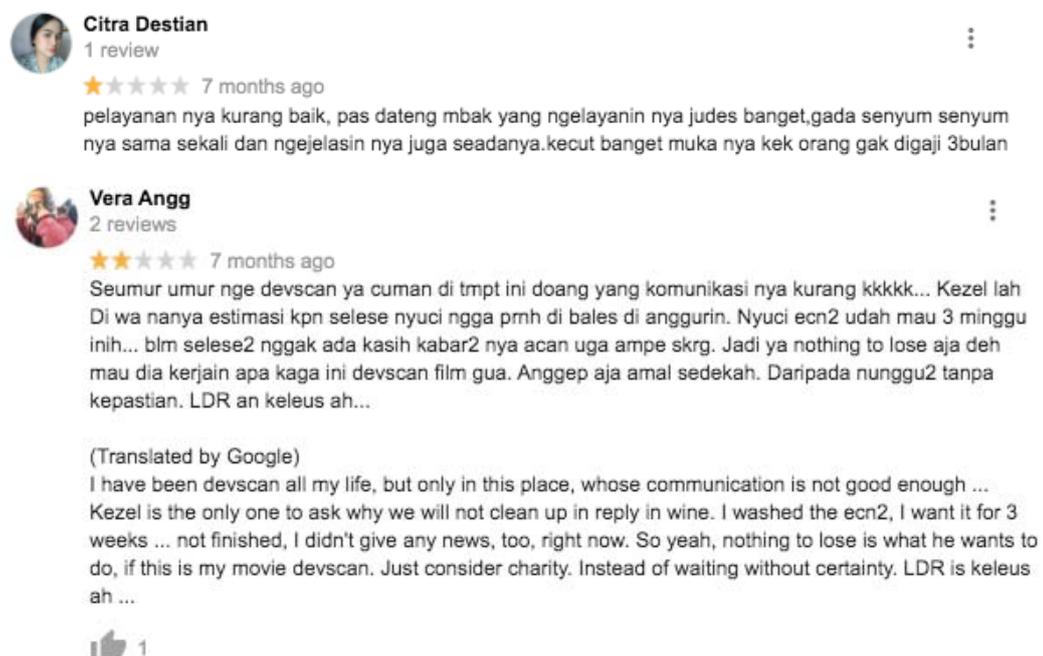
Menurut penelitian Darmawan & Wikayanto (2018) berkembangnya komunitas fotografi virtual, contohnya adalah KLASTIC, mencirikan dini mula

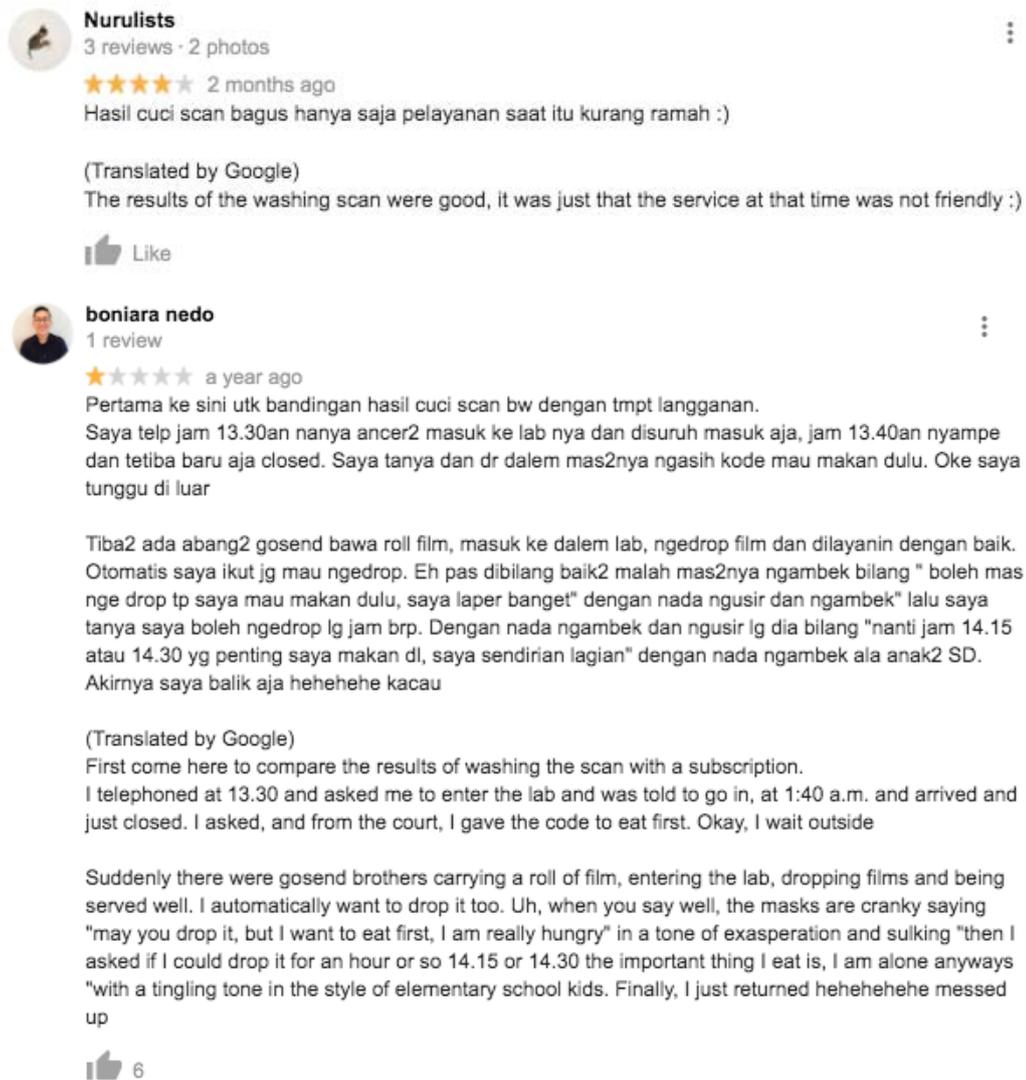
tumbuhnya komunitas fotografi analog di Indonesia. Kemunculan kembali tren fotografi analog serta proses dibalik hasil akhirnya adalah sebuah fenomena unik.

Di Jakarta sendiri terdapat sejumlah tempat memproses film seluloid, namun tidak semuanya merupakan lab film seluloid pada umumnya. Beberapa tempat untuk proses film seluloid tersebut kebanyakan mengirim ke lab film seluloid yang ternama di Jakarta. Salah satu tempat lab film seluloid di kota Jakarta yaitu Lab Rana Jakarta di Jl. Kemang Raya No.8A, Bangka menawarkan berbagai merek film seluloid seperti Kodak, Fujifilm, Ilford Photo, Lomography, Rollei dan lainnya. Jenis film seluloid yang ditawarkan adalah *color negative film*, *color slide film (reversal film)*, dan *black and white film*. Selain itu Lab Rana menawarkan jasa proses dan cetak film seluloid. Film seluloid yang bisa diproses di lab tersebut adalah tiga jenis film seluloid yaitu *color negative film*, *color slide film (reversal film)*, dan *black and white film*.

Lab Rana Jakarta memang letaknya cukup strategis, gedungnya yang bersatu dengan Aksara Kemang, Kinosaurus, dan Ruang Seduh seharusnya menjadi daya tarik konsumen, namun terdapat beberapa keluhan tentang Lab Rana pada Google Reviews mereka pada gambar 1.2.

### Gambar 0.2 Google Review Lab Rana Jakarta





Sumber: Google Reviews

Berdasarkan Google Review pada gambar 1.2 di atas, bisa dilihat bahwa beberapa konsumen memberi ulasan negatif dan mengeluh karena pelayanan yang kurang ramah, durasi proses cuci film seluloid tidak sesuai yang dijanjikan, dan komunikasi yang buruk. Ada pun konsumen yang mengasih 4 bintang di Google Review, namun keluhan terkait pelayanan muncul. Ulasan tersebut rata-rata pada tahun 2019 akhir hingga tahun 2020 awal. Ulasan konsumen tentang kualitas pelayanan Lab Rana (gambar 1.2) jika dibiarkan terus menerus akan memberikan pengaruh negatif, jika tidak ditanggapi dengan tepat, maka Lab Rana tidak akan kehilangan konsumennya secara perlahan.

Berdasarkan fenomena tersebut, Lab Rana harus melakukan perubahan, untuk mengetahui tindak lanjut agar dapat mengetahui apa yang harus dilakukan. Penulis melakukan wawancara awal atau *preliminary research* kepada beberapa responden yang sudah pernah datang ke lab film seluloid Lab Rana, kebanyakan dari mereka tidak ingin kembali mencuci atau memproses film seluloid mereka. Hal tersebut dilihat dari respons observasi oleh penulis dengan mewawancarai konsumen secara singkat (20 responden) yang sedang berkunjung ke Lab Rana.

**Tabel 0.2 Hasil Wawancara Niat Responden**

<b>Keterangan</b>	<b>Niat Datang Kembali</b>	<b>Tidak Niat</b>
Responden	9	11
Persentase	45%	55%

Sumber: *Preliminary Research*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, 11 dari 20 tidak niat kembali. Dari data yang diperoleh, penulis mendapatkan alasan responden yang datang ke Lab Rana, bahwa sebagian besar responden tidak melakukan pembelian ulang di lab tersebut. Alasan yang diberikan oleh 11 dari 20 responden yang tidak berniat kembali untuk proses film seluloid di Lab Rana adalah sebagai berikut:

**Tabel 0.3 Alasan Responden**

<b>Keterangan</b>	<b>Responden</b>
Karyawan mengabaikan konsumen	11 dari 11
Karyawan tidak ramah	11 dari 11
Durasi proses yang dijanjikan tidak sesuai	10 dari 11
Banyak bercak pada hasil <i>scan</i>	9 dari 11
Hasil <i>scan</i> terpotong-potong	5 dari 11

Sumber: *Preliminary Research*

Berdasarkan *Preliminary Research* yang sudah dilakukan, penulis menemukan permasalahan pada *service quality*. Melalui tabel 1.3 konsumen yang sudah datang dan sudah pernah membeli jasa cuci film seluloid, tidak ingin datang

dan membeli kembali. Konsumen yang tidak mau datang dan membeli kembali mengeluhkan tentang karyawan yang mengabaikan konsumen, karyawan yang tidak ramah, durasi proses pencucian film tidak sesuai janji lab, terdapat banyak bercak pada hasil *scan* film seluloid, dan hasil *scan* film seluloid terpotong-potong. Dengan kata lain, konsumen merasa tidak puas atau harapan mereka tidak terpenuhi dengan *service quality* Lab Rana. Berdasarkan Tabel 1.3. dan Gambar 1.2., terlihat bahwa keluhan-keluhan konsumen adalah tentang kesopanan karyawan, durasi pengerjaan, kualitas hasil dan hal lain yang berhubungan dengan kualitas pelayanan. Selain itu, dengan konsumen yang sudah menggunakan lini jasa ataupun produk Lab Rana Jakarta dan tidak ingin, kembali bisa dikatakan bahwa mereka tidak loyal. Menurut Mowen & Minor (2005) dalam Putro & Samuel (2014), loyalitas selaku keadaan dimana pelanggan memiliki perilaku positif terhadap sesuatu merek, memiliki komitmen pada merek tersebut, serta bermaksud melakukan pembelian kembali di masa mendatang. Sebuah bisnis menyadari bahwa mempertahankan pelanggan lama lebih menguntungkan daripada harus memenangkan pelanggan yang baru untuk menggantikan yang hilang. Nilai yang dirasakan dari produk dan *service quality* mempengaruhi penilaian pelanggan tentang kepuasannya atau loyalitas dengan produk atau layanan. Pentingnya kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kelangsungan perusahaan dan untuk pertumbuhan di masa depan (Sheu & Mei, 2005).

Atas uraian diatas, penulis ingin melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kepuasan Atas *Service Quality* Terhadap Loyalitas Konsumen Film seluloid Lab Rana Jakarta”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan, peneliti mengidentifikasi rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana kepuasan atas *service quality* Lab Rana Jakarta?
2. Bagaimana loyalitas konsumen Lab Rana Jakarta?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pada *service quality* terhadap loyalitas konsumen Lab Rana Jakarta?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang dapat diidentifikasi yaitu :

1. Mengetahui kepuasan atas *service quality* Lab Rana Jakarta.
2. Mengetahui loyalitas konsumen Lab Rana Jakarta.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan atas *service quality* terhadap loyalitas konsumen Lab Rana Jakarta.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperluas wawasan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya dalam hal pengaruh kepuasan atas *service quality* terhadap loyalitas konsumen.

2. Bagi Lab Rana Jakarta

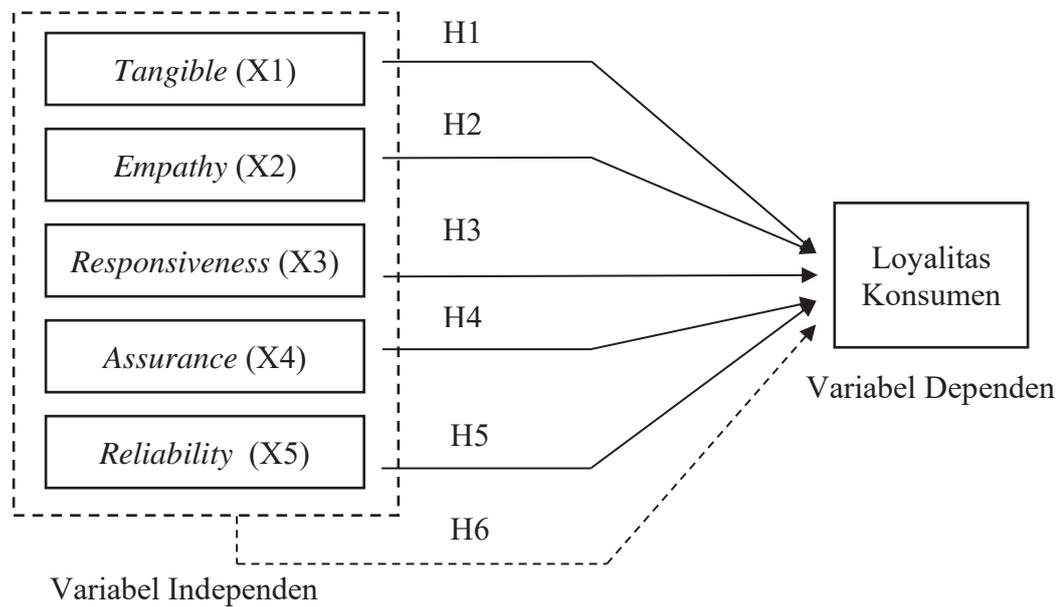
Penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi Lab Rana dalam memenangkan persaingan berdasarkan kualitas layanan sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen yang bertujuan untuk meningkatkan dan mempertahankan konsumen Lab Rana.

3. Bagi Pihak Lain

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat berguna sebagai tambahan informasi, menambah wawasan dan menjadi referensi penelitian dengan permasalahan yang sama namun pada waktu dan tempat yang berbeda.

## 1.5. Kerangka Pemikiran

Gambar 0.3 Model Kerangka Pemikiran



Kualitas pelayanan (*service quality*) diuji pada setiap pertemuan dalam pelayanan. Pelayanan yang buruk dapat berdampak pada rendahnya niat beli ulang konsumen. Kualitas pelayanan merupakan elemen yang kritical bagi persepsi pelanggan. Pada perusahaan yang murni menjual jasa (contohnya layanan kesehatan, jasa keuangan, pendidikan), kualitas pelayanan menjadi elemen yang dominan terhadap evaluasi pelanggan (Wilson, Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2020). *Service Quality* menjadi suatu topik yang dapat menggambarkan kebutuhan akan kualitas di dalam jasa yang digunakan konsumen. Pengertian dari kualitas pelayanan atau *Service Quality* dapat diartikan sebagai derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan. (Tjiptono & Chandra, 2016). Menurut Berry, Parasuraman, & Zeithaml (1988) dalam Ryu, Lee, & Kim (2012) menyebutkan ada lima dimensi *service quality*:

### 1. *Tangible*

Bukti fisik atau sesuatu yang bisa dilihat. Kemampuan sebuah perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya secara fisik pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasana fisik perusahaan dan

keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. *Empathy*

Hadirnya dan memberikan perhatian yang sepenuhnya jujur secara individual atau pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami konsumen.

3. *Responsiveness*

Yaitu inisiatif untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan alur penyampaian informasi yang jelas.

4. *Assurance*

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.

5. *Reliability*

Yaitu daya perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara cermat, akurat dan terpercaya.

Tjiptono & Chandra (2016) menyatakan bahwa sudah cukup lama loyalitas pelanggan sering sekali berhubungan dengan perilaku pembelian ulang. Keduanya memang berhubungan namun, sesungguhnya berbeda. Menurut Nugroho (2005) dalam Fikri, Wiyani, & Suwandar (2016) loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai sebuah tingkatan kesetiaan dari pelanggan dalam memakai suatu merek produk atau jasa pada masa dan waktu tertentu saat situasi dimana banyak pilihan produk ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelanggan memiliki kemampuan. Kotler & Keller (2016) bahwa loyalitas merupakan komitmen yang dipegang dengan erat untuk melakukan pembelian kembali atau berlangganan kembali dengan produk atau layanan yang disukai di masa depan meskipun ada pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku. Prasetyorini (2003) dalam Fikri, Wiyani dan Suwandar (2016), "Kualitas pelayanan secara harfiah adalah pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik dan memelihara dan mempertahankan pelanggan dan menambah pelanggan baru". Adapun menurut Kaura, Prasad, & Sharma (2015) dalam Ismail & Mohd Yunan (2016), "*The good quality of service will convincingly client to repeat the*

*demand of service.”; “The quality of service that fulfils customer expectation will gain the customer loyalty. This intention will make customer’s favorable inclination a service relative to other firms offering the same service”.*

### **1.6. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis menarik hipotesis sebagai berikut:

- H1, H2, H3, H4, H5: Dimensi *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *assurance*, dan *reliability* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara parisal.
- H6: Dimensi *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *assurance*, dan *reliability* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen secara simultan.