

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Pada CV. Agung Motor Ciamis)**

**DRAFT SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi**

Oleh :

**RIZAL FIRMANSYAH**  
**NIM. 3402180256**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH  
2022**

## ABSTRAK

**Rizal Firmansyah. NIM 3402180256. Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada CV. Agung Motor Ciamis). Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Enas, MM. (Pembimbing I) dan Bapak Mujaddid Faruk, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya loyalitas pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis yang dapat dilihat dari adanya konsumen yang lebih memilih untuk membeli produk sepeda motor ke perusahaan lain, hal ini diakibatkan oleh kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan serta keercayaan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Hal tersebut diakibatkan oleh belum optimalnya kualitas layanan dan nilai-nilai pelanggan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis?; 2) Bagaimana pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis?; 3) Bagaimana pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan pendekatan data kuantitatif. Jumlah populasi yang akan dijadikan objek penelitian adalah rata-rata konsumen CV. Agung Motor Ciamis pada tahun 2017-2021 yaitu sebanyak 426 orang, ukuran sampel yang dipilih adalah sebanyak 81 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket.

Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: 1) Kualitas layanan pada CV. Agung Motor Ciamis selama ini sudah cukup baik. Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis. Artinya jika kualitas layanan sudah baik maka loyalitas konsumen akan meningkat; 2) Nilai pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis selama ini sudah cukup baik. Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis. Artinya jika nilai-nilai pelanggan sudah baik maka loyalitas konsumen akan meningkat; 3) Loyalitas pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis selama ini cukup tinggi. Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis. Artinya jika kualitas pelayanan dan nilai-nilai pelanggan sudah baik maka loyalitas konsumen akan meningkat.

**Kata Kunci: Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan**

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN

### ABSTRAK

**KATA PENGANTAR..... i**

**DAFTAR ISI..... iii**

### DAFTAR

**TABEL ..... viii**

**DAFTAR GAMBAR..... ix**

**BAB I PENDAHULUAN ..... 1**

1.1 Latar Belakang Penelitian ..... 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah ..... 14

1.2.1 Identifikasi Masalah ..... 14

1.2.2 Rumusan Masalah ..... 15

1.3 Tujuan Penelitian ..... 15

1.4 Manfaat Penelitian ..... 15

**BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN  
HIPOTESIS ..... 17**

2.1 Kajian Pustaka ..... 17

2.1.1 Teori Ilmu Manajemen..... 17

2.1.1.1 Pengertian Manajemen ..... 17

2.1.1.2 Fungsi Manajemen ..... 19

2.1.1.3 Prinsip-Prinsip Manajemen .....	20
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	21
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran .....	21
iii	
2.1.2.3 Strategi Pemasaran .....	23
2.1.2.4 Bauran Pemasaran .....	24
2.1.3 Kajian Variabel yang Diteliti .....	25
2.1.3.1 Kualitas Layanan .....	25
2.1.3.1.1 Pengertian Kualitas Layanan .....	25
2.1.3.1.2 Dimensi Pokok Kualitas Layanan..	26
2.1.3.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan .....	28
2.1.3.2 Nilai Pelanggan .....	30
2.1.3.2.1 Pengertian Nilai Pelanggan.....	30
2.1.3.2.2 Indikator Nilai Pelanggan .....	31
2.1.3.2.3 Strategi Membangun Nilai Pelanggan.....	33
2.1.3.3 Loyalitas Pelanggan.....	35
2.1.3.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	35
2.1.3.3.2 Tahapan Terbentuknya Loyalitas...	36
2.1.3.3.3 Indikator Loyalitas Pelanggan .....	38
2.1.3.3.4 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan .....	39

2.1.3.4 Hubungan Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	42
2.1.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	43
2.2 Kerangka Pemikiran .....	45
2.3 Hipotesis .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
3.1 Metode Penelitian yang digunakan .....	50
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	50
3.2.1 Definisi Variabel .....	50
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	51
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	52
3.3.1 Populasi .....	52
3.3.2 Sampel Penelitian .....	53
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.4.1 Sumber Data .....	55
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.5 Teknik Analisis Data .....	57
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....	63
3.6.1 Tempat Penelitian .....	63
3.6.2 Waktu Penelitian .....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	65

4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	65
4.1.1.1	Profil CV. Agung Motor Ciamis .....	65
4.1.1.2	Visi dan Misi CV. Agung Motor Ciamis .....	66
4.1.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Pekerjaan pada CV. Agung Motor Ciamis.....	66
4.1.1.4	Karakteristik Responden .....	73
4.1.2	Deskripsi Variabel yang Diteliti .....	76
4.1.2.1	Hasil Penelitian tentang Kualitas Layanan pada CV. Agung Motor Ciamis.....	76
4.1.2.2	Hasil Penelitian tentang Nilai Pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis .....	90
4.1.2.3	Hasil Penelitian tentang Loyalitas Pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis .....	10
	3	
4.1.3	Hasil Pengujian Hipotesis.....	11
	7	
4.1.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis.....	11
	7	

4.1.3.2	Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis.....	12
	3	
4.1.3.3	Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis.....	12
	8	
4.2	Pembahasan	
	.....	13
	8	
4.2.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis.....	11
	4	
4.2.2	Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Agung Motor Ciamis.....	14
	0	
4.2.3	Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Agung Motor	

Ciamis..... 14

2

<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN</b>	<b>DAN</b>	<b>SARAN</b>	
.....				<b>145</b>

5.1			Simpulan	
.....				14

5				
5.2			Saran	
.....				14

6

<b>DAFTAR</b>	<b>PUSTAKA</b>	
.....		<b>147</b>

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Harapan Pelanggan terhadap Pelayanan CV. Agung Motor Ciamis .....	8
Tabel 1.2	Data Penjualan Motor CV. Agung Motor Ciamis Periode Tahun 2017-2021 .....	12
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	44
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	51
Tabel 3.2	Data Penjualan Motor CV. Agung Motor Ciamis Periode Tahun 2017-2021 .....	53
Tabel 3.3	Bobot Kriteria Jawaban.....	56
Tabel 3.4	Tingkat koefisien korelasi .....	57
Tabel 3.5	Tingkat koefisien korelasi .....	59
Tabel 3.5	Jadwal Kegiatan Penelitian .....	64

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Paradigma Penelitian .....	48
Gambar 4.1	Struktur Organisasi CV. Agung Motor Ciamis .....	67

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dharmesta B.S dan Irawan. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Griffin, Jill. 2013. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Airlangga.
- Hasan, Ali. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Handoko, T. Hani. 2014. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta. BPFE
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi. Revisi. Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Husein Umar, 2015, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Heizer, J. dan R. Barry. (2019). *Operations Management* Edisi 1 Buku 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Hidayat, Aziz Alimun. (2019). *Metode Penelitian Keperawatan Dan Teknik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.
- Kassim, N. and Abdullah, N. A. (2010). The Effect of Perceived Service Quality Dimentions on Customer Satisfaction, Trust and Loyalty in E-Commerce Settings: A Cross Cultural Analysis. *Asia Paific Journal of Marketing and Logistic*. 22 (3), pp.351-371.
- Kheng, L., L. Mahamad, O., dkk. (2010). The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks In Penang, Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*, 2(2), pp.57-66.
- Kotler, Philip dan Keller, L Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran: Edisi 12 Jilid 1*. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016: *Marketing Management*, 15th. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

\_\_\_\_\_ dan Armstrong, Gary. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran: Edisi 12 Jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta.

\_\_\_\_\_ dan K. L. Keller. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid Satu.

147

Kursunluoglu, E. (2011). Customer Service Effects on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: A Field Research in Shopping Centers in Izmir City – Turkey. *International Journal of Business and Social Science*, 2(17), pp.52- 59.

Lupiyoadi dan Hamdani. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Paul, J. (2011). *Perilaku Konsumen Edisi 4*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Rangkuti, Freddy. (2016). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.

Riduwan. 2012. Pengantar Statistika. Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

Sutisna. (2013). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Cetakan Ketiga, Bandung: Pt Remaja Posdakarya.

Swastha, B. dan Irawan. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2, Penerbit Liberty, Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2011), *Strategi Pemasaran*. Edisi Ke Dua, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Wang, I. dan Shieh, C. (2012). The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction: The Exampel of Cjcu Library. *Journal of Information & Optimization Sciences*, 27(1), pp.193-209.

Wisnalmawati.(2015). Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(10), hal.53-165.

Wibowo. 2016. Manajemen Kinerja. Edisi Kelima. Depok: PT. Raja Grafindo.

