

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN *JRX POOL & CAFÉ***



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

Feny Farlin Susanto

2016120195

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

BANDUNG

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER
LOYALTY OF JRX POOL & CAFÉ**



UNDERGRADUATE THESIS

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

By:

Feny Farlin Susanto

2016120195

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN MANAGEMENT

Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/III/2022

BANDUNG

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN



PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
JRX POOL & CAFÉ

Oleh:
Feny Farlin Susanto
2016120195

PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Juli 2023

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 dibawah ini,

Nama : Feny Farlin Susanto
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 21 Februari 1998
NPM : 2016120195
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN JRX *POOL & CAFÉ*

Yang telah diselesaikan dibawah 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 dengan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang saksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya iliah 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 ilmiahnya yang digunakannya untuk mendapat 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 2023

Dinyatakan tanggal :

Pembuat pernyataan :



(Feny Farlin Susanto)

ABSTRAK

Saat ini banyak orang yang melakukan olahraga untuk mengisi waktu luangnya, bahkan sudah menjadikannya sebagai hobi. Olahraga pun memiliki banyak jenisnya yaitu seperti futsal, renang, basket, tenis, dan lainnya. Adapun olahraga yang tidak terlalu mengandalkan kegiatan fisik yang berat melainkan lebih mengandalkan otak (konsentrasi), salah satunya adalah olahraga *billiard*. Berdasarkan observasi penulis, biasanya tempat *billiard* berada di kota-kota besar. Salah satu tempat *billiard* yang cukup terkenal di Bandung adalah JRX Pool & Café, selain untuk bermain *billiard*, JRX juga menyediakan *café*. Total pendapatan dan kapasitas terpakai di JRX Pool & Café pada bulan Oktober 2022 sampai dengan April 2023 mengalami penurunan. Berdasarkan *preliminary research* yang dilakukan penulis, dapat diketahui bahwa seluruh responden sudah lebih dari satu kali mengunjungi JRX. Dari 26 responden, alasan terbanyak konsumen mengunjungi JRX Pool & Café adalah karena faktor *service quality*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap loyalitas konsumen JRX Pool & Café. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *service quality* yang diukur melalui lima dimensi yaitu *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sedangkan variabel dependen adalah loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kuantitatif.

Hasil dari olahan data penulis terhadap 100 responden menunjukkan bahwa variabel *service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen dengan kontribusi sebesar 47.4% dan sisanya sebesar 52.6% merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: *service quality*, loyalitas konsumen

ABSTRACT

Today many people do sports to fill their spare time, even making it a hobby. Sports also have many types, such as futsal, swimming, basketball, tennis, and others. As for sports that do not rely too much on strenuous physical activities but rely more on the brain (concentration), one of them is billiards. Based on the author's observations, usually billiard places are in big cities. One of the most famous billiard places in Bandung is JRX Pool & Café. In addition to playing billiards, JRX also provides a café. Total revenue and capacity used at JRX Pool & Café from October 2022 to April 2023 has decreased. Based on the preliminary research conducted by the author, it can be seen that all respondents have visited JRX more than once. Of the 26 respondents, the most reason consumers visited JRX Pool & Café was due to the service quality factor.

The purpose of this study was to determine the effect of service quality on consumer loyalty at JRX Pool & Café. The independent variable in this study is service quality which is measured through five dimensions, namely tangibility, reliability, responsiveness, assurance, and empathy while the dependent variable is customer loyalty. This research uses descriptive method and quantitative approach.

The results of processing the author's data on 100 respondents show that the service quality variable has a significant influence on the consumer loyalty variable with a contribution of 47.4% and the remaining 52.6% is a contribution from other factors outside of this study.

Keywords: *service quality, consumer loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Konsumen JRX *Pool & Café*”. Penelitian ini merupakan salah syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Adapun pihak-pihak yang turut serta dalam mendukung dan membantu penyelesaian penelitian ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua, kakak, dan adik yang selalu mendukung, membantu, memberikan nasihat dan mendoakan penulis.
2. Reinhart Nehemia Suy yang selalu ada, mendukung, membantu, menemani, serta memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Pak Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si., yang penulis hormati selaku dosen pembimbing yang selalu membantu, meluangkan waktu dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Teresia Debby, SE., MSM., selaku dosen wali yang juga banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini, memberikan semangat dan nasihat kepada penulis.
5. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si., yang penulis hormati selaku dekan Fakultas Ekonomi di Universitas Katolik Parahyangan.
6. WD I, WD II, dan WD III yang penulis hormati selaku wakil dekan yang membantu dan menjadi perantara bagi penulis untuk dapat melanjutkan dan menyelesaikan kuliah pada jenjang pendidikan S1 di Universitas Katolik Parahyangan.
7. Dr. Istiharini, SE., MM., CMA., CPM., yang saya hormati selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen di Universitas Katolik Parahyangan.
8. Livia Christy selaku sahabat penulis yang selalu ada ketika penulis membutuhkan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

9. Iqbal, Budiman, June, dan Mega selaku sahabat penulis di jurusan Manajemen UNPAR yang selalu menyemangati penulis dan memberikan bantuan.
10. Hanna Claudia dan Nana selaku teman penulis yang selalu mendukung dan menyemangati penulis.
11. Bang Lukman selaku pegawai *JRX Pool & Café* yang menyemangati dan mendukung penulis baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Seluruh teman-teman di *JRX Pool & Café* yang telah membantu dan mendukung penulis dalam pengisian dan penyebaran kuisisioner.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk penulis dapat memperbaiki penelitian ini di kemudian hari. Semoga penelitian ini dapat berguna bagi saya dan pihak lain yang berkepentingan.

Bandung, 18 Juli 2023

Feny Farlin Susanto

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Penelitian.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Marketing.....	13
2.2 Marketing Management.....	14
2.3 Marketing Mix.....	16
2.4 Marketing Mix Jasa.....	17
2.5 Jasa.....	18
2.5.1 Karakteristik Jasa.....	19
2.6 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	20
2.7 Kepuasan Konsumen.....	22
2.8 Loyalitas Konsumen.....	23
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	26
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	26
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	28
3.5 Pengukuran Variabel.....	29
3.6 Uji Validitas & Reliabilitas.....	30
3.6.1 Uji Validitas.....	30
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	31

3.7.1 Uji Normalitas	32
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	32
3.7.3 Uji Linearitas	32
3.8 Teknik Analisis Data.....	32
3.9 Uji Hipotesis	33
3.10 Objek Penelitian.....	33
3.10.1 Profil Perusahaan.....	34
3.10.2 Profil Responden	34
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Analisis Deskriptif Atas <i>Service Quality</i>	37
4.1.1 <i>Tangibility</i>	37
4.1.2 <i>Reliability</i>	39
4.1.3 <i>Responsiveness</i>	41
4.1.4 <i>Assurance</i>	43
4.1.5 <i>Empathy</i>	45
4.2 Analisis Deskriptif Atas Loyalitas Konsumen.....	48
4.3 Rekapitulasi Skor Variabel <i>Service Quality</i> dan Loyalitas Konsumen	50
4.4 Analisis Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	51
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	52
4.4.2 Analisis Linear Sederhana.....	54
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	64
RIWAYAT HIDUP PENULIS	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan harga penyewaan <i>billiard</i> di kota Bandung.....	2
Tabel 1.2 Total jumlah transaksi (Oktober 2022- April 2023) <i>JRX Pool & Café</i> ..	2
Tabel 1.3 Total pendapatan penyewaan <i>table</i> dalam sebulan (dalam rupiah).....	3
Tabel 1.4 Persentase kapasitas yang terpakai (%) di <i>JRX Pool & Café</i>	3
Tabel 1.5 Preliminary research.....	5
Tabel 2.1 Indikator <i>Service Quality</i>	23
Tabel 2.2 Indikator Loyalitas.....	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	29
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliability.....	31
Tabel 3.4 Profil Jenis Kelamin Responden.....	35
Tabel 3.5 Profil Usia Responden.....	35
Tabel 3.6 Profil Pekerjaan Responden.....	36
Tabel 4.1 Kepuasan terhadap kelengkapan dan kualitas perlengkapan di <i>JRX Pool & Cafe</i>	37
Tabel 4.2 Kepuasan terhadap fasilitas bersih dan desain fasilitas yang menarik di <i>JRX Pool & Cafe</i>	37
Tabel 4.3 Kepuasan terhadap tersedianya mesin elektronik untuk melakukan transaksi di <i>JRX Pool & Cafe</i>	38
Tabel 4.4 Rata-rata pada Dimensi <i>Tangibility</i>	39
Tabel 4.5 Kepuasan terhadap kejelasan dan keandalan prosedur di <i>JRX Pool & Cafe</i>	39
Tabel 4.6 Kepuasan terhadap prosedur dan sistem untuk menyimpan data pelanggan di <i>JRX Pool & Cafe</i>	40
Tabel 4.7 Kepuasan terhadap pemberian proses layanan dari awal sampai akhir di <i>JRX Pool & Cafe</i>	40
Tabel 4.8 Rata-rata pada Dimensi <i>Reliability</i>	41
Tabel 4.9 Kepuasan terhadap kecepatan karyawan dalam menangani kebutuhan konsumen di <i>JRX Pool & Cafe</i>	41
Tabel 4.10 Kepuasan terhadap proses pemberian layanan oleh karyawan di <i>JRX Pool & Cafe</i>	42
Tabel 4.11 Kepuasan terhadap ketanggapan karyawan dan pemenuhan permintaan konsumen di <i>JRX Pool & Cafe</i>	42
Tabel 4.12 Rata-rata pada Dimensi <i>Responsiveness</i>	43

Tabel 4.13 Kepuasan terhadap pengetahuan dan kemampuan karyawan melakukan pekerjaan dengan baik di <i>JRX Pool & Cafe</i>	43
Tabel 4.14 Kepuasan terhadap karyawan dalam pemberian layanan dan keamanan pelanggan dalam bertransaksi di <i>JRX Pool & Cafe</i>	44
Tabel 4.15 Kepuasan terhadap sikap sopan dan cara pemberian layanan oleh karyawan di <i>JRX Pool & Cafe</i>	44
Tabel 4.16 Rata-rata pada Dimensi <i>Assurance</i>	45
Tabel 4.17 Kepuasan terhadap kepedulian karyawan di <i>JRX Pool & Cafe</i>	46
Tabel 4.18 Kepuasan terhadap karyawan dalam mengetahui kebutuhan konsumen dan pemberian informasi di <i>JRX Pool & Cafe</i>	46
Tabel 4.19 Kepuasan terhadap penjelasan yang jelas setiap ada masalah di <i>JRX Pool & Cafe</i>	47
Tabel 4.20 Rata-rata pada Dimensi <i>Empathy</i>	47
Tabel 4.21 Saya lebih suka bermain <i>billiard</i> di <i>JRX Pool & Cafe</i>	48
Tabel 4.22 Saya akan tetap bermain di <i>JRX Pool & Cafe</i> walaupun ada penawaran dari pesaing.....	48
Tabel 4.23 Saya lebih suka membeli makanan dan minuman di <i>cafe JRX</i> daripada <i>cafe</i> lain.....	49
Tabel 4.24 Saya lebih suka datang ke <i>JRX Pool & Cafe</i> daripada tempat lain....	49
Tabel 2.25 Rata-rata Variabel Loyalitas Konsumen.....	50
Tabel 4.26 Rekapitulasi Skor Variabel <i>Service Quality</i>	50
Tabel 4.27 Rekapitulasi Skor Variabel Loyalitas Konsumen.....	51
Tabel 4.28 Hasil Uji Linearitas.....	53
Tabel 4.29 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4.30 Hasil Uji T.....	54
Tabel 4.31 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1a Model Penelitian.....	12
Gambar 4.1a Histogram.....	52
Gambar 4.1b Normal P-Plot.....	52
Gambar 4.1c Hasil Uji Heteroskestisitas.....	53

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap orang memiliki hobi dan kesenangannya masing-masing, salah satunya adalah hal yang berbau olahraga. Saat ini banyak orang yang melakukan olahraga untuk mengisi waktu luangnya, bahkan sudah menjadikannya sebagai hobi. Selain untuk menjaga kesehatan tubuh, olahraga juga dapat memberi kesenangan bagi para pelakunya. Olahraga pun memiliki banyak jenisnya yaitu seperti futsal, renang, basket, tenis, dan lainnya. Dalam melakukan aktivitas sehari-hari manusia, dapat dikatakan bahwa manusia tersebut sudah melakukan olahraga seperti berjalan, mengangkat barang, dan lain sebagainya. Biasanya olahraga dikaitkan dengan kegiatan fisik yang dapat menguras energi dan keringat, seperti futsal, badminton, renang, dan sebagainya (Ricky, 2013).

Adapun olahraga yang tidak terlalu mengandalkan kegiatan fisik yang berat melainkan lebih mengandalkan otak (konsentrasi), salah satunya adalah olahraga *billiard*. Olahraga *billiard* banyak digemari oleh hampir semua kalangan terutama laki-laki, baik remaja maupun orang yang sudah dewasa dengan rentang usia 12-45 tahun (Almi, et al., 2022). Lebih lanjut, selain tidak menguras banyak energi, olahraga satu ini juga memberikan kesenangan karena dianggap juga sebagai permainan. Olahraga ini memerlukan ketahanan serta keadaan fisik yang prima supaya mampu berkonsentrasi dengan baik dan stabil.

Berdasarkan observasi penulis, biasanya tempat *billiard* berada di kota-kota besar. Di Bandung sendiri memiliki banyak tempat untuk bermain *billiard*, salah satunya adalah *JRX Pool & Café*. *JRX Pool & Café* pun memiliki beberapa pesaing diantaranya adalah *Barcode Pool Table*, *Moonstars Billiard & Café*, *Breakshot Pool & Café*, dan lain-lain yang memiliki harga dan penawaran yang berbeda-beda. Berikut merupakan Tabel 1.1 yang memperlihatkan daftar perbandingan harga *regular* (belum termasuk pajak) beberapa tempat *billiard* yang ada di Bandung.

Tabel 1.1
Perbandingan harga penyewaan *billiard* di kota Bandung

No	Nama Tempat	Harga Reguler/Jam
1	JRX <i>Pool & Café</i>	Rp60.000
2	Barcode <i>Pool Table</i>	Rp55.000
3	Moonstars <i>Billiard & Café</i>	Rp40.000 (13.00- 16.00) Rp60.000 (17.00- 01.00)
4	Breakshot <i>Pool & Café</i>	Rp35.000 (12.00-16.00) Rp55.000 (16.00- 01.00)

Sumber: Olahan Penulis

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa JRX *Pool & Café* memiliki harga *regular* yang lebih tinggi dari beberapa pesaing. JRX *Pool & Café* tersebut merupakan tempat bermain *billiard* sekaligus *café* sehingga pengunjung tidak hanya dapat bermain *billiard*, namun dapat bersantai di *café*. Berikut merupakan daftar jumlah *table* yang tersewa di JRX *Pool & Café* selama 7 bulan (Tabel 1.2).

Tabel 1.2
Total jumlah transaksi (Oktober 2022- April 2023) JRX *Pool & Café*

	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April
PAKET 1	1847	1915	2196	1927	1875	1603	643
PAKET 2	279	323	253	394	268	187	79
PAKET 3	145	97	121	109	151	120	65
PAKET 4	450	388	478	223	193	256	87
MEMBER	243	269	271	286	279	251	164
POOL	709	992	1105	987	953	783	432
HAPPY HOURS	291	305	313	290	263	248	103

Sumber: Data Perusahaan

Tabel 1.2 diatas merupakan data jumlah kunjungan (perbulan) pada bulan Oktober 2022 sampai bulan April 2023 berdasarkan jumlah *table* yang tersewa. Dari data diatas, dapat dilihat bahwa Paket 1 merupakan penawaran yang

paling banyak diminati oleh konsumen dengan jumlah transaksi yang paling banyak terutama di bulan Desember yang mencapai 2196 transaksi.

Tabel 1.3
Total pendapatan penyewaan *table* dalam sebulan (dalam rupiah)

	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April
PAKET 1	184,700,000	191,500,000	219,600,000	192,700,000	187,500,000	160,300,000	64,300,000
PAKET 2	30,690,000	35,530,000	27,830,000	43,340,000	29,480,000	20,570,000	8,690,000
PAKET 3	18,850,000	12,610,000	15,730,000	14,170,000	19,630,000	15,600,000	8,450,000
PAKET 4	63,000,000	54,320,000	66,920,000	31,220,000	27,020,000	35,840,000	12,180,000
MEMBER							
POOL	85,080,000	119,040,000	132,600,000	118,440,000	114,360,000	93,960,000	51,840,000
HAPPY HOURS	20,370,000	21,350,000	21,910,000	20,300,000	18,410,000	17,360,000	7,210,000
TOTAL	402,690,000	434,350,000	484,590,000	420,170,000	396,400,000	343,630,000	152,670,000

Sumber: Olahan penulis

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, pendapatan terbesar diperoleh pada bulan Desember 2022 dan pendapatan terendah diperoleh pada bulan April 2023. Dapat dilihat juga bahwa terjadi penurunan pendapatan pada bulan Januari, Februari, Maret, dan April 2023. JRX sendiri memiliki total 25 *table* yang tersedia untuk bermain *billiard* dengan jam operasional dari pukul 11 siang sampai pukul 12 malam. Berdasarkan jumlah 25 *table* yang tersedia dan 13 jam operasional tersebut, penulis dapat menghitung kapasitas maksimal penyewaan *table billiard* di JRX *Pool & Café* selama sebulan. Berikut merupakan tabel 1.4 yang menunjukkan kapasitas terpakai (perbulan) di JRX *Pool & Café*.

Tabel 1.4
Persentase kapasitas yang terpakai (%) di JRX *Pool & Café*

	Kapasitas	Kapasitas terpakai	% Kapasitas terpakai
Oktober	10075	7928	78,69%
November	9750	8578	87,98%
Desember	10075	9474	94,03%
Januari	10075	8432	83,69%

Tabel 1.4
Persentase kapasitas yang terpakai (%) di JRX Pool & Café (Lanjutan)

	Kapasitas	Kapasitas terpakai	% Kapasitas terpakai
Februari	9100	7964	87,52%
Maret	10075	6896	68,45%
April	9750	3146	32,27%

Sumber: Olahan penulis

Berdasarkan tabel 1.4 diatas, perhitungan pada kolom Kapasitas adalah sebagai berikut: (jumlah hari dalam 1 bulan X total jam operasional X total jumlah meja), pada kolom Kapasitas Terpakai yang perhitungannya adalah sebagai berikut: (2 jam X kuantitas total transaksi Paket 1) + (2 jam X kuantitas total transaksi Paket 2) + (2 jam X kuantitas total transaksi Paket 3) + (2 jam X kuantitas total transaksi Paket 4) + (2 jam X kuantitas total transaksi *Member*) + (2 jam X kuantitas total transaksi Reguler) + (2 jam X kuantitas total transaksi *Happy Hours*). Penulis mengasumsikan rata-rata lama penyewaan meja *billiard* pada penawaran *Pool*, *Member*, dan *Happy Hours* adalah sebesar 2 jam.

Setelah penulis membandingkan jumlah kapasitas dengan kapasitas yang terpakai, terlihat bahwa kapasitas terpakai di JRX Pool & Café mengalami penurunan. JRX Pool & Cafe sendiri menawarkan promo-promo berbeda, seperti promo *Happy Hours*, Paket, *Member*, dll. Berdasarkan tabel diatas, Paket 1 merupakan paket bermain *billiard* selama 2 jam termasuk 1 makanan ringan dengan harga Rp 100.000, Paket 2 merupakan paket bermain *billiard* selama 2 jam termasuk 2 *hot/ice Americano* dengan harga Rp 110.000, Paket 3 merupakan paket bermain *billiard* selama 2 jam termasuk 2 *chicken lemongrass/chicken blackpepper* dan 2 *mineral water* dengan harga Rp 130.000, Paket 4 merupakan paket bermain *billiard* selama 2 jam termasuk 2 *spagetti aglio olio/spaggetti carbonara* dan 2 *mineral water* dengan harga Rp 140.000, *Member* merupakan paket bermain selama 3 jam mulai pukul 11.00 sampai pukul 14.00 dengan harga Rp 300.000/ 2 bulan dan ada *minimal order* makanan/minuman sebesar Rp 30.000, *Happy Hours* merupakan promo bermain *billiard* dengan harga Rp 35.000/jam hanya dari pukul 11.00 sampai pukul 14.00. Hal tersebut merupakan salah satu cara perusahaan untuk menarik para pengunjung bahkan untuk membuat konsumen tersebut melakukan kunjungan ulang.

Niat kunjung ulang merupakan keputusan atas pembelian/kunjungan kembali berdasarkan pengalaman yang telah dialami. Pengalaman tersebut memberikan kesan yang positif, dimana konsumen mendapatkan apa yang dia butuhkan dan inginkan, sehingga konsumen melakukan pembelian/kunjungan ulang. Dalam hal ini, *marketing mix (price, promotion, place, product, physical evidence, people, process)* merupakan langkah yang tepat untuk mempertimbangkan seluruh faktor operasional karena *marketing mix* dapat melihat dari berbagai sisi pemasaran. Dalam hal memasarkan produk, *marketing mix* merupakan salah satu konsep kunci dalam teori pemasaran *modern* dan dapat disesuaikan dengan pasar sasaran (Christine & Budiawan, 2019).

Berdasarkan gejala diatas, penulis melakukan *preliminary research* dengan menyebarkan kuisioner kepada pengunjung *JRX Pool & Café* untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai niat kunjung ulang. Berikut merupakan hasil kuisioner yang telah disebarkan penulis.

Tabel 1.5
Preliminary research

Responden	Pertanyaan		
	Berapa usia anda?	Apakah anda sudah mengunjungi JRX lebih dari 1 kali?	Alasan mengunjungi kembali JRX ?
1	25	Ya	Tempatnya nyaman, asik, pelayanannya ok, pegawai ramah
2	25	Ya	Tempatnya nyaman, banyak teman, ga terlalu jauh dari rumah, bisa nongkrong lama
3	24	Ya	Tempat nyaman, jarak antar meja cukup luas, menyediakan paket dengan harga yang murah, beberapa pegawai <i>friendly</i> , banyak teman
4	26	Ya	<i>Price</i>

Tabel 1.5
Preliminary research (Lanjutan)

Responden	Pertanyaan		
	Berapa usia anda?	Apakah anda sudah mengunjungi JRX lebih dari 1 kali?	Alasan mengunjungi kembali JRX ?
5	20	Ya	Tempat nyaman, nambah relasi pertemanan, suka olahraga
6	26	Ya	Enak mainnya
7	32	Ya	Deket dari rumah
8	22	Ya	Tempatnya asik
9	21	Ya	Mantap
10	25	Ya	Seru, nyaman
11	26	Ya	Tempatnya enak, makanannya enak, pegawainya juga enak
12	25	Ya	Seru, tempatnya nyaman, ada paket <i>member</i> , mejanya impor, <i>waitressnya</i> ramah, pelayanan bagus, <i>fast respon</i> , harga terjangkau, <i>wifi</i> kencang
13	23	Ya	Tempatnya yang seru
14	30	Ya	Mencari suasana dari rutinitas yang dilakukan setiap harinya sambil berolahraga
15	23	Ya	Tempatnya nyaman, pelayannya cepat, wcnya bersih, serta banyak promo yang menguntungkan
16	26	Ya	Murah dibandingkan tempat lain
17	25	Ya	Tempatnya nyaman, orangnya ramah”, diajak teman
18	30	Ya	<i>Member</i> , suka suasananya, nyaman
19	24	Ya	Tempat nyaman dan asik

Tabel 1.5
Preliminary research (Lanjutan)

20	20	Ya	Tempatnya enak, banyak teman
21	28	Ya	Diajak teman, banyak cewek cantik dan asik tempatnya
22	27	Ya	Sudah banyak yang kenal
23	25	Ya	Pekerjanya ramah, nyaman
24	25	Ya	Tempatnya nyaman
25	26	Ya	Harganya pas, pegawainya <i>friendly</i> , pelayananya oke, tempatnya nyaman
26	29	Ya	Banyak promo dan paket yang menarik, suka mengadakan <i>home tournament</i> , pelayan ramah, banyak teman <i>member</i> JRX

Sumber: Hasil olahan penulis

Dari data kuisioner diatas, dapat dilihat bahwa ada total 26 responden yang telah mengisi kuisioner tersebut dari rentang usia 20-32 tahun. Dari 25 orang responden tersebut, mengatakan bahwa mereka melakukan kunjungan ke JRX *Pool & Café* lebih dari 1 kali, yang berarti mereka melakukan kunjungan ulang dan bukanlah pengunjung baru. Adapun penulis menanyakan pertanyaan terbuka mengenai alasan pengunjung tersebut melakukan kunjungan ulang ke JRX *Pool & Café*. Alasan paling banyak pengunjung melakukan kunjungan ulang adalah karena tempatnya nyaman/enak, dituliskan oleh 18 responden. Alasan terbanyak kedua adalah pegawai ramah atau *friendly*, dituliskan oleh 8 responden. Berdasarkan jawaban terbanyak tersebut, tempat yang nyaman dan pegawai yang ramah merupakan bagian dari *service quality* perusahaan tersebut.

Menurut Sudaryanto (2020), loyalitas merupakan salah satu bentuk dari kesediaan konsumen untuk kembali menggunakan produk/jasa, yang didukung oleh kekuatan dan sikap positif terhadap produk/jasa tersebut. Dalam hal ini, konsumen yang melakukan kunjungan lebih dari satu kali tersebut memiliki loyalitas terhadap JRX *Pool & Café*, sehingga mereka melakukan kunjungan ulang.

Menurut Erica & Rasyid (2018), dasar dari loyalitas konsumen adalah loyalitas terhadap merek tertentu. Loyalitas konsumen tercipta ketika mereka merasa puas dengan merek atau layanan yang diberikan, dan memiliki niat untuk terus menjalin hubungan. Konsumen yang setia pada suatu merek biasanya akan tetap memilih produk tersebut, meskipun ada banyak alternatif lain yang tersedia.

Berdasarkan paparan fenomena yang terjadi di *JRX Pool & Café* diatas menunjukkan bahwa *service quality* memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Service Quality* Terhadap Loyalitas Konsumen *JRX Pool & Café*”.**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

1. Bagaimana *service quality* di *JRX Pool & Café*?
2. Bagaimana loyalitas konsumen terhadap *JRX Pool & Café*?
3. Bagaimana pengaruh *service quality* terhadap loyalitas konsumen *JRX Pool & Café*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui *service quality* di *JRX Pool & Café*
2. Untuk mengetahui loyalitas konsumen terhadap *JRX Pool & Café*
3. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap loyalitas konsumen ke *JRX Pool & Café*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan
Perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan *service quality* yang berpengaruh pada loyalitas konsumen ke *JRX Pool & Cafe*, sehingga perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat.
2. Bagi Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan penulis dan dapat menerapkan ilmu- ilmu manajemen pemasaran yang telah didapatkan

selama berkuliah di UNPAR pada penelitian ini khususnya di dunia usaha yang sesungguhnya.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca mengenai pemasaran, khususnya pengaruh *service quality* terhadap loyalitas dan dapat dijadikan inspirasi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Kerangka Penelitian

Jasa merupakan produk yang secara dominan tidak berwujud yang berupa perbuatan, usaha atau kinerja (Hoffman & Bateson, 2019). Produk sebuah jasa hanya dapat dinilai pada saat konsumen tersebut mengkonsumsinya. Jasa hanya bisa dikonsumsi, tetapi tidak bisa dimiliki oleh konsumen. Hal yang dibeli dari jasa adalah kinerja atau usaha yang diberikan perusahaan kepada konsumen tersebut (Fatihudin & Firmansyah, 2019).

Service quality merupakan penyampaian secara tepat dalam menyeimbangkan harapan konsumen sebagai bentuk usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Ibrahim & Thawil, 2019). Ramya, et al. (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai: “*the delivery of excellent or superior service relative to customer expectation*”. Berikut merupakan lima dimensi yang berkaitan dengan *service quality*, yaitu:

1. *Reliability*

Reliability didefinisikan sebagai kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Dalam arti luas keandalan berarti, perusahaan jasa menjanjikan tentang pengiriman, ketentuan layanan, penyelesaian masalah, dan harga. Konsumen suka berbisnis dengan perusahaan-perusahaan yang menepati janji mereka. jadi itu adalah elemen penting dalam persepsi *service quality* dengan harapan pelanggan akan realibilitas.

2. *Responsiveness*

Responsiveness adalah kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat. Hal ini berfokus pada sikap dan ketepatan dalam menangani permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah pelanggan serta berfokus pada ketepatan waktu, kehadiran, komitmen

profesional, dan lain-lain dari karyawan atau staf perusahaan. Hal tersebut dapat dihitung pada lamanya pelanggan menunggu bantuan, jawaban untuk pertanyaan dll. Kondisi daya tanggap dapat ditingkatkan dengan terus melihat proses pengiriman layanan dan sikap karyawan terhadap permintaan pelanggan.

3. *Assurance*

Dimensi ketiga dari kualitas pelayanan adalah dimensi jaminan. *Assurance* dapat didefinisikan sebagai pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan perusahaan dan karyawannya untuk terus menjaga kepercayaan pelanggan mereka. Dimensi ini berfokus pada pengetahuan pekerjaan dan keterampilan, akurasi, kesopanan karyawan dan keamanan yang dijamin oleh perusahaan.

4. *Empathy*

Dimensi lain dari kualitas pelayanan adalah *Empathy*, didefinisikan sebagai kepedulian, perhatian individual memberikan kepada pelanggan dengan perusahaan jasa mereka. Dimensi ini mencoba menyampaikan makna melalui personalisasi atau layanan individual bahwa pelanggan unik dan khusus untuk perusahaan. Fokus dari dimensi ini adalah pada berbagai layanan yang memenuhi kebutuhan yang berbeda dari pelanggan, layanan individual atau personal dll. Dalam hal ini pihak penyedia jasa perlu mengetahuinya kebutuhan atau keinginan dan preferensi pribadi pelanggan.

5. *Tangibility*

Dimensi kualitas pelayanan yang kelima adalah *Tangibility* yang didefinisikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, komunikasi bahan dan teknologi. Semua ini menyediakan cukup petunjuk kepada pelanggan tentang kualitas layanan dari perusahaan. Juga, dimensi ini meningkatkan citra dari perusahaan. Oleh karena itu dimensi berwujud sangat penting untuk perusahaan dan mereka perlu berinvestasi besar-besaran dalam mengatur fasilitas fisik.

Service quality yang baik akan memberikan kepuasan konsumen dengan memanfaatkan ulang dan merekomendasikan layanan kepada orang disekitarnya (Rahmiati & Temesvari, 2019). *Service quality* dan *customer*

satisfaction memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen tersebut menghasilkan loyalitas konsumen, dengan demikian *service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen (Fida, et al., 2020).

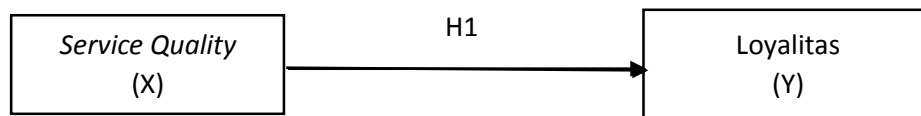
Menurut Nurlestari (2016), kepuasan konsumen merujuk pada perasaan positif atau negatif yang dialami oleh seseorang setelah melakukan perbandingan kinerja suatu produk dengan harapan yang dimilikinya. Apabila suatu produk sesuai dengan harapan, maka konsumen tersebut akan merasa puas. Namun, jika suatu produk tidak memenuhi harapan, konsumen tersebut akan merasa tidak puas. Ada beberapa faktor yang mendorong kepuasan konsumen, yaitu:

1. Kualitas produk, konsumen akan mengalami kepuasan setelah mereka membeli atau menggunakan produk dan layanan yang sesuai dengan ekspektasi dan memiliki kualitas baik.
2. Harga, bagi konsumen dengan sensitivitas yang tinggi, umumnya mereka akan menghargai harga yang terjangkau namun tetap memiliki kualitas produk yang baik, karena hal ini dianggap sebagai nilai tambah yang penting untuk mencapai kepuasan konsumen.
3. Kualitas pelayanan, untuk memenuhi harapan pelanggan, perusahaan sebaiknya fokus pada peningkatan pelayanan yang optimal kepada pelanggan dan secara terus-menerus mengevaluasi layanan yang diberikan secara langsung, baik melalui pelatihan pengetahuan produk kepada seluruh karyawan maupun dalam cara menangani keluhan pelanggan secara tepat.
4. Kemudahan, kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh tingkat kemudahan dan kenyamanan saat mencapai lokasi tujuan.

Menurut Sonatasia & Arini (2020), secara garis besar, loyalitas konsumen merupakan kesetiaan individu terhadap suatu produk, baik barang ataupun jasa tertentu. Loyalitas konsumen mencerminkan kepuasan yang diperoleh oleh konsumen dalam memanfaatkan fasilitas dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, serta niat untuk terus menjadi pelanggan perusahaan tersebut. Loyalitas konsumen mengacu pada perilaku pembelian kembali dengan memperhitungkan seluruh pengalaman yang dirasakan oleh konsumen selama menggunakan produk dan layanan dari perusahaan.

Berdasarkan paparan diatas, dapat dilihat bahwa *service quality* mempengaruhi niat kunjungan ulang terhadap *JRX Pool & Café*. Sehingga dapat dibuat model penelitian sebagai berikut :

Gambar 1.1
Model Penelitian



Sumber : Hasil *literature review* yang dilakukan penulis