

ABSTRAK

Layanan dapat dikatakan baik atau berkualitas apabila bisnis yang dijalankan itu sesuai dengan apa yang diharapkan oleh perusahaan. Suatu layanan dapat dikatakan berkualitas apabila layanan yang diberikan suatu perusahaan dapat memuaskan para pelanggannya dan tingkat penjualan yang diharapkan oleh suatu perusahaan dapat tercapai, serta dapat mengukur loyalitas konsumen.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Toserba Griya Pahlawan Bandung”. Tujuan penelitian untuk mengetahui pelayanan dan loyalitas konsumen di Toserba Griya serta seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dan metode korelasional dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Toserba Griya jalan Pahlawan Bandung dapat dikatakan baik, karena nilai rata-rata keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,75 berada pada interval 3,40 – 4,19. Sedangkan tingkat loyalitas konsumen di Toserba Griya jalan Pahlawan Bandung dapat dikatakan cukup tinggi, karena nilai rata-rata keseluruhan pernyataan adalah sebesar 3,29 berada pada interval 2,40 – 3,99.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Toserba Griya jalan Pahlawan berdasarkan perhitungan korelasi *Rank Spearman*, diperoleh nilai r_s sebesar 0,587. Karena nilai r_s berada diantara 0,40 – 0,599 maka hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen dapat dikatakan sedang. Sedangkan berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, bahwa Kualitas pelayanan Toserba Griya berpengaruh terhadap loyalitas Konsumen sebesar 34,45%, sedangkan sisanya sebesar sisanya sebesar 65,55% dapat disebabkan oleh pengaruh faktor-faktor lain seperti harga, program promosi. Dari perhitungan statistik uji t, nilai $t_{hitung} = 9,96$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,663$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Jadi hipotesis yang penulis ajukan pada bab I, yaitu ”terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen”. dapat diterima.