



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen
di Kantin Papa Mama Bandung

Skripsi

Oleh
Malvin Giovanni
2013320090

Bandung
2018



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN-PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen
di Kantin Papa Mama Bandung**

Skripsi

Oleh

Malvin Giovanni

2013320090

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Malvin Giovanni Gunawan
Nomor Pokok : 2013320090
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Kantin
Papa Mama di Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 8 Agustus 2018
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji


Ketua sidang merangkap anggota

Marihot Tua Effendi, Drs., M.Si

: 

Sekretaris

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si


: 

Anggota

Gandhi Pawitan, Ph.D

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Malvin Giovanni

NPM : 2013320090

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas
Konsumen di Kantin Papa Mama Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak yang lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apa pun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui apabila pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 30 Juli 2018



Malvin Giovanni

Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Malvin Giovanni
NPM : 2013320090
Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas
Konsumen di Kantin Papa Mama Bandung

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak yang lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apa pun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui apabila pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 30 Juli 2018

Malvin Giovanni

ABSTRAK

Nama : Malvin Giovanni
NPM : 2013320090
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen di Kantin Papa Mama Bandung

Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap loyalitas konsumen di Kantin Papa Mama Bandung. Teknik apa yang dilakukan oleh Kantin Papa Mama Bandung dalam mencapainya dengan cara membandingkan teori yang ada dengan pelaksanaan yang dilakukan oleh Kantin Papa Mama Bandung

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian asosiatif dan analisis deskriptif, dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survei dan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan kuesioner. Hasil penelitian diolah dengan teknik analisis menggunakan statistik.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis, mendapat kesimpulan bahwa lima dimensi yang berada di dalam Kualitas Layanan yaitu *Tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* yang digunakan dalam aktivitas pemasaran oleh Kantin Papa Mama Bandung sudah berjalan dengan baik dan telah disetujui oleh responden baik loyalitas konsumen pada Kantin Papa Mama Bandung dalam keseluruhan pun sudah termasuk dalam kategori yang baik dan disetujui baik.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen ini juga telah dilakukan pengujian koefisien korelasi dari hasil olah data yang artinya strategi Brand Experience mendatangkan minat konsumen untuk datang ke Kantin Papa Mama Bandung dan menandakan konsumen Kantin Papa Mama Bandung menjadi loyal. Hasil dari analisis koefisien determinasi adalah Kualitas Layanan memberikan pengaruh sebesar 65.5% terhadap Loyalitas Konsumen. Sedangkan sebanyak 34.5% sisanya merupakan kontribusi pengaruh yang diberikan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Keseluruhan penggunaan dimensi Kualitas Layanan pada Kantin Papa Mama Bandung telah berjalan secara baik dengan dimensi *empathy* memiliki rata – rata tertinggi diikuti oleh *assurance*, *tangible*, *responsiveness*, dan *reliability* yang membuat meningkatnya konsumen dan loyalitas konsumen. Sarannya meningkatkan perkembangan Kantin Papa Mama dengan cara berjualan dengan membuka *foodtruck* atau membuka jasa *catering* di Kota Bandung.

Kata kunci : Kualitas Layanan dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

*Name : Malvin Giovanni
NPM : 2013320090
Title : The Influence Of Service Quality To Consumer Loyalty In
Kantin Papa Mama Bandung*

The main purpose of this research is to know the influence of Service Quality on consumer loyalty in Kantin Papa Mama Bandung. What technique is done by Kantin Papa Mama Bandung in achieving it by comparing the existing theory with the implementation done by Kantin Papa Mama Bandung.

Type of research used by writer is associative research and descriptive analysis, with research method used is survey research method and use technique of collecting interview data and questioner. The result of this research is analyzed by analyst technique using statistic.

The results of the research conducted by the authors, got the conclusion that the five dimensions yan are in the Brand Experience that is tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, that is used in marketing activities by Kantin Papa Mama Bandung has run well and has been approved by the respondents good loyalty consumers on Kantin Papa Mama Bandung in all are included in good category and well-tested.

The influence of Service Quality on Consumer Loyalty has also been tested correlation coefficient from the results of data processing which means Service Quality strategy brings consumer interest to come to Kantin Papa Mama Bandung and Kantin Papa Mama Bandung indicates the consumer to be loyal. The result of coefficient of determination analysis is Brand Experience give influence equal to 65.5% to Consumer Loyalty. While the remaining 34.5% is the contribution of influence given by other factors not examined in the study.

The overall use of the Service Quality dimension in Kantin Papa Mama Bandung has been well-run with the empathy dimensions having the highest average followed by assurance, tangible, responsiveness, dan reliability that makes consumer and consumer loyalty increasing. His advice is to improve the development of Kantin Papa Mama by selling it by opening a foodtruck or opening a catering service in the city of Bandung.

Keywords: Quality Service and Consumer Loyalty

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis dalam Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Penulis menyadari dalam perjalanan masa perkuliahan sampai dengan penulisan skripsi ini telah banyak pihak yang mendukung melalui berbagai cara. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu menyertai dari pertama sampai akhirnya, untuk berkat, perlindungan, dan kekuatan yang telah Kau beri dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua dan adikku tercinta yang selalu mendoakan, mendukung, dan atas semua kasih sayang, doa, nasihat, dan semangatnya. Dan tentunya untuk Alm. Lioe Hen Elly ibunda tercinta.
3. Ibu Fransisca Mulyono selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran dalam membimbing untuk penyusunan skripsi ini.
4. Catherine Christiani, terima kasih telah memberi semangat dan selalu menemani dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Ci Devy, Ci fety, dan semua sodara yang telah sangat baik mau memberi masukan-masukan dan semangat dalam menyusun skripsi ini sampai tuntas.
6. Adrian Litani, Christopher Alexander, David Wilanda, Vicky Kurnia, Calvin Leonardo, Kevin Rendian, Vincentius Hansel. Sekumpulan lelaki yang selalu menjadi motivasi dan semangat. Terima Kasih, sukses selalu untuk kita 'Derwo 2 Stroke'.
7. Fleming Yovianto. Terima kasih untuk semangat dan menjadi sahabat terbaik yang selalu siap memberi masukan, semangat, dan motivasi dalam menghadapi hadangan dan rintangan selama menempuh perkuliahan ini.
8. Semua keluarga besar dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini. Tuhan memberkati.

Bandung, 30Juli2018

Malvin Giovanni

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAK | i |
| <i>ABSTRACT</i> | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR TABEL..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| BAB IPENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 5 |
| BAB I IKERANGKA TEORITIS..... | 6 |
| 2.1 Kualitas Layanan | 6 |
| 2.1.1. Definisi Kualitas Pelayanan..... | 6 |
| 2.1.2. Karakteristik Jasa..... | 7 |
| 2.1.3 Manfaat Service Quality Bagi Konsumen Dan Perusahaan | 8 |
| 2.1.4 Dimensi Kualitas Layanan..... | 9 |
| 2.2 Loyalitas Konsumen | 11 |
| 2.2.1. Definisi Loyalitas Konsumen | 11 |
| 2.2.2. Jenis-jenis Loyalitas..... | 12 |
| 2.2.3. Dimensi Loyalitas Konsumen..... | 14 |
| 2.3. Penelitian Terdahulu | 15 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 20 |
| 3.1. Metode Penelitian dan Metode Pengumpulan Data..... | 20 |
| 3.2. Jenis penelitian..... | 21 |

| | |
|---|----|
| 3.3. Model Penelitian | 22 |
| 3.4. Variabel Penelitian..... | 22 |
| 3.4.1. Variabel Independen | 23 |
| 3.4.2. Variabel Dependen | 23 |
| 3.5. Operasionalisasi Variabel | 23 |
| 3.6. Populasi dan sampling | 26 |
| 3.6.1. Populasi..... | 26 |
| 3.6.2. Sampling | 27 |
| 3.7. Teknik Pengumpulan Data..... | 28 |
| 3.7.1. Pengujian Validitas | 28 |
| 3.7.2. Pengujian Reliabilitas | 29 |
| 3.8. Teknik Analisis Data..... | 30 |
| 3.9. Pengujian Hipotesis | 34 |
| | |
| BAB IV OBJEK PENELITIAN..... | 36 |
| 4.1. Sejarah Singkat Kantin Papa Mama | 36 |
| 4.2. Kegiatan Organisasi Perusahaan..... | 37 |
| 4.3. Bagan Organisasi dan Uraian Tugas..... | 37 |
| 4.4. Produk Perusahaan..... | 39 |
| | |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 5.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas..... | 41 |
| 5.1.1. Validitas..... | 41 |
| 5.1.2. Reliabilitas..... | 43 |
| 5.2. Profil Responden..... | 44 |
| 5.3. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan dan Loyalitas Konsumen | 47 |
| 5.3.1. Tanggapan Responden Mengenai kualitas layanan..... | 47 |
| 5.3.2. Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen..... | 57 |
| 5.3.3. Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Kualitas layanan | 60 |
| 5.3.4. Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen..... | 66 |

| | |
|---|--------|
| 5.4. <i>Metode Crosstabulation</i> | 68 |
| 5.4.1. Jenis Kelamin × Loyalitas Konsumen..... | 69 |
| 5.4.2. Usia × Loyalitas Konsumen | 71 |
| 5.5. Pengaruh Kualitas layanan terhadap Loyalitas Konsumen..... | 73 |
| 5.5.1. Uji Asumsi Klasik | 74 |
| 5.5.2. Regresi Linier Sederhana | 76 |
| 5.5.3. Koefisien Korelasi | 78 |
| 5.5.4. Koefisien Determinasi | 79 |
| 5.5.5. Pengujian Hipotesis (Uji t) | 80 |
| BAB VIKESIMPULAN DAN SARAN | 82 |
| 6.1 Kesimpulan | 82 |
| 6.2 Saran | 83 |
| DAFTAR PUSTAKA | 85 |
| LAMPIRAN | 87 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 1.1 | Data omset Kantin Papa Mama pada tahun 2014-2017..... | 2 |
| Tabel 1.2 | Hasil Wawancara Variabel Kualitas Layanan | 4 |
| Tabel 3.1 | Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan | 25 |
| Tabel 3.2 | Operasional Variabel Loyalitas Konsumen | 26 |
| Tabel 3.3 | Standar Penilaian Untuk Reliabilitas | 29 |
| Tabel 3.4 | Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi | 33 |
| Tabel 4.1 | Produk Perusahaan..... | 39 |
| Tabel 5.1 | Hasil Uji Validitas | 42 |
| Tabel 5.2 | Hasil Uji Reliabilitas..... | 43 |
| Tabel 5.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 44 |
| Tabel 5.4 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 44 |
| Tabel 5.5 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 45 |
| Tabel 5.6 | Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Responden Per Bulan..... | 46 |
| Tabel 5.7 | Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Datang ke Kantin Papa Mama selama 1 Bulan..... | 46 |
| Tabel 5.8 | Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Tangible</i> | 48 |
| Tabel 5.9 | Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Reliability</i> | 50 |
| Tabel 5.10 | Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Responsiveness</i> 52 | |
| Tabel 5.11 | Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Assurance</i> | 53 |
| Tabel 5.12 | Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Empathy</i> | 56 |

| | | |
|-------------|---|----|
| Tabel 5. 13 | Distribusi Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen .. | 57 |
| Tabel 5. 14 | Pedoman Kategorisasi..... | 59 |
| Tabel 5. 15 | Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Tangible</i> | 60 |
| Tabel 5. 16 | Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Reliability</i> | 61 |
| Tabel 5. 17 | Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Responsiveness</i> | 62 |
| Tabel 5. 18 | Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Assurance</i> | 63 |
| Tabel 5. 19 | Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Empathy</i> | 64 |
| Tabel 5. 20 | Rekapitulasi Gambaran Kualitas layanan | 65 |
| Tabel 5. 21 | Rekapitulasi Gambaran Loyalitas Konsumen..... | 66 |
| Tabel 5. 22 | <i>Output SPSS Crosstab</i> Uji <i>Chi-Square</i> Jenis Kelamin Terhadap Loyalitas Konsumen | 69 |
| Tabel 5. 23 | <i>Output SPSS Crosstab</i> Jenis Kelamin Terhadap Loyalitas Konsumen | 70 |
| Tabel 5. 24 | <i>Output SPSS Crosstab</i> Uji <i>Chi-Square</i> Usia Terhadap Loyalitas Konsumen | 71 |
| Tabel 5. 25 | <i>Output SPSS Crosstab</i> Usia Terhadap Loyalitas Konsumen..... | 73 |
| Tabel 5. 26 | Hasil Uji Normalitas | 74 |
| Tabel 5. 27 | Estimasi Regresi Linier Sederhana Antara Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Konsumen | 77 |
| Tabel 5. 28 | Korelasi Antara Kualitas layanan dengan Loyalitas Konsumen | 78 |
| Tabel 5. 29 | Koefisien Determinasi | 79 |
| Tabel 5. 30 | Pengujian Hipotesis (Uji t) | 81 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|---|----|
| Gambar 3. 1 | Model Peneltian | 22 |
| Gambar 4.1 | Bagan Organisasi Perusahaan | 37 |
| Gambar 5. 1 | Garis Kontinum Variabel Kualitas layanan | 65 |
| Gambar 5. 2 | Garis Kontinum Variabel Loyalitas Konsumen..... | 68 |
| Gambar 5. 3 | Uji Heteroskedastisitas | 76 |
| Gambar 5. 4 | Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Konsumen | 81 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan semakin meningkatnya taraf hidup masyarakat dan berkembangnya zaman, yang kemudian dapat mempengaruhi berbagai hal seperti gaya hidup yang semakin modern dan kebutuhan hidup yang semakin beragam, maka setiap perusahaan dan setiap pelaku bisnis diharapkan untuk dapat bersaing dengan perusahaan atau pelaku usaha lainnya.

Perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan selera konsumen pada saat itu karena jika produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan selera konsumen, maka perusahaan harus melakukan perbaikan terhadap produknya agar dapat tetap bersaing di pasaran. Dengan memberikan kepuasan terhadap konsumen diharapkan dapat menciptakan loyalitas konsumen yang tentunya bermanfaat terhadap perusahaan untuk menambah volume penjualannya.

Salah satu usaha yang mendapat perhatian khusus saat ini adalah usaha yang bergerak di bidang makanan. Sejak dahulu makanan menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga masalah pangan dapat dikategorikan ke dalam kebutuhan primer atau kebutuhan pokok. Kenyataan tersebut yang mendorong banyak orang berpikir untuk membuka usaha yang berhubungan dengan makanan. Orang-orang mulai membuka berbagai macam tempat yang menyediakan makanan berupa warung, kantin, restoran, kafe atau

tempat sejenis lainnya. Usaha tersebut merupakan bidang usaha yang tidak hanya menawarkan produk berupa *goods* (makanan) namun juga menawarkan *service* (jasa pelayanan).

Diantara banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang makanan di Kota Bandung, Kantin Papa Mama yang menjual masakan rumah yang cukup ramai dikunjungi. Volume penjualan di Kantin Papa Mama dapat dilihat dari setiap porsi makanan dan minuman yang terjual, dengan rata-rata perkiraan sebanyak 60 piring setiap harinya dari kurang lebih 40 menu yang disajikan. Omset Kantin Papa Mama per harinya bisa mencapai Rp 2.000.000,- – Rp 2.500.000,- . Volume penjualan kantin Papa Mama dapat dilihat pada tabel 1.1. di bawah ini

Tabel 1.1
Data omset Kantin Papa Mama pada tahun 2014-2017

| Bulan | Omset (Rp) | | | |
|----------|------------|------------|------------|------------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Januari | 45.530.000 | 50.730.500 | 48.800.800 | 44.321.100 |
| Februari | 41.740.500 | 37.885.500 | 40.256.700 | 39.563.400 |
| Maret | 50.634.800 | 49.247.000 | 45.321.000 | 43.782.300 |
| April | 39.863.100 | 40.642.500 | 43.811.500 | 41.753.200 |
| Mei | 43.915.000 | 46.344.000 | 40.312.000 | 39.135.400 |
| Juni | 38.950.900 | 43.690.500 | 45.540.500 | 42.621.000 |
| Juli | 51.237.500 | 50.814.100 | 52.657.200 | 49.127.900 |

| Bulan | Omset (Rp) | | | |
|--------------|-------------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Agustus | 53.570.600 | 57.047.000 | 49.058.000 | 48.073.400 |
| September | 49.543.500 | 57.623.900 | 52.683.600 | 51.839.000 |
| Oktober | 50.005.700 | 51.097.500 | 53.016.200 | 52.445.400 |
| November | 52.345.500 | 55.861.500 | 51.991.400 | 50.008.000 |
| Desember | 49.917.500 | 52.458.000 | 48.132.000 | 46.723.900 |

Sumber : Bpk. Entjang Suhendy, pemilik Kantin Papa Mama (1 Februari 2018)

Berdasarkan tabel 1.1. diatas diketahui bahwa omset Kantin Papa Mama pada tahun 2014 – 2017 cenderung fluktuatif, walaupun pada tahun 2017 terjadi penurunan setiap bulannya dibandingkan pada tahun 2016, Kantin Papa Mama masih dapat bersaing dengan para pesaingnya dan juga masih dapat menghasilkan volume penjualan yang baik. Selain itu makin banyaknya resto yang ada menyebabkan para konsumen menjadi banyak pilihan untuk mencari pilihan makanan yang sesuai dengan selera mereka.

Dari beberapa pengunjung yang datang ke resto ini rata –rata mereka suka terhadap makanan yang disajikan karena sesuai dengan selera konsumen tersebut, selain itu pelayanan pun menjadi alasan lain pengunjung untuk mendatangi resto ini

Berikut data hasil penyebaran kuisisioner awal pada 20 pengunjung mengenai kualitas layanan yang membuat pengunjung tersebut datang dan membeli di Kantin Papa Mama:

Tabel 1. 2
Hasil Wawancara Variabel Kualitas Layanan

| No. | Pertanyaan | Jawaban Responden | | | |
|-----|---|-------------------|------------|--------------|------------|
| | | Setuju | Persentase | Tidak Setuju | Persentase |
| 1. | Apakah menu makanan yang disajikan sesuai dengan keinginan anda | 9 | 45% | 11 | 55% |
| 2. | Apakah anda puas dengan pelayanan yang diberikan | 7 | 35% | 13 | 65% |
| 3. | Apakah tempat yang disediakan cukup nyaman untuk anda | 8 | 40% | 12 | 60% |

Sumber: Kuisisioner (2018)

Dari data hasil kuisisioner awal di atas yang disebarkan kepada 20 orang mengenai kualitas layanan ke Kantin Papa Mama, diketahui bahwa dari pertanyaan tersebut menjadi alasan pengunjung datang sehingga konsumen memiliki loyalitas terhadap Kantin Papa Mama.

Dengan demikian dari tabel 1.2. di atas dapat dinyatakan bahwa pada penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas di Kantin Papa ama”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan, maka penulis mendapatkan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen, dengan pertanyaan:

1. Seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Kantin Papa Mama di Bandung.

1.3. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

- Bagi penulis:
Membantu menambah pengetahuan dan wawasan di bidang pemasaran pada umumnya dan tingkat kepuasan konsumen pada khususnya.
- Bagi perusahaan
Diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan yang berguna untuk perusahaan terutama masalah kualitas layanan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan loyalitas konsumen lebih baik dari sebelumnya.
- Bagi pihak lain:
Diharapkan dapat memberikan masukan dan perbandingan dalam melakukan penelitian-penelitian, terutama sehubungan dengan bidang kualitas layanan dan loyalitas konsumen dalam melakukan penelitian.