



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. KARABHA DIGDAYA (EMERALDA GOLF CLUB) CIMANGGIS DEPOK**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Eka Oktaviani Alfiah

021113173

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2017**

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA PT. KARABHA DIGDAYA (*EMERALDA
GOLF CLUB*) CIMANGGIS DEPOK**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi,

(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM.,CA.)

Ketua Program Studi,

(Herdiyana, SE.,MM.)

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA PT. KARABHA DIGDAYA (EMERALDA
GOLF CLUB) CIMANGGIS DEPOK**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari : Sabtu Tanggal : 22/07/2017

Eka Oktaviani Alfiah
021113173

Menyetujui

Dosen Penilai,



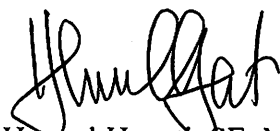
(Dra. Sri Hartini, MM.)

Ketua Komisi Pembimbing



(Ferdisar Adrian, SE., MM)

Anggota Komisi Pembimbing



(Yetty Husnul Hayati, SE.,MM)

ABSTRAK

EKA OKTAVIANI ALFIAH, NPM 021113173, Manajemen S1, Manajemen Pemasaran, Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dibawah bimbingan Bapak FERDISAR ADRIAN dan Ibu YETTY HUSNUL HAYATI, Tahun 2017.

Banyaknya pesaing dalam perusahaan sejenis membuat setiap klub golf berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan dan fasilitas yang menunjang guna kepuasan para *golfer* dan mendorong agar setiap *golfer* menjadi loyal terhadap produk atau jasa yang di tawarkan dari masing-masing lapangan golf tersebut, tanpa terkecuali PT.Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. PT.Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya penyedia jasa lapangan golf. Dalam dua tahun terakhir, PT.Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok sendiri mengalami peningkatan pada jumlah pelanggan, meskipun mengalami peningkatan jumlah pelanggan bukan berarti perusahaan tersebut berjalan baik, tetapi terbukti masih terdapat adanya keluhan yang di sampaikan oleh beberapa pelanggan di dalam dua tahun terakhir ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan pada PT.Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok, bagaimana loyalitas pelanggan PT.Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok dan apakah terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pada PT.Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Penelitian ini menggunakan data kualitatif yang merupakan data primer dan data sekunder dimana metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan teknik penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dimana responden merupakan pelanggan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Metode penarikan sampel menggunakan pemilihan sampel acak sederhana (*simple random sampling*) Metode analisis yang di gunakan adalah analisis deskriptif, analisis koefisien korelasi rank spearman, analisis koefisien penentu (*coeffecient of determination*), dan uji signifikansi koefisien korelasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok baik. Akan tetapi loyalitas pelanggan di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok kurang baik. Adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan dan koefisien korelasinya sebesar 0,210. Kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 4,41% dan sisanya sebesar 95,59% dipengaruhi oleh faktor lain

Saran yang dapat diberikan adalah. PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok, sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya seperti kompetensi yang dimiliki oleh setiap karyawan dalam melayani para pelanggan harus dipertahankan bahkan ditingkatkan serta adanya jam operasional bagi para pelanggan. Dan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok, sebaiknya melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain di luar kualitas pelayanan, seperti; lokasi yang strategis, penyediaan lapangan golf yang berbeda dengan perusahaan sejenis dan diadakannya turnamen baik lokal maupun internasional agar pelanggan semakin loyal terhadap perusahaan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan. Dalam skripsi ini penulis mengambil judul **“Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok”**.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, baik dalam penyampaian materi, tata bahasa, maupun penulisan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna memperbaiki kesalahan yang mungkin terjadi dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
2. Bapak Drs. Ketut Sunarta, Ak., MM., CA selaku Wakil Dekan Bid. Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Ibu Dra. Hj. Sri Hartini, MM selaku wakil Dekan Bid. Administrasi & Keuangan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Bapak Herdiyana, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
5. Ibu Tutus Rully, SE., MM, selaku Sekretaris Program Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
6. Ferdisar Adrian, SE., MM. dan Yetty Husnul Hayati, SE., MM. selaku komisi pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan dan motivasi kepada penulis hingga skripsi ini selesai.

7. Bapak Denie Robin selaku *Golf Manager* PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) yang telah mengizinkan penulis melakukan magang kerja, dan ibu Diana yang telah membimbing penulis selama penulis melakukan magang di perusahaan dan seluruh karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok.
8. Secara khusus yang tersayang Mamah, Bapak, dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan kasih sayang, dan mendo'akan sehingga penulis dimudahkan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Secara khusus untuk teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Lilis, Selly, Ismi, Sule, Wulan Indra, Amel, Pia, Rahma, Nur, Ade, Hilda, Hani, Shella, Icha, Yuli, Sita. Dan seluruh teman seperjuangan kelas E yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.
10. Sahabat saya Khairunnisa, Nurlia Widiyanti, Nur Malasari yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi yang sangat berarti bagi penulis.

Atas segala perhatian yang telah diberikan kepada penulis, penulis mengucapkan terima kasih.

Bogor, Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Dan Perumusan Masalah	4
1.2.1 Identifikasi Masalah	4
1.2.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Maksud Penelitian	5
1.3.2 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Strategi Pemasaran Jasa	6
2.3 Jasa	8
2.3.1 Pengertian Jasa	8
2.4 Loyalitas Pelanggan	9
2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelangga	9
2.4.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan	10
2.5 Kualitas Pelayanan	11
2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	11
2.5.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	12
2.6 Penelitian Sebelumnya	14
2.7 Kerangka Pemikiran Dan Konstelasi Penelitian	16
2.7.1 Kerangka Pemikiran	16
2.7.2 Konstelasi Penelitian	17
2.8 Hipotesis Penelitian	18
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Objek, Unit Analisis, Dan Lokasi Penelitian	19
3.3 Jenis Dan Sumber Data Penelitian	19
3.4 Operasional Variabel	19
3.4.1 Instrumen Loyalitas Pelanggan	19

3.4.2 Instrumen Kualitas Pelayanan.....	20
3.5 Metode Penarikan Sampel	24
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.7 Metode Pengolahan / Analisis Data.....	25
3.7.1 Analisis Deskriptif	25
3.7.2 Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	26
3.7.3 Analisis Koefisien Penentu (<i>Coefficient Of Determination</i>) ..	27
3.7.4 Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	28

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	29
4.1.1 Profil Responden	29
4.1.2 Lokasi Penelitian Sejarah Perusahaan.....	33
4.1.3 Visi Dan Misi PT.Karabha Digdaya (Emeralda Golf Club) Cimanggis Depok	33
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan Dan Uraian Tugas	34
4.2 Analisis Data.....	42
4.2.1 Uji Validitas	42
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	48
4.3 Pembahasan.....	49
4.3.1 Kualitas Pelayanan	49
4.3.2 Loyalitas Pelanggan	76
4.3.3 Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman	89
4.3.4 Analisis Koefisien Penentu (<i>Coefficient of Determination</i>)..	89
4.3.5 Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	90
4.4 Interpretasi Hasil Penelitian.....	91

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	93
5.2 Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Kunjungan Pelanggan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok Periode 2014-2015	2
Tabel 2	Daftar Keluhan Pelanggan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok Periode 2014-1015	3
Tabel 3	Operasional Variabel.....	21
Tabel 4	Penilaian Pertanyaan Kuesioner	25
Tabel 5	Kriteria Tanggapan Responden.....	26
Tabel 6	Interprestasi Koefisien Korelasi.....	27
Tabel 7	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 8	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 9	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	31
Tabel 10	Identitas Responden Berdasarkan Usia Kunjungan Pelanggan	32
Tabel 11	<i>Item-Total Statistics Variable Independent</i> (Kualitas Pelayanan).....	42
Tabel 12	Hasil Pengujian Validitas Variabel Independen (Kualitas Pelayan.....	43
Tabel 13	<i>Item-Total Statistics Variable Dependent</i> (Loyalitas Pelanggan).....	46
Tabel 14	Hasil Pengujian Validitas Variabel Dependen (Loyalitas Pelanggan)..	46
Tabel 15	<i>Reliability Statistic</i> Variabel Indepen (Kualitas Pelayanan).....	48
Tabel 16	<i>Reliability Statistic</i> Variabel Dependen (Loyalitas Pelanggan).....	48
Tabel 17	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan layanan sesuai waktu yang dijanjikan	49
Tabel 18	Kriteria Tanggapan Responden.....	49
Tabel 19	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok menunjukkan kesungguhannya dalam menyelesaikan masalah pelanggan	50
Tabel 20	Kriteria Tanggapan Responden.....	50
Tabel 21	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i> Cimanggis Depok memberikan layanan yang baik saat pertama kali.....	51
Tabel 22	Kriteria Tanggapan Responden.....	51
Tabel 23	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan.....	52
Tabel 24	Kriteria Tanggapan Responden.....	52
Tabel 25	Kemampuan karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok yang dapat di andalkan.....	53
Tabel 26	Kriteria Tanggapan Responden.....	53
Tabel 27	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok akan memberitahu pelanggan mengenai kapan pelayanan itu diberikan	54
Tabel 28	Kriteria Tanggapan Responden.....	54

Tabel 29	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan	55
Tabel 30	Kriteria Tanggapan Responden.....	55
Tabel 31	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok bersedia menanggapi keluhan pelanggan.....	56
Tabel 32	Kriteria Tanggapan Responden.....	56
Tabel 33	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan	57
Tabel 34	Kriteria Tanggapan Responden.....	57
Tabel 35	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok tidak pernah beralasan jika di minta memberikan layanan pada pelanggan.....	58
Tabel 36	Kriteria Tanggapan Responden.....	58
Tabel 37	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok melakukan transaksi tanpa ragu-ragu	59
Tabel 38	Kriteria Tanggapan Responden.....	59
Tabel 39	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memiliki sifat dapat dipercaya dalam segala hal oleh pelanggan	60
Tabel 40	Kriteria Tanggapan Responden.....	60
Tabel 41	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok sangat kompeten dalam melayani pelanggan	61
Tabel 42	Kriteria Tanggapan Responden.....	61
Tabel 43	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok secara konsisten bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	62
Tabel 44	Kriteria Tanggapan Responden.....	62
Tabel 45	Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok.....	63
Tabel 46	Kriteria Tanggapan Responden.....	63
Tabel 47	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depokberkomunikasi pada pelanggan dengan cara yang menyenangkan	64
Tabel 48	Kriteria Tanggapan Responden.....	64
Tabel 49	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok melayani pelanggan dengan sepenuh hati	65
Tabel 50	Kriteria Tanggapan Responden.....	65
Tabel 51	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan.....	66
Tabel 52	Kriteria Tanggapan Responden.....	66
Tabel 53	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan perhatian secara individual pada pelanggan.....	67

Tabel 54	Kriteria Tanggapan Responden.....	67
Tabel 55	Terdapat jam operasional yang nyaman bagi para pelanggan	68
Tabel 56	Kriteria Tanggapan Responden.....	68
Tabel 57	PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memilikiperalatan yang modern	69
Tabel 58	Kriteria Tanggapan Responden.....	69
Tabel 59	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok berpenampilan rapih dan sopan.....	70
Tabel 60	Kriteria Tanggapan Responden.....	70
Tabel 61	Fasilitas yang di tawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok terjamin kebersihan dan keamanannya	71
Tabel 62	Kriteria Tanggapan Responden.....	71
Tabel 63	PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memiliki area parkir yang luas.....	72
Tabel 64	Kriteria Tanggapan Responden.....	72
Tabel 65	Hasil Keseluruhan Penilaian Tanggapan Responden Terhadap KualitasPelayanan.....	73
Tabel 66	Analisis Deskriptif Variabel Indenpen (Kualitas Pelayanan)	75
Tabel 67	Sebaran Interval Kualitas Pelayanan.....	76
Tabel 68	Saya bersedia menggunakan jasa PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok di kemudian hari	76
Tabel 69	Kriteria Responden	77
Tabel 70	Saya bersedia melakukan pembelian kembali terhadap produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok.....	77
Tabel 71	Kriteria Tanggapan Responden.....	78
Tabel 72	Saya akan melakukan pembelian secara berulang dan teratur di PT.Karbha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	78
Tabel 73	Kriteria Tanggapan Responden.....	79
Tabel 74	Saya akan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok.....	79
Tabel 75	Kriteria Tanggapan Responden.....	80
Tabel 76	Saya akan membeli produk baru yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok.....	80
Tabel 77	Kriteria Tanggapan Responden.....	81
Tabel 78	Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk bermain golf di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok.....	81
Tabel 79	Kriteria Tanggapan Responden.....	82
Tabel 80	Saya bersedia menceritakan keunggulan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok kepada orang lain.....	82
Tabel 81	Kriteria Tanggapan Responden.....	83

Tabel 82	Saya bersedia memberikan informasi kepada orang lain mengenai jasa dan produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	83
Tabel 83	Kriteria Tanggapan Responden.....	84
Tabel 84	Saya kan menolak jika ada tawaran dari penyedia jasa lapangan golf, selain PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	84
Tabel 85	Kriteria Tanggapan Responden.....	85
Tabel 86	Saya tidak tertarik terhadap tawaran produk sejenis dari pesaing	85
Tabel 87	Kriteria Tanggapan Responden.....	85
Tabel 88	Saya akan tetap memilih PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	86
Tabel 89	Kriteria Tanggapan Responden.....	86
Tabel 90	Hasil Keseluruhan Penilaian Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	87
Tabel 91	Analisis Deskriptif Variabel Dependen (Loyalitas Pelanggan)	88
Tabel 92	Sebaran Interval Loyalitas Pelanggan.....	88
Tabel 93	Analisis Korelasi Rank Spearman.....	89
Tabel 94	Kriteria Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Konstelasi Penelitian	17
Gambar 2	Identitas Responden Berdasarkan Usia	29
Gambar 3	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Gambar 4	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	31
Gambar 5	Identitas Responden Berdasarkan Kunjungan Pelanggan.....	32
Gambar 6	Struktur Organisasi.....	35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era teknologi yang semakin canggih, jenis olahraga yang satu ini meski hanya terbatas pada kalangan tertentu namun tetap memberikan kontribusi pada tanah air dengan melahirkan junior – junior baru di cabang olahraga golf. Harapan pemerintah melalui cabang olahraga yang satu ini dapat melahirkan pegolf tangguh yang mengharumkan nama bangsa dikancah *international* sekelas *Tiger Wood*.

Dengan adanya PB PGI (Persatuan Golf Indonesia) membantu pemerintah untuk melakukan pembinaan kepada para atlit-atlit junior tanah air secara berkala. Tercatat Kevin Caesario Akbar dan Rivanni Sihotang adalah atlit berskala nasional yang sering memenangkan pertandingan. Selain itu, dikalangan pebisnis olahraga ini sangat diminati karena selain bisa bermain golf mereka juga bisa meeting santai dilapangan golf.

Terdapat 28 lapangan golf yang ada di JABODETABEK antara lain: Damai Indah Golf Bumi Serpong, Damai BSD City, Emerald Golf Club, Gading Raya Padang Golf & Country Club, Imperial Club Golf, Jababeka Golf & Country Golf, Jagorawi Golf & Country Club, Jakarta Golf Club, Karawang International Golf Course, Kedaton Golf & Country Club, Padang Golf Halim 2, Padang Golf Kemayoran, Padang Golf Modern, Padang Golf Pangkalan Jati, Padang Golf Permata Krakatau, Palm Hill Golf Resort, Permata Sentul Golf & Country Golf, Pondok Indah Padang Golf, Riverside Golf Club, Royale Jakarta Golf Club, Sedana Golf & Country Club, Sentul Highlands Golf, Takara Golf Resort, Sawangan Golf Hotel & Resort, Club Golf Cengkareng, Club Golf Senayan, Matoa Nasional Golf & Country Club, Padang Golf Halim 1.

Banyaknya pesaing dalam perusahaan sejenis ini membuat setiap klub golf berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan dan fasilitas yang menunjang guna kepuasan para *golfer*nya dan mendorong agar setiap *golfer* menjadi loyal terhadap produk atau jasa yang di tawarkan dari masing-masing lapangan golf tersebut. Hal inilah yang di lakukan oleh PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok.

PT.Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya penyedia jasa lapangan golf. Berbagai fasilitas telah disediakan oleh perusahaan ini antara lain; *Golf Cart, Golf Shop, Driving Range, Putting green, Locker room, Restaurant, VIP room, Meeting room, Game room, Spa, Sauna & Massage, Wedding, photo taking, Exhibition space*. Selain menyediakan beberapa fasilitas, PT. Karabha digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok juga memiliki 3 *course* (jenis lapangan) antara lain; *River course, Lake course, dan Plantation course*. Selain menyediakan beberapa fasilitas dan jenis lapangan kepada para pelanggan atau *golfer*nya, perusahaan ini juga memberikan

pelayanan yang maksimal untuk para pelanggan atau *golfernya*. Karena, dengan memberikan pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri di hati para pelanggannya dimana dengan kepuasan itulah pelanggan menjadi loyal atau setia dan tidak akan berpindah kelain hati.

Dalam jangka panjang, loyalitas pelanggan menjadi tujuan bagi perusahaan yang dijadikan sebagai dasar keunggulan kompetitif yang berkelanjutan diantara para pesaingnya. Menurut Gremler dan Borwn (2008:83), loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli. Dasar bagi loyalitas sejati terletak pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan menjadi input utamanya.

Menurut kotler (2015:103) pelayanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara positif tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Pemberian pelayanan dengan baik dan sesuai standardisasi akan mencerminkan kualitas dari pelayanan tersebut karena, kualitas jasa menurut wykof (2014:268) merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, dimana baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Pada dasarnya, pelanggan yang sangat puas atau bahkan yang menyenangi layanan cenderung menjadi pendukung loyal perusahaan, menggabungkan semua pembelian mereka dengan satu penyedia layanan, dan menyebarkan berita positif,. Ketidakpuasan sebaliknya yang menjauhkan para pelanggan.

Berikut adalah data kunjungan pelanggan yang bermain di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok pada periode 2014-2015 sebagai berikut :

Tabel 1

Data kunjungan pelanggan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok Periode 2014-2015

Tahun	Jumlah Pelanggan
2014	66.700
2015	67.786

Sumber data: PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok, 2017

Berdasarkan data di atas, yaitu data kunjungan pelanggan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Glof Club*) Cimanggis Depok secara keseluruhan di 2 tahun terakhir. Dapat dilihat pada tahun 2014 tercatat ada 66.700 pelanggan atau *golfer* yang berkunjung atau bermain di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Glof Club*) Cimanggis Depok, dimana jumlah pelanggan ini mengalami peningkatan di tahun

berikutnya yaitu pada tahun 2015, tercatat ada 67.786 pelanggan yang berkunjung atau bermain di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok.

Dimana, dapat disimpulkan bahwa PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok tidak memiliki suatu permasalahan, justru penjualan pada perusahaan ini mengalami peningkatan yaitu dengan bertambahnya jumlah pelanggan pada 2 tahun terakhir. Meskipun mengalami peningkatan didalam jumlah pelanggan, akan tetapi mengapa masih terdapat adanya beberapa keluhan yang disampaikan oleh para pelanggan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Glof Club*) Cimanggis Depok.

Dibawah ini adalah daftar keluhan pelanggan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok sebagai berikut :

Tabel 2
Daftar Keluhan Pelanggan
Di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok
Periode 2014- 2015

Jumlah Keluhan		Jenis Keluhan
2014	2015	
6	10	Kurang tanggap
6	10	<i>Caddy</i> kurang komunikatif
10	10	Keterlambatan informasi, seperti informasi harga di <i>website</i> belum diperbarui
10	10	Lapangan golf basah, karena faktor hujan
15	20	<i>Function Room</i> terbatas, terutama untuk <i>VIP Room</i>
20	30	Belum tersedia fasilitas ekstra seperti; <i>swimming pool</i> dan hotel
67	90	

Sumber data : PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok, 2017

Berdasarkan tabel diatas, dimana jumlah keluhan di 2 tahun terakhir mengalami peningkatan yaitu, di tahun 2014 terdapat 67 pelanggan, meningkat menjadi 90 pelanggan yang menyampaikan beberapa keluhannya, dimana keluhan ini di duga mengenai pelayanan di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dengan meningkatnya jumlah pelanggan di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok bukan berarti perusahaan tersebut berjalan baik, tetapi terbukti masih terdapat adanya keluhan yang di sampaikan oleh beberapa pelanggan pada periode tersebut.

Dengan demikian perlunya penelitian tentang kualitas pelayanan untuk mengetahui harapan para pelanggan atau *golfer* terhadap fasilitas, dan pelayanan yang telah disediakan perusahaan ini. Dimana, PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok harus lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang di berikan kepada setiap pelanggan atau golfernya dan memahami apa yang diinginkan serta dibutuhkan oleh para pelanggan atau golfernya. Hal ini dapat dijadikan sebagai

salah satu cara mempertahankan pelanggan dimana para golfer merasa puas terhadap pelayanan yang dirasakannya dan menjadikan pelanggan itu loyal terhadap PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok dan tidak akan beralih ke perusahaan jasa lainnya. Justru pelanggan itulah yang akan merekomendasikan perusahaan ini kepada calon pelanggan baru dengan menyebarkan berita positif dari mulut ke mulut. Karena dapat dikhawatirkan perusahaan ini akan mengalami penurunan terhadap jumlah pelanggan di tahun yang akan datang..

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok”**.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Seiring berkembangnya zaman di antara banyaknya lapangan golf di JABODETABEK, PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok adalah salah satu perusahaan jasa yang menyediakan layanan jasa olahraga golf yang sangat di minati oleh para golfer di antara lapangan golf yang terdaftar di JABODETABEK.

Loyalitas pelanggan sangat di perhatikan dan dibutuhkan bagi setiap perusahaan jasa tanpa terkecuali PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Karena, pada dasarnya pelanggan yang loyal akan memberikan keuntungan yang lebih bagi perusahaan tersebut, salah satunya perusahaan dapat meningkatkan pendapatan, dan perusahaan mendapatkan pelanggan yang baru dari promosi yang dilakukan oleh pelanggan lama yang puas akan perusahaan tersebut, dimana pelayanan adalah faktor utama dan penentu yang mana pelanggan merasa terdorong untuk menjadi loyal. Karena, dengan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan menjadikan pelanggan itu puas dan beralih menjadi pelanggan yang loyal yang akan memberikan berita-berita positif baik dari mulut ke mulut atau melalui media terhadap perusahaan yang bersangkutan kepada para calon pelanggan baru.

Akan tetapi, pada kenyataannya masih terdapat keluhan dari para pelanggan atau *golfer* terhadap kualitas pelayanan yang di berikan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*). Dengan ini PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok terus melakukan perubahan untuk dapat menyesuaikan keinginan dan kebutuhan para *golfer*nya yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas agar pelanggan tetap setia dengan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok dan tidak akan berpindah ke perusahaan jasa yang lain. Maka dari itu, penelitian ini berfokus pada Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok.

1.2.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

- 1 Bagaimana kualitas pelayanan pada PT Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok?
- 2 Bagaimana loyalitas pelanggan pada PT Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok?
- 3 Apakah ada atau tidaknya hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan pada PT Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh dan mengumpulkan data serta informasi mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan di PT Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok
2. Untuk mengetahui loyalitas pelanggan pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok
3. Untuk menjelaskan apakah ada atau tidaknya hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari data dan informasi yang diperoleh dan dikumpulkan melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan, wawasan, bagi penulis dalam memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan di PT Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang dapat dipertimbangkan mengenai pentingnya Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan di PT Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Disamping itu hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama dikemudian hari.

BAB II TUNJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran (marketing) merupakan sebuah subjek yang sangat penting dan dinamis. Ia dikatakan dinamis karena bekerja di sebuah lingkungan yang nyata terus-menerus berubah. Dikatakan penting karena, ia dapat menentukan hidup atau matinya perusahaan. Pada dasarnya pemasaran menyangkut kegiatan sehari-hari dalam sebuah masyarakat yang disusun untuk menghasilkan dan memudahkan pertukaran demi memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

Menurut *American Marketing Association* (AMA), dalam Ari Setiyaningrum (2015:6) telah menyatakan definisi pemasaran sebagai berikut: Pemasaran adalah kinerja dari kegiatan bisnis yang mengarahkan arus barang dan jasa kepada para pelanggan dan pemakai.

Menurut Philip Kotler dalam Sudaryono (2014:320), mendefinisikan pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk atau nilai dengan pihak lain.

Sedangkan menurut Sudaryono (2014:321) menyimpulkan bahwa pemasaran adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui penciptaan produk ataupun jasa yang kemudian di nikmati atau dibeli oleh mereka yang membutuhkan melalui suatu proses tukar-menukar.

Berdasarkan pendapat ahli dari definisi pemasaran dapat di ambil kesimpulan, bahwa pemasaran merupakan suatu kegiatan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen atas produk maupun jasa melalui proses pertukaran.

2.2 Strategi Pemasaran Jasa

Bisnis jasa saat ini sangat kompleks, karena banyak elemen yang mempengaruhinya seperti sistem internal organisasi, lingkungan fisik, kontak personal, iklan, tagihan, pembayaran, komentar dari mulut-ke mulut, dan sebagainya. Maka dari itu diperlukannya strategi pemasaran jasa yang baik untuk para perusahaan jasa.

Menurut Fandy Tjiptono (2008:145) secara garis besar, strategi pemasaran jasa di bagi menjadi tiga hal sebagai berikut:

1. Melakukan diferensiasi kompetitif

Perusahaan jasa dapat mendiferensiasikan dirinya melalui citra di mata pelanggan, misalnya melalui symbol-simbol dan merek yang digunakan selain itu perusahaan dapat melakukan diferensiasi kompetitif dalam penyampaian

jasa melalui 3 aspek yang dikenal sebagai 3P dalam pemasaran jasa yaitu melalui:

- Orang,
Perusahaan jasa dapat membedakan dirinya dengan cara merekrut dan melatih karyawan yang lebih mampu dan lebih dapat diandalkan dalam berhubungan dengan pelanggan, daripada karyawan pesaingnya.
 - Lingkungan fisik,
Perusahaan jasa dapat mengembangkan lingkungan fisik yang lebih atraktif.
 - Proses
Perusahaan jasa dapat merancang proses penyampaian jasa yang superior.
2. Mengelola kualitas jasa
- Cara lain untuk melakukan diferensiasi adalah secara konsisten memberikan kualitas jasa yang lebih baik daripada para pesaing. Hal ini dapat tercapai dengan memenuhi atau bahkan melampaui kualitas jasa yang diharapkan oleh para pelanggan.
3. Mengelola produktivitas
- Ada enam pendekatan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan produktivitas jasa yaitu:
- Penyedia jasa bekerja lebih keras atau dengan lebih cekatan daripada biasanya,
 - Meningkatkan kuantitas jasa dengan mengurangi sebagian kualitasnya,
 - Mengindustrialisasikan jasa tersebut dengan menambah perlengkapan dan melakukan standardisasi produksi,
 - Mengurangi atau menggantikan kebutuhan terhadap suatu jasa tertentu dengan jalan menemukan suatu solusi berupa produk, seperti halnya TV menggantikan hiburan luar rumah, pakaian *wash-and wear* mengurangi kebutuhan akan *commercial laundries*,
 - Merancang jasa yang lebih efektif,
 - Memberikan insentif kepada para pelanggan untuk melakukan sebagian tugas perusahaan.

Menurut Nana Herdiana (2015:105), mengungkapkan strategi pemasaran jasa kedalam 4 strategi antara lain:

1. Rantai laba jasa

Jasa berbeda dengan produk yang berwujud sebab jasa sering memerlukan pendekatan pemasaran tambahan. Perubahan harus memberikan perhatian kepada karyawan dan pelanggan. Rantai laba jasa adalah rantai yang menghubungkan laba perusahaan jasa dengan kepuasan karyawan dan pelanggan. Rantai ini terdiri atas lima hubungan, yaitu sebagai berikut:

- Kualitas jasa internal pemilihan karyawan yang bagus dengan pelatihan, lingkungan kerja yang berkualitas, dan dukungan kuat bagi karyawan yang berurusan dengan pelanggan yang menghasilkan
- Karyawan jasa puas dan produktif: karyawan yang lebih puas dan setia serta bekerja keras yang menghasilkan

- Nilai yang lebih besar kreasi nilai pelanggan dan pengantaran jasa yang lebih efektif dan efisien yang menghasilkan
- Pelanggan yang puas dan setia tetap setia mengurangi pembelian dan memberitahu pelanggan lain, yang menghasilkan
- Laba dan pertumbuhan jasa yang sehat: kinerja perusahaan jasa yang bagus.

2. Melakukan diferensiasi jasa

Salah satu tugas utama perusahaan jasa adalah melakukan diferensiasi jasa. Hal ini dilakukan dengan mengembangkan pemasaran meliputi fitur yang inovatif yang membedakan penawaran sebuah perusahaan dan penawaran pesaingnya. Misalnya, koneksi internet berkecepatan tinggi secara gratis di kamar hotel, perusahaan penerbangan dengan penawaran pemesanan tiket melalui internet tanpa menambah biaya (harga tiket) dan lain-lain.

3. Meningkatkan kualitas jasa

Dalam meningkatkan kualitas jasa, ada sepuluh faktor yang harus dipersiapkan, yaitu:

- Kesiapan sarana jasa
- Komunikasi yang baik
- Karyawan yang terampil
- Hubungan baik dengan konsumen
- Karyawan yang berorientasi pada konsumen
- Nyata
- Cepat tanggap
- Keamanan konsumen terjaga
- Dapat dilihat
- Memahami keinginan konsumen.

4. Meningkatkan produktivitas jasa

Perusahaan jasa harus dapat meningkatkan produktivitas jasa untuk mengimbangi peningkatan biaya yang lebih besar. Untuk itu perusahaan harus memikirkan cara menciptakan dan mengantarkan nilai pelanggan agar tidak merusak kualitas jasa. Pemasaran jasa juga memerlukan pemasaran internal dan pemasaran interaktif. Pemasaran internal adalah mengorientasi dan mengevaluasi karyawan yang tanggap dengan pelanggan dan barang jasa pendukung untuk bekerja.

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran jasa antara lain meliputi, rantai laba jasa, melakukan diferensiasi jasa, meningkatkan kualitas jasa, meningkatkan produktivitas jasa.

2.3 Jasa

2.3.1 Pengertian Jasa

Pada dasarnya jasa merupakan suatu aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak berupa produk dalam bentuk fisik dan konstruksi yang digunakan pada saat yang

sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah atas pemecahan pada masalah yang dihadapi konsumen.

Menurut Kotler, Keller, dan Amstrong, (2015:103) yang dikutip oleh Nana Herdiana, mendefinisikan jasa sebagai berikut :

Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara positif tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik.

Menurut Lehtinen (2013:7), yang dikutip oleh Rambat Lupiyoadi, mendefinisikan jasa yaitu, *A service is an activity or a series of activities which take place in interactions with a contact person or physical machine and which provides consumer satisfaction.*

Menurut William J. Stanton (2013:243) , yang dikutip oleh Buchari Alma , mengungkapkan definisi jasa sebagai berikut:

Services are those separately identifiable, essentially intangible activities that provide want-satisfaction, and that are not necessarily tied to the sale of a product or another service. To produce a service may or may not require the use of tangible goods. However, when such use is required there is no transfer of the title (permanent ownership) to these tangible goods.

Artinya, jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Menurut Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya dan Efendi (2015:92), menyatakan bahwa,

Jasa (*Service*) adalah sebuah bentuk produk yang terdiri atas berbagai kegiatan, keuntungan-keuntungan (*benefits*) atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tidak berwujud (*intangible*) serta tidak berakibat pada kepemilikan atas sesuatu, seperti kegiatan perbankan, layanan hotel, perjalanan udara, perusahaan ritel, bengkel reparasi, dan salon kecantikan.

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan suatu kegiatan yang tidak berwujud yang ditawarkan dari satu pihak kepada pihak lainnya untuk memenuhi suatu kebutuhan atau memecahkan suatu permasalahan yang dihadapi konsumen, dimana jasa ini tidak terikat dan tidak memiliki kepemilikan sesuatu.

2.4 Loyalitas Pelanggan

2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas merupakan kondisi psikologis yang berkaitan terhadap sikap produk atau jasa , dimana konsumen akan membentuk keyakinan, menetapkan suka dan tidak suka, dan memutuskan apakah mereka ingin membeli produk itu lagi atau tidak. Loyalitas akan tumbuh dari kepuasan yang mereka terima, jika ia puas

kemungkinan besar ia akan loyal, sedangkan jika ia tidak puas kemungkinan besar ia akan beralih kepada perusahaan lainnya.

Menurut Ali Hasan (2008:79), mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai berikut;

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang secara terus-menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.

Menurut Gremler dan Brown dalam Ali Hasan (2008:79), menyatakan definisi loyalitas pelanggan sebagai berikut:

Loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli.

Menurut Griffin dalam Etta mamang sangdji dan Sopiah (2013:104), Menyatakan bahwa, "*loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*". Berdasarkan definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus-menerus terhadap barang dan jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.

Menurut Kotler and Keller (2012:107) *defines loyalty as "a deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service in the future despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior.*

Berdasarkan teori di atas mengenai loyalitas pelanggan menurut para ahli, dapat diambil kesimpulan bahwa, definisi loyalitas pelanggan adalah yang mana pelanggan setia terhadap barang atau jasa di dalam suatu perusahaan yang sama, dan memiliki sikap positif dengan melakukan atau merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain atau calon pelanggan baru meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku peralihan.

2.4.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin (2007:33) membagi karakteristik pelanggan yang loyal sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian secara berulang secara teratur : Pelanggan membeli kembali produk yang sama ditawarkan perusahaan.
2. Membeli antar lini produk atau jasa : Pelanggan membeli lini produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.
3. Mereferensikan kepada orang lain : Pelanggan melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk

4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari para pesaing : Pelanggan tidak tertarik terhadap penawaran produk sejenis dari pesaing.

<https://Digilib.mercubuana.ac.id//>

Menurut Kotler dan Keller (2012:57) mengemukakan beberapa indikator loyalitas konsumen yang bersifat loyal sebagai berikut:

1. *Repeat Purchase* (kesetiaan dalam pembelian produk)
2. *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh negative mengenai perusahaan)
3. *Referalls* (merefereasikan secara total eksistensi perusahaan)

<https://nayaakyasazilvi.wordpress.com/2014/07/11/loyalitas-pelanggan/>

Menurut Tjiptono (2005) dalam Etta mamang dan Sopiah (2013:115) mengemukakan enam indikator loyalitas konsumen, yaitu

1. Pembelian ulang
2. Kebiasaan mengonsumsi merek
3. Rasa suka yang besar pada merek
4. Ketetapan pada merek
5. Keyakinan bahwa merek tertentu merek yang terbaik
6. Perekomendasi merek kepada orang lain

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa dimensi atau indikator loyalitas pelanggan terdiri dari:

1. Karena rasa suka, ketepatan pada merek, keyakinan bahwa merek tertentu adalah merek yang terbaik dan kebiasaan dalam mengonsumsi mereka maka dari itu pelanggan melakukan pembelian secara berulang secara teratur
2. Membeli antar lini produk atau jasa
3. Merefereasikan kepada orang lain
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

2.5 Kualitas Pelayanan

2.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Etta mamang dan Sopiah (2013:100) mendefinisikan kualitas jasa sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dari pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Suharto Abdul Majid (2009:49) mendefinisikan Mutu pelayanan sebagai berikut:

Mutu pelayanan adalah suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan orang yang dilayani.

Menurut Wyckof yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2014 : 268) mendefinisikan kualitas jasa sebagai berikut :

Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013 : 216) mendefinisikan kualitas jasa yaitu, sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Berdasarkan teori di atas dapat diambil kesimpulan bahwa definisi dari kualitas pelayanan adalah suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk atau jasa untuk memenuhi harapan dan keinginan pelanggan, yang mana pelanggan akan membandingkan antara harapan dengan kinerja yang diterimanya dari penyedia layanan di suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan para pelanggan, yang pada akhirnya akan memuaskan para pelanggannya.

2.5.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Valerie Zeithaml, Leonard Berry, and A, Parasuraman dalam Christopher Lovelock (2011:406), *have conducted intensive re search on service quality and identified 10 dimensions used by consumers in evaluating service quality. In subsequent research, they found a high degree of correlation between several of these variables and so concolidated them into five broad dimensions.*

1. *Tangibles : Appearance of physical facilities, equipment, personnel, and communication materials.*
2. *Reliability : Ability to perform the promised service dependably and accurately.*
3. *Responsiveness : Willingness to help customers and provide prompt service*
4. *Assuranc*
 - *Credibility : Trustworthiness, believability, honesty of the service provider*
 - *Security : Freedom from danger, risk, or doubt*
 - *Competence : Possession of the skills and knowledge required to perform the service*
 - *Courtesy : Politeness, respect, consideration, and friendliness of contact personnel*
5. *Empathy*
 - *Acces : Approachability and ease of contact*
 - *Communication : Listening to customers and keeping them informed in a language they can understand*
 - *Understanding the customer : Making the effort to know customers and their needs*

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:216) menyimpulkan bahwa terdapat dimensi SERVQUAL sebagai berikut :

1. Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan

keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2. **Realiabilitas**, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. **Ketanggapan (*responsiveness*)**, yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu menciptakan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.
4. **Jaminan dan Kepastian (*assurance*)**, yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. **Empati (*empathy*)**, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Hal ini mengharuskan bahwa suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Menurut James A. Fitzsimmons, Mona J. Fitzsimmons and Sanjeev K. Bordoloi (2014:144). *They identified five principal dimensions that customers use to judge service quality,*

1. **Reliability**
The ability to perform the promised service both dependably and accurately. Reliable service performance is a customer expectation and means that the service is accomplished on time, in the same manner, and without errors every time.
2. **Responsiveness**
The willingness to help customers and to provide prompt service. Keeping customers waiting, particularly for no apparent reason, creates unnecessary negative perceptions of quality. If a service failure occurs, the ability to recover quickly and with professionalism can create very positive perceptions of quality.
3. **Assurance**
The knowledge and courtesy of employees as well as their ability to convey and confidence. The assurance dimension includes the following features: competence to perform the service, politeness and respect for the customer, effective communication with the customer, and the general attitude that the serves has the customer's best interests at heart.

4. *Empathy*

The provision of caring, individualized attention to customers. Empathy includes the following features: approachability, sensitivity, and effort to understand the customers's needs.

5. *Tangibles*

The appearance of physical facilities, equipment, personnel, and communication materials.

Menurut Fandy Tjiptono (2014:282), menyebutkan ada lima dimensi utama kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan,
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap,
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf: bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan,
4. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual dari pelanggan,
5. Bukti fisik (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan, bahwa dimensi kualitas pelayanan dibagi ke dalam 5 dimensi utama antara lain: Bukti fisik (*tangibles*),

Reliabilitas (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*empathy*).

2.6 Penelitian Sebelumnya

1. Amalia (2016) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sarana Kebugaran Platinum GYM Bandar Lampung”. Permasalahan dalam penelitian ini adalah adanya naiknya pengunjung tiap bulannya. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan ini akan bermanfaat untuk Platinum Gym untuk referensi akan pentingnya kepuasan konsumen. Ada beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen untuk memilih Platinum Gym yakni bukti fisik, empati, daya tanggap, kehandalan, jaminan. Hipotesis yang ada di penelitian ini adalah (*Tangible*), *empati (Empaty)*, *Daya Tanggap (Responsiveness)*, *Kehandalan (Realibility)*, *Jaminan (Assurance)* berpengaruh pada kepuasan konsumen *Platinum Gym* di Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* terhadap 125 yang berusia 17 tahun ke atas dan pernah menggunakan *Platinum Gym* di Bandar Lampung. Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan uji realibilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan koefisiensi determinasi sebesar $R^2 = 0,584$. Hal ini berarti sumbangan variabel X (kualitas pelayanan) sebesar = 58,4% dan sisanya 41,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Diketahui bahwa hasil uji F hitung F yaitu F hitung $>$ F tabel ($33,4512 > 2,29$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji diketahui bahwa, variabel kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari Bukti Fisik (X1), Empati (X2), Daya Tanggap (X3), Keandalan (X4), Jaminan (X5). Pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah Bukti Fisik (X1) sebesar 5,842 dan yang paling kecil pengaruhnya adalah Daya Tanggap (X3) sebesar 1,986.

2. Agus Eko Prasetyo (2015) melakukan penelitian dengan judul “Tingkat Kepuasan Pelanggan Futsal Terhadap Pelayanan Jasa Pengelolaan Garuda Futsal”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan futsal di Garuda Futsal. Sampel yang digunakan berjumlah 70 orang yang menjadi member (memiliki jam tetap) di Garuda Futsal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan instrumen yang digunakan adalah angket yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Untuk menganalisis data dengan teknik deskriptif kuantitatif persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal secara keseluruhan yang berada pada kategori tinggi sebanyak 3 orang (4,28%), cukup sebanyak 56 orang (80%), rendah sebanyak 11 orang (15,72%). Faktor yang paling menonjol pada faktor *reability* (keandalan) dengan persentase 80% dan tercantum dalam indikator kejegan butir nomor 17 dan 18. Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan futsal terhadap jasa pelayanan jasa pengelolaan Garuda Futsal, berada pada kategori cukup atau konsumen sudah merasa puas.
3. Nina Kurniawati (2013) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Jerejak *Rainforest And SPA* Penang Malaysia”. Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui kualitas pelayanan di Jerejak *Rainforest Resort and Spa*, (2) Untuk mengetahui loyalitas pelanggan di Jerejak *Rainforest and Spa*. (3) Untuk menganalisis kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Jerejak *Rainforest and Spa*. Metode penelitian yang di gunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling* di mana sebanyak 80 wisatawan yang menginap di Jerejak *Rainforest and Spa* dijadikan

sebagai responden. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan metode interval berurutan, perhitungan regresi linear, korelasi pearson dan koefisien determinasi. Kesimpulan dari analisis yang diperoleh bahwa kualitas pelayanan di Jerejak *Rainforest and Spa* berada dalam kategori sedang atau biasa saja. Sedangkan kondisi loyalitas pelanggan di Jerejaa *Rainforest and Spa* masih biasa-biasa saja. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hubungan yang sedang antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan di Jerejak *Rainforest and Spa* yang ditunjukkan dengan korelasi pearson sebesar 0,902. Sedangkan koefisien determinasi sebesar 57,0% menerangkan bahwa 57,0% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Persamaan regresi linear kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan yaitu $Y = 0,076 + 0,9902 X$. Hal ini menunjukkan bahwa untuk a adalah 0,076 sedangkan untuk b bernilai 0,902. Jika kualitas pelayanan tidak diimplementasikan, namun apabila kualitas pelayanan diimplementasikan terdapat peningkatan sebesar 0,902 atau setiap peningkatan kualitas pelayanan (X) sebesar 100% maka loyalitas pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 10,1%. Dengan demikian, semakin tinggi nilai kualitas pelayanan (X), maka semakin meningkat pula loyalitas pelanggan (Y).

4. Wahyu Setya Angraini, Andi Tri Haryono, Leonardo Budi Hasiolan (2016) melakukan penelitian dengan judul “ Influence Of Customer Relationship Marketing, Service Quakity And Corporate Image Of The Customer Retention Graha Candi Golf Semarang (With Statification As An Intervening Variable)” Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *customer relationship marketing*, *service quality* dan *corporate image* terhadap *customer retention* dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan lapangan golf Graha Candi Golf Semarang. Teknik pengambilan sampel adalah dengan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan adalah 117 pelanggan lapangan golf Graha Candi Golf Semarang. Analisis yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif, meliputi analisis statistic deskriptif, path analysis, dan Sobel Test. Berdasarkan hasil pengujian *customer relationship marketing*, *Service quality* dan *corporate image* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan *customer retention*. Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh positif terhadap *customer retention*. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh *customer relationship marketing*, *service quality* dan *corporate image* terhadap *customer retention*.

2.7 Kerangka Pemikiran dan Konstelasi Penelitian

2.7.1 Kerangka Pemikiran

Didalam dunia bisnis khususnya pada perusahaan sejenis, loyalitas pelanggan merupakan prioritas utama, dimana kualitas pelayanan menjadi input utamanya. Pemberian layanan yang berkualitas akan menumbuhkan rasa puas pada pelanggan, dari rasa puas itulah akan menumbuhkan sikap loyal pelanggan terhadap perusahaan tersebut dimana pernyataan ini dapat dibuktikan berdasarkan penelitian terdahulu bahwa adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok sangat memperhatikan sikap loyal para pelanggannya yaitu dengan memberikan pelayanan yang berkualitas yang mana kualitas pelayanan atau kualitas jasa menurut Rambat Lupiyoadi (2013 : 216) mendefinisikan kualitas jasa yaitu, sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima. Didalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, terdapat lima dimensi penentu kualitas pelayanan Menurut Fandy Tjiptono (2014:282), menyebutkan ada lima dimensi utama kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan,
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap,
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf: bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan,
4. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual dari pelanggan,
5. Bukti fisik (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Selanjutnya loyalitas pelanggan yang akan menentukan apakah bisnis tersebut berjalan baik atau tidak. Menurut Gremler dan Brown dalam Ali Hasan (2008:79), adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli.

Dalam loyalitas pelanggan terdapat karakteristik. Menurut Griffin (2007:33) membagi karakteristik pelanggan yang loyal sebagai berikut :

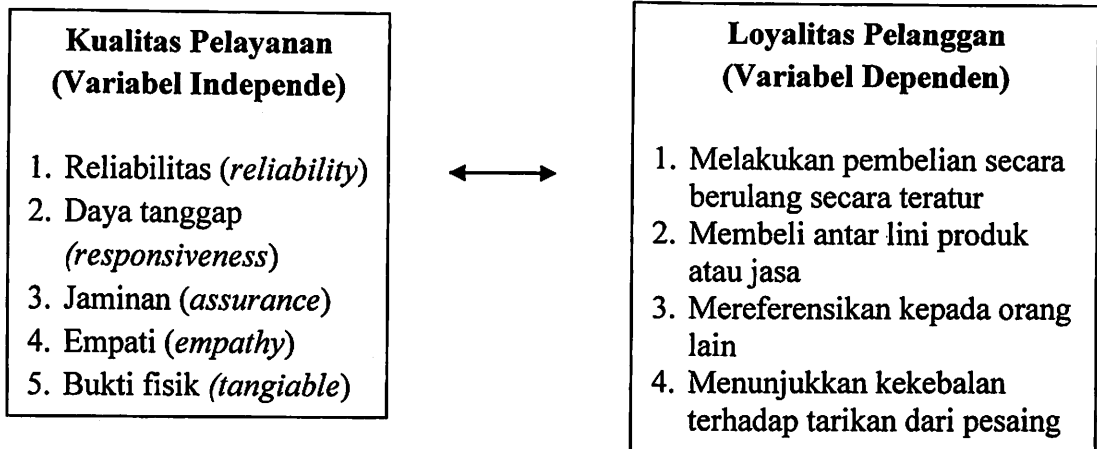
1. Melakukan pembelian secara berulang secara teratur : Pelanggan membeli kembali produk yang sama ditawarkan perusahaan.
2. Membeli antar lini produk atau jasa : Pelanggan membeli lini produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.
3. Mereferensikan kepada orang lain : Pelanggan melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk

4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari para pesaing : Pelanggan tidak tertarik terhadap penawaran produk sejenis dari pesaing.

(<https://Digilib.mercubuana.ac.id/>)

2.7.2 Konstelasi Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, Maka disusun konstelasi penelitian sebagai berikut:



Gambar 1
Konstelasi Penelitian

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah di buat. Dan hipotesis merupakan dugaan sementara dari jawaban rumusan masalah penelitian. Bedasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya dan dari peneliti sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan adalah :

1. Kualitas Pelayanan pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok cukup baik
2. Loyalitas Pelanggan pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok cukup baik
3. Adanya hubungan yang positif antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*).Cimanggis Depok

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian verifikatif dengan metode penelitian *explanatory survey*. Karena tipe penelitian ini memiliki karakteristik permasalahan berupa hubungan antar dua variabel yaitu hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan pada PT. Karabaha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok, dimana dalam penelitian ini akan mengukur ada atau tidaknya hubungan dari kedua variabel tersebut.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

1. Objek penelitian pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen (X), dengan indikator antara lain: Reliabilitas (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), Bukti fisik (*tangible*).

Dan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen (Y), dengan indikator antara lain: Melakukan pembelian secara berulang secara teratur, Membeli antar lini produk atau jasa, Mereferensikan kepada orang lain, Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing

2. Unit analisis yang dilakukan yaitu berupa individual yaitu, pelanggan yang bermain di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok.
3. Lokasi penelitian di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Jl. Cimanggis Boulevard Desa Tapos, Kec. Cimanggis Depok 16953

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti adalah data kualitatif yang merupakan data primer dan sekunder. Dimana, sumber data penelitian berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari pelanggan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok dan data yang diperoleh dari manajemen perusahaan. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung yaitu melalui internet dan perpustakaan.

3.4 Operasionalisasi Variabel

3.4.1 Instrumen Loyalitas Pelanggan

- **Definisi Konseptual**

Loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli.

- **Definisi Operasional**

Loyalitas pelanggan adalah yang mana pelanggan setia terhadap barang atau jasa di dalam suatu perusahaan yang sama, dan memiliki sikap positif dengan melakukan atau merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain atau calon pelanggan baru meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku peralihan. dimensi atau indikator loyalitas pelanggan terdiri dari ; Melakukan pembelian secara berulang secara teratur, Membeli antar lini produk atau jasa, Mereferensikan kepada orang lain, Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

3.4.2 Instrumen Kualitas Pelayanan

- **Definisi Konseptual**

Kualitas pelayanan adalah suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan orang yang dilayani.

- **Definisi Operasional**

Kualitas pelayanan adalah suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk atau jasa untuk memenuhi harapan dan keinginan pelanggan, yang mana pelanggan akan membandingkan antara harapan dengan kinerja yang diterimanya dari penyedia layanan di suatu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan para pelanggan, yang pada akhirnya akan memuaskan para pelanggannya. Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari 5 dimensi antara lain: Reliabilitas (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), Bukti fisik (*tangible*).

Tabel 3
Operasionalisasi variabel
Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan pada PT. Karabha
Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan (Variabel Independen)	1. Realibilitas (<i>reliability</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan memberikan layanan sesuai waktu yang dijanjikan 2. Karyawan menunjukkan kesungguhannya dalam menyelesaikan masalah pelanggan 3. Karyawan memberikan layanan yang baik saat pertama kali 4. Karyawan memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan 5. Kemampuan karyawan yang dapat di andalkan 	Ordinal
	2. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan akan memberitahu pelanggan mengenai kapan pelayanan itu diberikan 2. Karyawan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan 3. Karyawan bersedia menanggapi keluhan pelanggan 4. Karyawan memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan 5. Karyawan tidak pernah beralasan jika di minta memberikan layanan pada pelanggan 	Ordinal
	3. Jaminan (<i>assurance</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan melakukan transaksi tanpa ragu-ragu 2. Karyawan memiliki sifat dapat dipercaya dalam segala hal oleh pelanggan 3. Karyawan sangat kompeten dalam melayani pelanggan 4. Karyawan secara konsisten bersikap ramah dan sopan 	Ordinal

		<p>kepada pelanggan</p> <p>5. Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok</p>	
	4. Empati (<i>empathy</i>)	<p>1. Karyawan berkomunikasi pada pelanggan dengan cara yang menyenangkan</p> <p>2. Karyawan melayani pelanggan dengan sepenuh hati</p> <p>3. Karyawan memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan</p> <p>4. Karyawan memberikan perhatian secara individual pada pelanggan</p> <p>5. Terdapat jam operasional yang nyaman bagi para pelanggan</p>	Ordinal
	6. Bukti fisik (<i>tangible</i>)	<p>1. Fasilitas yang ditawarkan melalui <i>website</i> sesuai dengan kenyataan yang ada PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok</p> <p>2. PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memiliki peralatan yang modern</p> <p>3. Karyawan berpenampilan rapih dan sopan</p> <p>4. Fasilitas yang di tawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok terjamin kebersihan dan keamanannya</p> <p>5. PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memiliki area parkir yang luas</p>	Ordinal
Loyalitas Pelanggan (Variabel Dependen)	1. Melakukan pembelian secara berulang secara teratur	1. Pelanggan bersedia menggunakan jasa PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok di	Ordinal

		<p>kemudian hari</p> <p>2. Pelanggan bersedia melakukan pembelian kembali terhadap produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok</p> <p>3. Pelanggan akan melakukan pembelian secara berulang dan teratur di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok</p>	
	2. Membeli antar lini produk atau jasa	<p>1. Pelanggan akan membeli semua produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok</p> <p>2. Pelanggan akan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok</p> <p>3. Pelanggan akan membeli produk baru yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok</p>	Ordinal
	4. Merefereasikan kepada orang lain	<p>1. Pelanggan bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk bermain golf di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok</p> <p>2. Pelanggan bersedia menceritakan keunggulan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok kepada orang lain</p> <p>3. Pelanggan bersedia memberikan informasi kepada orang lain mengenai jasa dan produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf</i></p>	Ordinal

		<i>Club</i>) Cimanggis Depok	
	4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing-pesaing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelanggan akan menolak jika ada tawaran dari penyedia jasa lapangan golf, selain PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok 2. Pelanggan tidak tertarik terhadap tawaran produk sejenis dari pesaing 3. Pelanggan akan tetap memilih PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok 	Ordinal

Sumber data : peneliti, 2017

3.5 Metode Penarikan Sampel

Dalam menentukan jumlah sampel maka, penulis menerapkan metode Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Dimana, jumlah populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dengan demikian jumlah sampel yang diperlukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi/ Jumlah pelanggan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok pada tahun 2015 sebesar 67.786 yang diperkecil berdasarkan data per bulan menjadi 5.649 pelanggan guna mewakili sampel dalam penelitian ini.

e = Kesalahan dalam Pengambilan sampel ini sebesar 10 % atau 0,1

Dimana,

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{5649}{1 + (5649)(0,1)^2}$$

$$n = 98,260 \sim 100 \text{ orang/responden}$$

Telah diperoleh sebanyak 98,260 responden, dimana jumlah responden ini dibulatkan menjadi 100 responden guna mewakili jumlah populasi penelitian. selanjutnya peneliti melakukan teknik dalam penelitian ini adalah peneliti menggunakan teknik *Simple Random Sampling*/Pemilihan Sampel Acak Sederhana.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang akurat yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Maka, metode pengumpulan data yang di gunakan penulis sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi ini dilakukan untuk mengamati kegiatan-kegiatan yang dilakukan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok serta mengumpulkan informasi dan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

2. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Dalam pembuatan kuesioner digunakan teknik sekala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat dan presepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena yang terjadi. Sebelum menyebar kuesioner, terlebih dahulu dilakukan analisis uji validitas dan uji reabilitas untuk kesesuaian konsep pengukuran dengan fakta lapangan dan tingkat kemampuan atau konsistensi suatu alat ukur, juga untuk menilai apakah butir pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner sudah sesuai atau tidak.

Untuk menghitung analisis uji validitas dan uji reabilitas dengan menggunakan SPSS 21. Dan setiap pertanyaan akan dinilai dengan bobot tertinggi diberi nilai 5 sedangkan nilai yang terkecil 1 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4
Penilaian Pertanyaan

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (ST)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber data: Freddy Rangkuti (2016)

3.7 Metode Pengolahan/Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

3.7.1 Analisis deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Berdasarkan perumusan masalah pada Bab 1, analisis deskriptif dilakukan untuk menghitung tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

Adapun langkah-langkah penilaian tanggapan responden sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{rentang}}{\text{banyaknya kelas}}$$

Dimana :

Rentang = % tertinggi – % terendah

Kelas = 4 sesuai dengan jawaban pertanyaan yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Berdasarkan rumus diatas maka panjang kelas interval adalah :

$$\text{Interval} = \frac{100-0}{4} = \frac{100}{4} = 25$$

Sehingga kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 5
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	Sangat Tidak Setuju
25 – 49	Tidak Setuju
50 – 74	Setuju
75 – 100	Sangat Setuju

3.7.2 Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman

Dalam penelitian ini peneliti menghitung koefisien korelasi spearman rank dengan tujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara kualitas pelayanan (variabel independen) dengan loyalitas pelanggan (variabel dependen). Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2-1)}$$

Keterangan:

- r_s = Korelasi Spearman Rank
 n = Jumlah pelanggan/*golfer* PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok
 d = Perbedaan/selisih antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan

Setelah koefisien korelasi dihitung, dilakukan interpretasi untuk koefisien korelasi tersebut:

Tabel 6
Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2015)

3.7.3 Analisis Koefisien Penentuan (*Coefficient of Determination*)

Dalam penelitian ini koefisien penentuan atau dikenal juga dengan koefisien determinan dilakukan untuk mengetahui berapa besarnya kontribusi dari (kualitas pelayanan (variabel independen) dengan loyalitas pelanggan (variabel dependen). Dengan rumus sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = Koefisien penentuan

r^2 = Koefisien korelasi

3.7.4 Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Rank Spearman

Uji signifikansi dilakukan untuk menentukan apakah benar-benar ada hubungan statistik seperti diisyaratkan oleh koefisien korelasi spearman rank dengan hipotesis.

Adapun langkah-langkah dalam uji signifikansi koefisien korelasi spearman rank sebagai berikut :

a. Hipotesis statistik

Ho : $\rho \leq 0$ Tidak terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan

Ho : $\rho > 0$ Terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan

b. Mencari t_{tabel}

Untuk mencari nilai t_{tabel} digunakan taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$) dan $df = n-k$ atau $df = 100-2 = 98$ hasil yang diperoleh adalah $t_{tabel} = 1,984467$. Untuk menentukan Ho diterima atau Ho di tolak berdasarkan hasil pengujian dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima artinya tidak adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan

c. Mencari t_{hitung}

Untuk mencari t_{hitung} menggunakan rumus sebagai berikut :

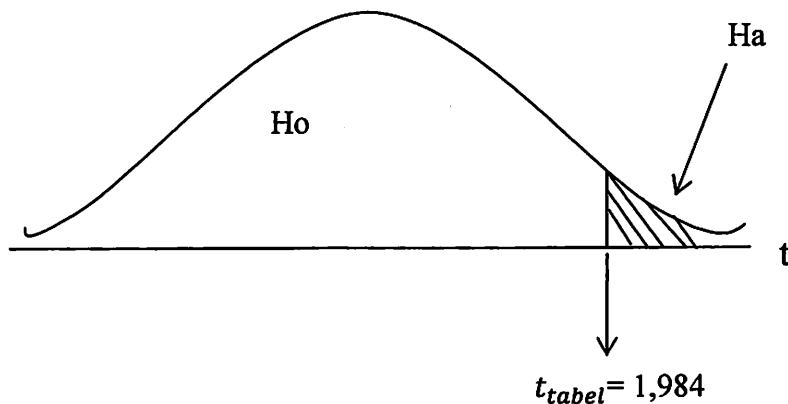
$$t_{hitung} = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}}$$

Keterangan:

r_s = Korelasi Rank Spearman

n = Sampel

d. Membuat kurva



Untuk perhitungan analisis koefisien korelasi rank spearman dan uji signifikansi peneliti menggunakan aplikasi SPSS 21.

BAB IV
HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

4.1.1 Profil Responden

Profil responden penelitian ini usia,, jenis kelamin, pekerjaan, dan jumlah kunjungan pelanggan. Berikut hasil data profil responden yaitu Pelanggan di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok.

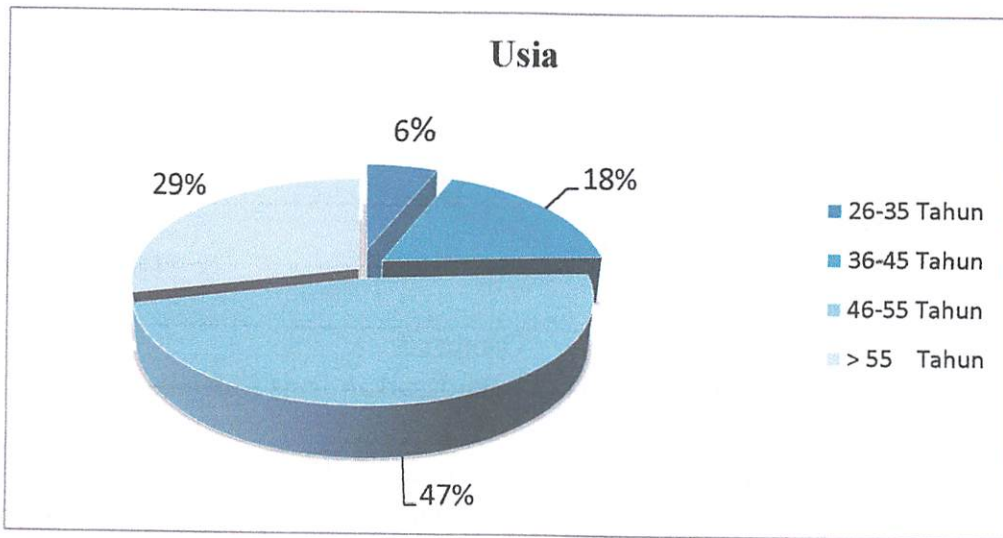
1. Usia

Usia pelanggan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7
Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
26-35 tahun	6	6
36-45 tahun	18	18
46-55 tahun	47	47
>55 tahun	29	29
Jumlah	100	100 %

Sumber Data : Data diolah, 2017



Gambar 2
Identitas Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa, dari 100 responden dalam penelitian ini, yang mana responden dengan rentang usia antara 46-55 tahun lebih dominan karena sebanyak 47 orang atau sebesar (47%) pelanggan lebih menggeluti jenis olahraga yang satu ini dibandingkan dengan ke tiga rentang usia lainnya.

Yaitu, pada rentang usia antara 26-35 tahun sebanyak 6 orang atau sebesar (6%), rentang usia antara 36-45 tahun sebanyak 18 orang atau sebesar (18%) dan yang terakhir dengan rentang usia >55 tahun hanya terdaftar 29 orang atau sebesar (29%) saja yang bermain di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok.

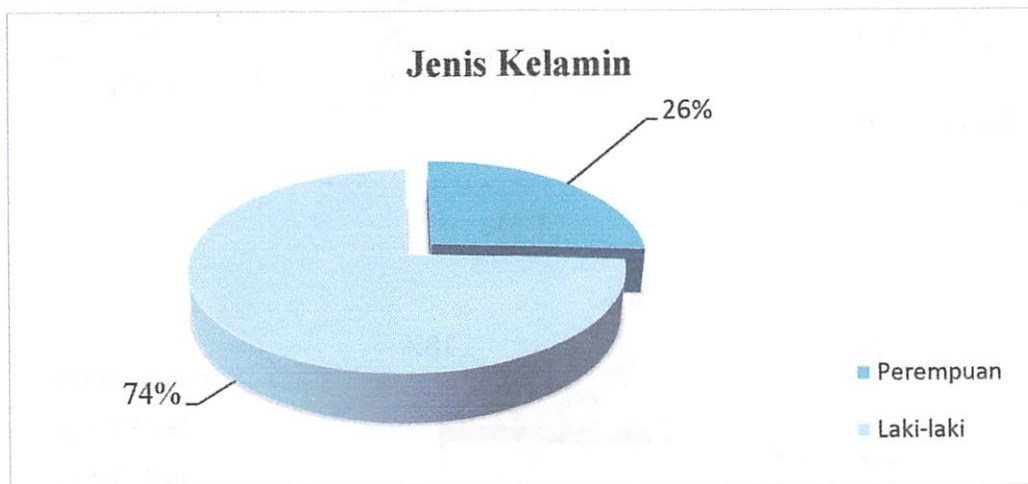
2. Jenis kelamin

Jenis kelamin pelanggan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	74	74
Perempuan	26	26
Jumlah	100	100 %

Sumber Data : Data, diolah 2017



Gambar 3
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui dari 100 responden dalam penelitian ini, jenis kelamin laki-laki terdaftar sebanyak 74 orang atau sebesar (74%), sedangkan jenis kelamin perempuan hanya terdaftar sebanyak 26 orang atau sebesar (26%). Dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin laki-laki lebih dominan menggunakan jasa PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok dibandingkan dengan jenis kelamin perempuan

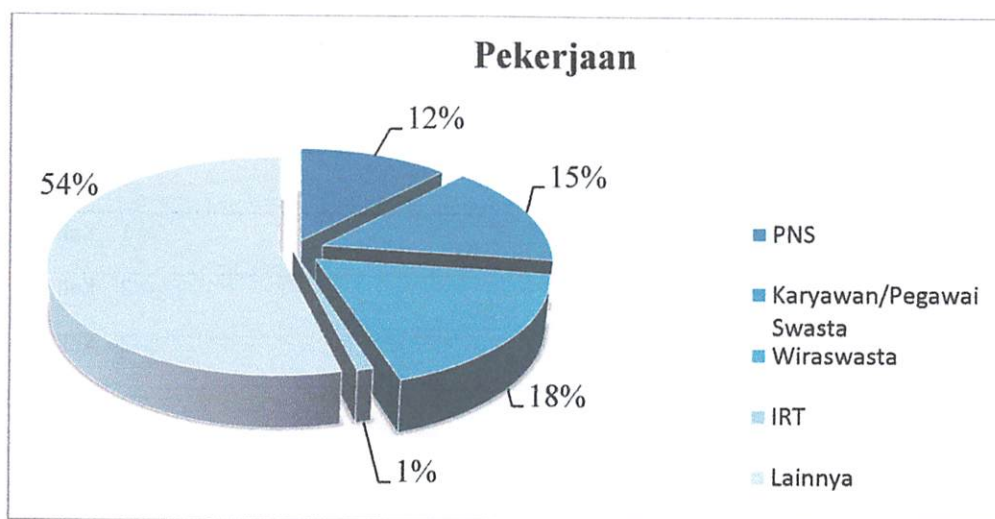
3. Pekerjaan

Pekerjaan pelanggan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9
Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
PNS	12	12
Karyawan/Pegawai Swasta	15	15
Wiraswasta	18	18
IRT	1	1
Lainnya	54	54
Jumlah	100	100 %

Sumber Data : Data diolah, 2017



Gambar 4
Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa dalam 100 responden yang diteliti yaitu kategori pekerjaan "lainnya" menempati peringkat teratas yaitu sebanyak 54 orang atau sebesar (54%), sedangkan kategori pekerjaan PNS sebanyak 12 orang atau sebesar (12%), Karyawan/Pegawai swasta sebanyak 15 orang atau sebesar (15%), Wiraswasta sebanyak 18 orang atau sebesar (18%) dan IRT ada 1 orang atau sebesar (1%).

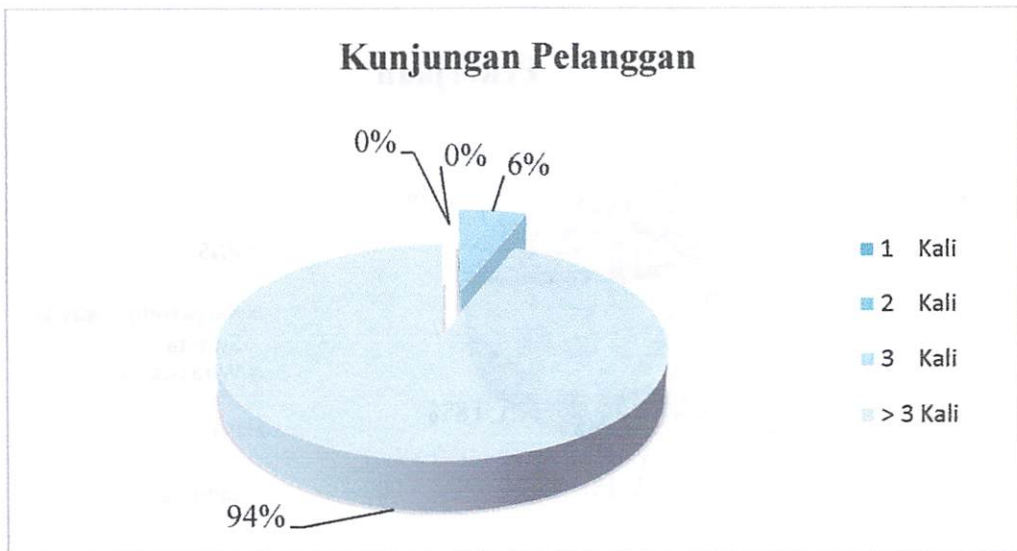
4. Kunjungan pelanggan

Kunjungan pelanggan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10
Identitas Responden Berdasarkan Kunjungan Pelanggan

Kategori	Frekuensi	Presenetase (%)
1 Kali	0	0
2 Kali	0	0
3 Kali	6	6
> 3 Kali	94	94
Jumlah	100	100 %

Sumber Data : Data diolah, 2017



Gambar 5
Identitas Responden Berdasarkan Kunjungan Pelanggan

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan dari 100 responden dalam penelitian ini sebanyak 94 orang yaitu (94%) responden yang berkunjung lebih dari 3 kali sedangkan hanya 6 orang yaitu (6%) responden yang berkunjung untuk bermain golf di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok yaitu sebanyak 2 kali.

4.1.2 Lokasi Penelitian Sejarah Perusahaan

PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) didirikan pada tahun 1989, pembukaan lahan pada tahun 1990, sedangkan pembangunan *Golf Course* mulai dibangun di tengah tahun 1992, *Emeralda Golf Club* resmi dibuka pada bulan April 1994. *Emeralda Golf Club* menjadi salah satu lapangan di lingkaran Jabodetabek yang terbilang istimewa. Dua legenda golf mencurahkan perhatian mereka untuk membangun lapangan ini. Adalah Arnold Palmer yang berperan dalam menghadirkan *River Course* dan *Lake Course* di lapangan yang resmi dibuka pada 1994 ini. Goresan Jack Nicklaus pun turut hadir melalui *Plantation Course*. Dengan tiap lapangan terdiri dari 9 *hole*, lapangan ini pun memiliki 27 *hole*, dengan taraf internasional, namun tetap memberi kenikmatan tersendiri bagi para pegolf dari berbagai tingkat kemampuan. Masing-masing lapangan tampak memiliki karakternya tersendiri. *River Course*, misalnya, didominasi oleh berbagai rintangan air, terutama sungai-sungai. Adapun *Lake Course*, mayoritas *hole*-nya senantiasa menghadirkan kolam dan danau yang akan memberikan tantangan tersendiri bagi para pegolf. Adapun *Plantation Course* didominasi oleh dataran, yang sesekali dihias pula dengan sungai kecil yang melintas di lapangan, plus pepohonan kelapa.

Keindahan dan tantangan yang dihadirkan *Emeralda Golf Club* membuat lapangan ini dipercaya menggelar sejumlah turnamen besar. Tepat setahun setelah dibuka untuk umum, lapangan ini menjadi penyelenggaraan *Dunhill Masters* yang saat itu dimenangkan oleh Michael Campbell. Setahun kemudian, *Emeralda Golf Club* juga menjadi tuan rumah *Volvo Asian Matchplay Championship* dan *Johnnie Walker Super Tour* pada 1997. Tahun lalu, lapangan ini juga menjadi saksi ketangguhan Ferdie Aunzo asal Filipina dalam meraih gelar *Ancora Classic*, ajang yang masuk agenda ASEAN PGA Tour. *Emeralda Golf Club* kembali dipercaya menjadi tuan rumah Indonesia Open untuk kedua kalinya pada 22-25 Maret lalu setelah tahun 2006. Hanya saja nuansa kali ini jelas berbeda, mengingat *Indonesian Open* telah menjadi agenda rutin *OneAsia* sejak 2010. *Clubhouse*-nya sendiri tampak unik dengan gaya bangunan khas Eropa. Gedung yang menjadi bangunan utama ini dirancang oleh Klages, Carter, Vail and Partner dengan sentuhan yang mengingatkan pada Gedung Sate di Bandung. Berbagai fasilitas lain melengkapi *Emeralda Golf Club* sebagai sebuah lapangan yang relative komplit. Selain 150 *golf cart*, *driving range* dan *puttinggreen*, *Proshop*, *meeting room* dan *board room*, tersedia pula *massage spa* dan *sauna*.

4.1.3 Visi dan Misi PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*)

A. Visi PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*)

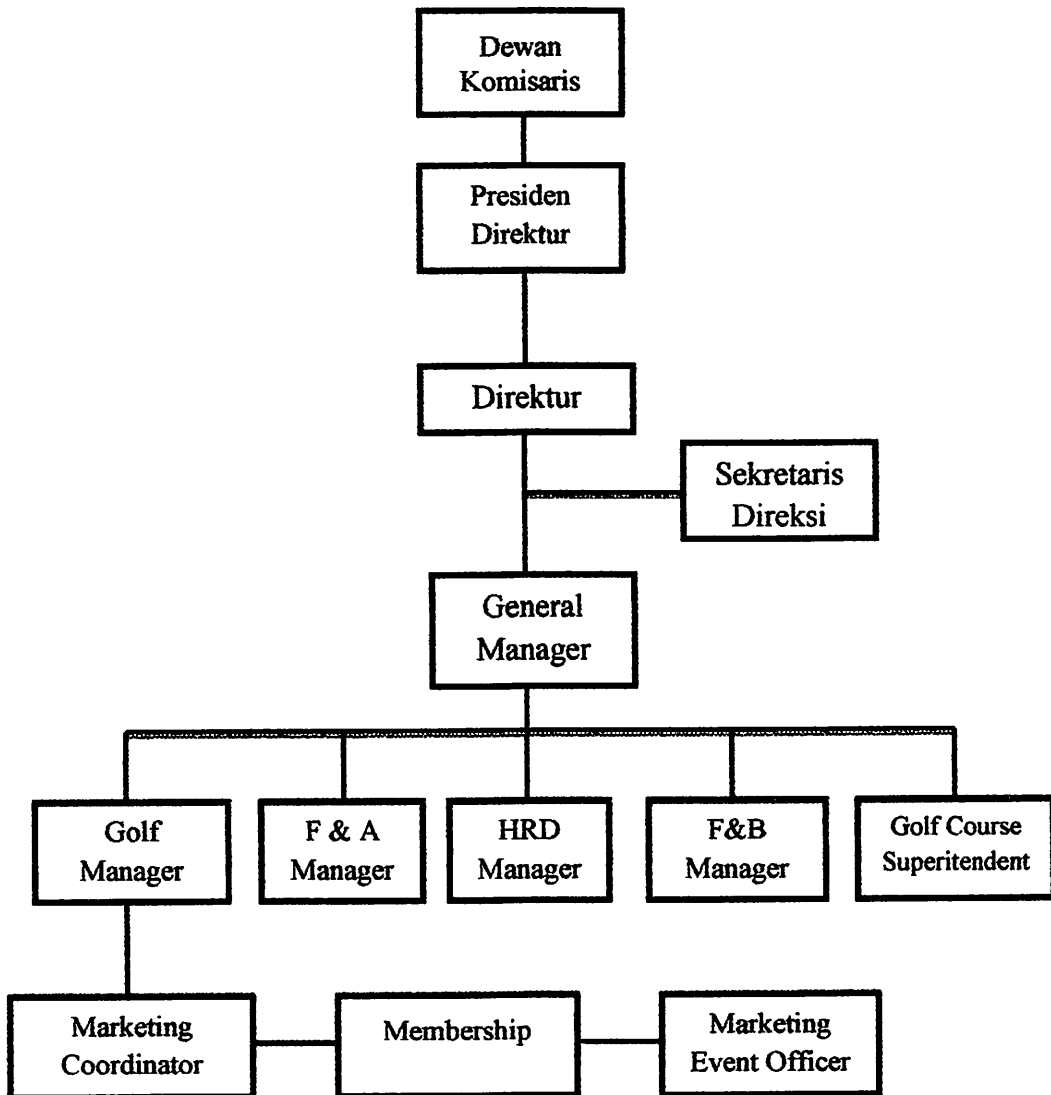
“Menjadi pengelola kelas atas yang bonafid dan terpercaya melalui Direksi pengelolaan yang profesional serta menjadi pengembang kawasan hunian yang dapat diandalkan dan memiliki daya saing tinggi.”

B. Misi PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*)

1. Meningkatkan citra, kinerja dan nilai perusahaan.
2. Mengembangkan kawasan hunian *Emeralda Golf Club* yang lengkap dan terpadu.
3. Mengoptimalkan pengelolaan lapangan golf yang berkualitas *Championship* dan bertaraf *international*.
4. Meningkatkan *Good Corporate Governance* dalam menjalankan pengelolaan perusahaan.

4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan dan Tugas

Struktur Organisasi PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) adalah sebagai berikut:



Gambar 6
Struktur Organisasi

Sumber data: PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. 2017

Adapun tugas, wewenang dan tanggung jawab mulai dari level Top Manager sampai seluruh staff atau karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) adalah sebagai berikut :

A. Dewan Komisaris

1. Mengangkat dan memberhentikan direksi
2. Menyetujui atau menolak RJPP (Rencana Jangka Panjang Perusahaan) dan RKAP (Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan yang diusulkan direksi).
3. Menetapkan target kinerja masing – masing Direksi atas dasar RJPP dan RKAP.
4. Melakukan penilaian kinerja Direksi
5. Menetapkan auditor eksternal untuk melakukan audit atas laporan keuangan.
6. Menetapkan pembagian laba perusahaan (deviden)
7. Mendelegasikan kepada Presiden Direktur tentang pembagian tugas, tanggung jawab Direksi serta Manager.
8. Memperoleh informasi kinerja perusahaan baik dari Direksi maupun Manager mengenai keuangan atau hal-hal lain yang menyangkut perusahaan secara lengkap, tepat waktu dan teratur.
9. Menyetujui atau menolak kerja sama dengan perusahaan/pihak lain yang diusulkan oleh Direksi.
10. Menyelenggarakan Rapat Pertanggungjawaban Direksi secara semesteran/tahunan atau sewaktu-waktu diperlukan.

B. Presiden Direktur

1. Memimpin para direksi, manager dan pelaku organisasi perusahaan lainnya sehingga Perseroan dipastikan dapat berjalan sesuai RJPP dan RKAP yang telah disahkan oleh Komisaris/Pemilik Perusahaan
2. Menguasai, memelihara, dan mengurus kekayaan Perseroan
3. Mewakili perseroan baik didalam maupun diluar pengadilan
4. Bertanggungjawab penuh dalam menjalankan tugas untuk kepentingan perseroan sesuai ketentuan yang berlaku
5. Bertanggungjawab secara pribadi jika bersalah atau lalai dalam pelaksanaan tugasnya
6. Menyiapkan RJPP, RKAP, menandatangani bersama dengan anggota Direksi lainnya dan mengusulkan pengesahannya kepada Komisaris/Pemilik Perusahaan
7. Memberikan pertanggungjawaban dan segala keterangan tentang keadaan dan kinerja perusahaan kepada Komisaris/Pemilik Perusahaan;
8. Menyusun dan mengimplementasikan sistem akuntansi yang sesuai dengan standar akuntansi keuangan
9. Menyusun dan menyampaikan Laporan Tahunan untuk disahkan oleh Komisaris/Pemilik Perusahaan
10. Menetapkan struktur organisasi dan uraian tugasnya

11. Memberikan penjelasan kepada Komisaris/Pemilik Perusahaan baik secara berkala maupun sewaktu-waktu diminta
12. Menetapkan kebijakan-kebijakan dan membuat aturan kepegawaian
13. Mengangkat dan memberhentikan pekerja
14. Mengangkat seseorang/kuasanya untuk melakukan perbuatan tertentu atas tanggungjawabnya.
15. Menjalankan tindakan-tindakan lainnya sesuai ketentuan yang berlaku
16. Bertindak untuk dan atas nama Perseroan, serta mewakili Perseroan dengan terlebih dulu mendapat persetujuan rapat Direksi.
17. Memperoleh gaji, tunjangan dan fasilitas lain sesuai penetapan dari Komisaris/Pemilik Perusahaan

C. Direktur

1. Bersinergi dengan anggota direksi lainnya, memimpin dan mengelola Perseroan khususnya dalam direktorat operasi yang meliputi bidang perencanaan/pemasaran, pembangkitan dan konstruksi .
2. Menguasai, memelihara, dan mengurus kekayaan Perseroan dalam direktoratnya.
3. Bertanggungjawab penuh dalam menjalankan tugas untuk kepentingan perseroan dalam direktoratnya sesuai ketentuan yang berlaku
4. Bertanggungjawab secara pribadi jika bersalah atau lalai dalam pelaksanaan tugasnya
5. Bersama-sama dengan anggota direksi lainnya menyiapkan RJPP, RKAP, menandatangani untuk kemudian diusulkan pengesahannya kepada Komisaris/Pemilik Perusahaan
6. Memberikan pertanggungjawaban dan segala keterangan tentang keadaan dan kinerja Perusahaan khususnya direktorat operasi kepada Komisaris/Pemilik Perusahaan
7. Menyusun dan mengimplementasikan Standard Operation Procedure (SOP) dalam direktoratnya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan
8. Bersama-sama dengan anggota direksi lainnya menyusun dan menyampaikan Laporan Tahunan untuk disyahkan oleh Komisaris/Pemilik Perusahaan;
9. Menetapkan struktur organisasi pada direktoratnya dan uraian tugasnya.
10. Memberikan penjelasan kepada Komisaris/Pemilik Perusahaan baik secara berkala maupun sewaktu-waktu diminta
11. Mengangkat seseorang/kuasanya untuk melakukan perbuatan tertentu atas tanggungjawabnya
12. Menjalankan tindakan-tindakan lainnya sesuai ketentuan yang berlaku
13. Bertindak untuk dan atas nama Perseroan, serta mewakili perseroan dengan terlebih dulu mendapat persetujuan rapat Direksi.
14. Memperoleh gaji, tunjangan dan fasilitas lain sesuai penetapan dari Komisaris/Pemilik Perusahaan

D. Sekretaris Direksi

1. Melakukan aktivitas kesekretariatan perusahaan.
2. Mengkoordinasikan pengurusan segala bentuk perizinan usaha perusahaan.
3. Membuat laporan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan.
4. Mengupayakan kelancaran pelaksanaan agenda kegiatan Direksi.
5. Memberikan masukan kepada Direksi dari aspek hukum yang berkaitan dengan operasionalisasi dan pengembangan usaha perusahaan.
6. Membuat data base dan menyimpan dokumen asli perusahaan.
7. Mengkomunikasikan kebijakan perusahaan kepada pihak internal perusahaan.
8. Mengkomunikasikan kebijakan perusahaan kepada pihak eksternal perusahaan.
9. Mengkoordinasikan bahan-bahan laporan untuk Rapat Komisaris dan Rapat Umum Pemegang Saham.
10. Menyiapkan laporan secara keseluruhan mengenai kegiatan Sekretaris perusahaan secara benar dan tepat waktu.

E. General Manager

1. Memimpin perusahaan dan menjadi motivator bagi karyawannya
2. Mengelola operasional harian perusahaan
3. Merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasi, mengawasi dan mengalisis semua aktivitas bisnis perusahaan
4. Mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misi perusahaan
5. Merencanakan, mengelola dan mengawasi proses penganggaran di perusahaan
6. Merencanakan dan mengontrol kebijakan perusahaan agar dapat berjalan dengan maksimal
7. Memastikan setiap departemen melakukan strategi perusahaan dengan efektif dan optimal
8. Mengelola anggaran keuangan perusahaan
9. Memutuskan dan membuat kebijakan untuk kemajuan perusahaan
10. Membuat prosedur dan standar perusahaan
11. Membuat keputusan penting dalam hal investasi perusahaan.
12. Merencanakan dan mengeksekusi rencana startegis perusahaan jangka menengah dan jangka panjang untuk kemajuan perusahaan
13. Menghadiri pertemuan, seminar, konferensi maupun pelatihan
14. Menjadi perantara dalam mengkomunikasikan ide, gagasan dan strategi antara pimpinan dan staf

F. Golf Manager

1. Menyusun rencana kerja, rencana penerimaan dan pengeluaran tahunan untuk departemen golf operation dan mengusahakan untuk dapat dicapainya rencana kerja, rencana anggaran yang telah disetujui oleh direksi
2. Mengawasi seluruh kegiatan, pengeluaran biaya yang berkaitan dengan departemen golf operation dan mempertanggung jawabkannya kepada General Manager & Club Manager
3. Mengawasi jadwal kerja, daftar hadir untuk seluruh staf departemen golf operation termasuk pramugolf agar kegiatan operasional di departemen golf operation dapat terselenggara dengan baik
4. Mengawasi disiplin perilaku dan kinerja dari seluruh staf departemen golf operation termasuk pramugolf
5. Mengecek jumlah pramugolf dan kondisi golf cart yang layak untuk disewakan untuk setiap harinya maupun untuk acara-acara tournament golf
6. Mengawasi jadwal starting time yang telah ditetapkan dan harus dapat bersikap tegas untuk menolak apabila ada pemain yang tidak mentaati *starting time* atau *booking time* yang telah ditetapkan, terkecuali untuk kondisi khusus yang telah disetujui oleh General Manager / Club Manager atau apabila masih terdapat starting time yang kosong (khusus pada *week day* atau *week end* pada siang hari)
7. Mengawasi penggunaan dan penyewaan golf cart
8. Melakukan koordinasi dengan departemen M/E apabila terjadi kerusakan pada *golf cart*
9. Mengecek tersedianya laporan sesuai dengan data terakhir untuk seluruh kegiatan di departemen golf operation seperti : jumlah pemain (*total round*) , jumlah pegawai departemen golf operation , jumlah peramugolf, jumlah bola *driving range*, data pemakaian *golf cart* , data barang inventaris dan lain - lain
10. Memonitor persediaan *score card* , *bag tag* , *schooring sheet* dalam jumlah yang cukup untuk periode per tiga bulan.
11. Menginformasikan di papan pengumuman untuk para member mengenai kegiatan / acara *tournament golf* yang akan diselenggarakan pada bulan berjalan dan bulan berikutnya, perubahan *handy cap* member, peraih *hole in one*, perubahan susunan pengurus club , *caddy of the month*, dan lain-lain.
12. Bertanggung jawab atas persiapan dan penyelenggaraan acara *tournament golf* yang rutin di adakan seperti : *monthly medal*, *ladiesday*, *junior*.
13. Menyambut tamu VIP
14. Melaksanakan fungsi sebagai humas / *public relation* mewakili club.
15. Bertindak sebagai penengah apabila ada perbedaan penafsiran atau persepsi atas suatu peraturan golf.
16. Memberikan pengertian dan dapat bersikap tegas kepada pemain untuk mentaati peraturan / ketentuan / kebijakan / tata tertib club.

17. Mengorganisir kegiatan pendidikan dan pelatihan golf yang dilakukan oleh golf pro.
18. Mengecek apakah standard operating procedure di departemen golf operation telah dilaksanakan oleh seluruh staf dan mengusulkan penyempurnaan, penambahan *standar operating procedure* yang diperlukan.
19. Memonitor, mengikuti perkembangan peraturan, informasi, data, kegiatan yang berkaitan dengan bidang golf dan secara rutin melakukan survey ke club-club golf lain.
20. Bertanggung jawab atas pembinaan, pelatihan, dan pengembangan seluruh staf departemen golf operation.
21. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh General Manager

G. Finance And Accounting Manager

1. Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.
2. Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku.
3. Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengontrol arus kas perusahaan (*cashflow*), terutama pengelolaan piutang dan hutang, sehingga memastikan ketersediaan dana untuk operasional perusahaan dan kesehatan kondisi keuangan.
4. Merencanakan dan mengkoordinasikan penyusunan anggaran perusahaan, dan mengontrol penggunaan anggaran tersebut untuk memastikan penggunaan dana secara efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan operasional perusahaan.
5. Merencanakan dan mengkoordinasikan pengembangan sistem dan prosedur keuangan dan akuntansi, serta mengontrol pelaksanaannya untuk memastikan semua proses dan transaksi keuangan berjalan dengan tertib dan teratur, serta mengurangi risiko keuangan.
6. Mengkoordinasikan dan melakukan perencanaan dan analisa keuangan untuk dapat memberikan masukan dari sisi keuangan bagi pimpinan perusahaan dalam mengambil keputusan bisnis, baik untuk kebutuhan investasi, ekspansi, operasional maupun kondisi keuangan lainnya.
7. Merencanakan dan mengkonsolidasikan perpajakan seluruh perusahaan untuk memastikan efisiensi biaya dan kepatuhan terhadap peraturan perpajakan
8. Mengontrol dan mengevaluasi pencatatan neraca R/L dan aktivitas akunting lainnya agar dapat berjalan secara tepat dan akurat

9. Mengevaluasi dan menganalisa implementasi sistem akunting untuk memberi masukan terhadap sistem keuangan dan strategi bisnis
10. Mengarahkan fungsi dan kinerja unit dan bagian akunting agar dapat berjalan optimal dan meningkatkan kinerja SDM akunting.

H. Human Resource Departement Manager

1. Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia. Dalam hal ini termasuk perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan sumber daya manusia dan pengembangan kualitas sumber daya manusia.
2. Membuat sistem HR yang efektif dan efisien, misalnya dengan membuat SOP, *job description*, *training and development system* dll.
3. Bertanggung jawab penuh dalam proses rekrutmen karyawan, mulai dari mencari calon karyawan, wawancara hingga seleksi.
4. Melakukan seleksi, promosi, transferring dan demosi pada karyawan yang dianggap perlu.
5. Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, keterampilan dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar perusahaan.
6. Bertanggung jawab pada hal yang berhubungan dengan absensi karyawan, perhitungan gaji, bonus dan tunjangan.
7. Membuat kontrak kerja karyawan serta memperbaharui masa berlakunya kontrak kerja.
8. Melakukan tindakan disipliner pada karyawan yang melanggar peraturan atau kebijakan perusahaan.
9. Menjadi penghubung antara Manajemen dengan karyawannya

I. Food And Beverage Manager

1. Menetapkan menu, sistem penyajian, strategi penjualan, mengarahkan pelaksanaan serta menilai keberhasilan
2. Melakukan analisa tentang pesaing
3. Menyusun anggaran *F&B Production kitchen*, *F&B service* dan *Stewarding*
4. Merumuskan kebijaksanaan pengendalian biaya operasional.
5. Menangani permasalahan yang memerlukan penanganan langsung
6. Menciptakan hubungan yang harmonis dengan kolega dan pelanggan
7. Menyelenggarakan *briefing* di dalam departemen
8. Mengusulkan kepada atasan, tentang penyesuaian prosedur dan kebijakan di lingkungan food & beverage department jika diperlukan

J. Golf Course Superintendent

1. Bertanggung jawab untuk melaksanakan kebijaksanaan perusahaan yang telah ditetapkan.
2. Mampu menyusun suatu daftar kebutuhan barang atau bahan untuk pemeliharaan lapangan secara keseluruhan, baik kebutuhan pertamanan, irigasi, struktur, listrik dan lain-lain.

3. Mampu membuat strategi atas pengendalian dan pengontrolan semua yang berhubungan dengan pemeliharaan lapangan golf
4. Memimpin, mengkoordinir, mengendalikan dan mengawasi kegiatan operasional lapangan, golf.

K. Marketing Coordinator

1. Bertanggung jawab untuk melaksanakan kebijaksanaan peraturan perusahaan yang telah disetujui dan disahkan oleh direktur dan komisaris.
2. Mengarahkan bawahannya di bagian pembelian untuk membuat, merencanakan dan mengkoordinasi semua permintaan tamu yang menggunakan fasilitas golf.
3. Mampu membuat *marketingplan* dan menjual produk sesuai dengan target.

L. Membership

1. Menjelaskan ketentuan *absent membership* kepada anggota
2. Periksa kewajiban anggota pada sistem Omega
3. Informasikan kewajiban yang harus dipenuhi oleh anggota
4. Mintakan anggota:
5. melengkapi form *absent membership*
6. membayar kewajiban
7. Terima dan periksa form *absent membership*, bukti pembayaran dari anggota
8. Bubuhkan paraf pada form *absent membership*
9. Serahkan form *absent membership* ke Supervisor untuk disetujui
10. Konfirmasikan pembayaran ke Departemen Finance & Accounting
11. Terima konfirmasi pembayaran dari Departemen Finance & Accounting
12. Siapkan dan serahkan kuitansi bukti pembayaran ke anggota
13. Lakukan perubahan status anggota pada sistem Omega dari "Active" menjadi "Absent"
14. Lengkapi Daily Activity Report
15. Cocokkan Daily Activity Report dengan dokumen anggota sesuai tanggal transaksi
16. Cetak Daily Activity Report
17. Serahkan Daily Activity Report dan form *absent membership* ke Supervisor Membership untuk disetujui
18. Arsip Daily Activity Reporturut per tanggal transaksi dan form anggotaurut per abjad

M. Marketing Event Officer

1. Bertanggung jawab atas incoming email MKT central
2. Menerima reservasi incoming phone call group golfer & wedding/meeting/gathering dari non golfer dan dicatat ke CALENDAR EVENT
3. Menjelaskan prosedur reservasi, harga dan formulir contract
4. Melakukan booking tee time ke Receptionist

5. Memfollow-up contract & minta DP ke customer
6. Menyerahkan form reservasi & berkonsultasi kepada Cordinator jika terdapat masalah
7. Berkordinasi dengan ACCT Dept untuk pembuatan invoice, bukti pembayaran & pembuatan kwitansi & menyerahkannya kepada customer
8. Melakukan technical meeting dengan customer
9. Membuat Function Order & berkordinasi dengan Dept terkait segala kebutuhan event
10. Standby pada setiap event dari awal hingga akhir acara
11. Mendokumentasikan acara yang berlangsung
12. Meminta customer untuk mengisi evaluation form
13. Pengarsipan
14. Updating data base customer

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Validitas

Berikut ini adalah hasil uji validitas dengan program SPSS yaitu, dengan membandingkan *Corrected Item- Total Correlation* dengan *r* tabel. Untuk menilai apakah nilai-nilai diatas valid bandingkan dengan *R* tabel pada $DF = N - 2$ ($30 - 2$) = 0,374. Jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* > *R* tabel (0,374) maka butir pertanyaan dinyatakan valid sebaliknya jika < *R* tabel (0,374) maka butir pertanyaan tidak valid. Dengan demikian, di bawah ini merupakan hasil perhitungan uji validitas sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Tabel 11
Item-Total Statistics Variabel Independent
(Kualitas Pelayanan)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	74.0667	69.582	.693	.925
VAR00002	74.0667	69.582	.693	.925
VAR00003	74.0667	69.582	.693	.925
VAR00004	74.0667	69.582	.693	.925
VAR00005	74.2000	71.683	.451	.928
VAR00006	74.0667	69.582	.693	.925
VAR00007	74.1667	69.109	.687	.925
VAR00008	74.0667	69.582	.693	.925
VAR00009	74.1667	69.109	.687	.925
VAR00010	74.2000	71.683	.451	.928
VAR00011	74.0667	69.582	.693	.925
VAR00012	73.7667	71.082	.533	.927
VAR00013	74.0667	69.582	.693	.925
VAR00014	74.1667	69.109	.687	.925
VAR00015	74.0000	71.379	.461	.928
VAR00016	73.7667	71.082	.533	.927
VAR00017	74.4333	71.978	.390	.930

VAR00018	74.0000	71.379	.461	.928
VAR00019	74.0667	72.478	.520	.927
VAR00020	74.4333	71.978	.390	.930
VAR00021	74.0333	74.033	.358	.929
VAR00022	74.2000	71.683	.451	.928
VAR00023	74.0667	72.478	.520	.927
VAR00024	74.4333	71.978	.390	.930
VAR00025	74.1667	69.109	.687	.925

Sumber Data: Output SPSS 21

Tabel 12
Hasil Pengujian Validitas
Variabel Independen (Kualitas Pelayanan)

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Realibilitas (Reliability)				
1	Karyawan PT. Karabha Digdaya (Emeralda Golf Club) Cimanggis Depok memberikan layanan sesuai waktu yang dijanjikan.	0,693	0,374	Valid
2	Karyawan PT. Karabha Digdaya (Emeralda Golf Club) Cimanggis Depok menunjukkan kesungguhannya dalam menyelesaikan masalah pelanggan	0,693	0,374	Valid
3	Karyawan PT. Karabha Digdaya (Emeralda Golf Club) Cimanggis Depok memberikan layanan yang baik saat pertama kali	0,693	0,374	Valid
4	Karyawan PT. Karabha Digdaya (Emeralda Golf Club) Cimanggis Depok memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan	0,693	0,374	Valid
5	Kemampuan karyawan PT. Karabha Digdaya (Emeralda Golf Club) Cimanggis Depok yang dapat di andalkan	0,693	0,374	Valid
Daya tanggap (Responsiveness)				
6	Karyawan PT. Karabha Digdaya (Emeralda Golf Club) Cimanggis Depok akan memberitahu pelanggan mengenai kapan pelayanan itu diberikan	0,693	0,374	Valid
7	Karyawan PT. Karabha Digdaya (Emeralda Golf Club) Cimanggis	0,687	0,374	Valid

	Depok memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan			
8	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok bersedia menanggapi keluhan pelanggan	0,693	0,374	Valid
9	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan	0,687	0,374	Valid
10	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok tidak pernah beralasan jika di minta memberikan layanan pada pelanggan	0,451	0,374	Valid
Jaminan (<i>Assurance</i>)				
11	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok melakukan transaksi tanpa ragu-ragu	0,693	0,374	Valid
12	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memiliki sifat dapat dipercaya dalam segala hal oleh pelanggan	0,533	0,374	Valid
13	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok sangat kompeten dalam melayani pelanggan	0,693	0,374	Valid
14	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok secara konsisten bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	0,687	0,374	Valid
15	Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	0,461	0,374	Valid
Empati (<i>Empathy</i>)				
16	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok berkomunikasi pada	0,433	0,374	Valid

	pelanggan dengan cara yang menyenangkan			
17	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok melayani pelanggan dengan sepenuh hati	0,390	0,374	Valid
18	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan	0,681	0,374	Valid
19	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan perhatian secara individual pada pelanggan	0,520	0,374	Valid
20	Terdapat jam operasional yang nyaman bagi para pelanggan	0,390	0,374	Valid
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)				
21	Fasilitas yang ditawarkan melalui <i>website</i> sesuai dengan kenyataan yang ada PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	0,358	0,374	Tidak Valid
22	PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memiliki peralatan yang modern	0,451	0,374	Valid
23	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok berpenampilan rapih dan sopan	0,520	0,374	Valid
24	Fasilitas yang di tawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok terjamin kebersihan dan keamanannya	0,380	0,374	Valid
25	PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memiliki area parkir yang luas	0,687	0,374	Valid

Sumber Data: Peneliti 2017

2. Loyalitas Pelanggan

Tabel 13
Item-Total Statistics Variabel Dependen
(Loyalitas Pelanggan)
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	32.9333	20.409	.849	.896
VAR00002	32.8333	23.730	.446	.914
VAR00003	32.8667	19.982	.839	.896
VAR00004	32.8333	23.040	.306	.921
VAR00005	32.8667	22.533	.421	.916
VAR00006	32.8667	22.533	.421	.916
VAR00007	32.8667	19.982	.839	.896
VAR00008	32.8667	22.533	.421	.916
VAR00009	32.9333	20.409	.849	.896
VAR00010	32.8667	20.809	.759	.900
VAR00011	32.8667	19.982	.839	.896
VAR00012	32.9333	20.409	.849	.896

Sumber Data: Output SPSS 21

Tabel 14
Hasil Pengujian Validitas
Variabel Dependen (Loyalitas Pelanggan)

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Melakukan pembelian secara berulang secara teratur				
1	Saya bersedia menggunakan jasa PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok di kemudian hari	0,849	0,374	Valid
2	Saya bersedia melakukan pembelian kembali terhadap produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	0,446	0,374	Valid
3	Saya akan melakukan pembelian secara berulang dan teratur di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	0,839	0,374	Valid
Membeli antar lini produk atau jasa				
4	Saya akan membeli semua produk yang ditawarkan PT. Karabha	0,306	0,374	Tidak Valid

	Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok			
5	Saya akan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	0,421	0,374	Valid
6	Saya akan membeli produk baru yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	0,421	0,374	Valid
Mereferensikan kepada orang lain				
7	Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk bermain golf di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	0,839	0,374	Valid
8	Saya bersedia menceritakan keunggulan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok kepada orang lain	0,421	0,374	Valid
9	Saya bersedia memberikan informasi kepada orang lain mengenai jasa dan produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	0,849	0,374	Valid
Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing-pesaing				
10	Saya kan menolak jika ada tawaran dari penyedia jasa lapangan golf, selain PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	0,759	0,374	Valid
11	Saya tidak tertarik terhadap tawaran produk sejenis dari pesaing	0,839	0,374	Valid
12	Saya akan tetap memilih PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	0,849	0,374	Valid

Sumber Data : Peneliti, 2017

4.2.2 Uji Reliabilitas

1. Kualitas Pelayanan

Tabel 15

Reliability Statistic Variabel Independen
(Kualitas Pelayanan)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.929	25

Sumber Data: Output SPSS 21

Data output *Reliability Statistic* menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk seluruh item pertanyaan. Dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* untuk seluruh item pertanyaan variabel kualitas pelayanan sebesar $0,929 > 0,374$ yang berarti seluruh item pertanyaan dinyatakan reliabel.

2. Loyalitas Pelanggan

Tabel 16

Reliability Statistic Variabel Dependen
(Loyalitas Pelangga)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.913	12

Sumber Data: Output SPSS 21

Data output *Reliability Statistic* menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* untuk seluruh item pertanyaan. Dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* untuk seluruh item pertanyaan variabel loyalitas pelanggan sebesar $0,913 > 0,374$ yang berarti seluruh item pertanyaan dinyatakan reliabel

4.3 Pembahasan

4.3.1 Kualitas Pelayanan

A. Realibilitas (*Realibility*)

1. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan layanan sesuai waktu yang dijanjikan.

Tabel 17

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan layanan sesuai waktu yang dijanjikan.

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	25	25	100
Setuju	3	62	62	186
Tidak Setuju	2	13	13	26
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	312

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan menunjukkan sebanyak 25 orang atau sebesar (25%) menyatakan sangat setuju, 62 orang atau sebesar (62%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 13 orang atau sebesar (13%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{312}{400} \times 100 = 78 \%$$

Tabel 18

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	78%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 78% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

2. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok menunjukkan kesungguhannya dalam menyelesaikan masalah pelanggan

Tabel 19

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok menunjukkan kesungguhannya dalam menyelesaikan masalah pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	20	20	80
Setuju	3	75	75	225
Tidak Setuju	2	5	5	25
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	330

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok menunjukkan kesungguhannya dalam menyelesaikan masalah pelanggan. Dimana, sebanyak 20 orang atau (20%) menyatakan sangat setuju, 75 orang atau (75%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 5 orang atau (5%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{330}{400} \times 100 = 82,5 \sim 83\%$$

Tabel 20

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	83%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 83% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok menunjukkan kesungguhannya dalam menyelesaikan masalah pelanggan

3. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan layanan yang baik saat pertama kali

Tabel 21

Karyawan . PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan layanan yang baik saat pertama kali

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	25	25	100
Setuju	3	67	67	201
Tidak Setuju	2	8	8	16
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	317

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan layanan yang baik saat pertama kali. Dimana. terdapat sebanyak 25 orang atau sebesar (25%) menyatakan sangat setuju, 67 orang atau sebesar (67%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 8 orang atau sebesar (8%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{317}{400} \times 100 = 79,25\%$$

Tabel 22

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	79,25%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 79,25% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok menunjukkan kesungguhannya dalam menyelesaikan masalah pelanggan.

4. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan

Tabel 23

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	27	27	108
Setuju	3	66	66	196
Tidak Setuju	2	7	7	14
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	318

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan layanan memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan. Dimana. terdapat sebanyak 27 orang atau sebesar (27%) menyatakan sangat setuju, 66 orang atau sebesar (66%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 7 orang atau sebesar (7%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{318}{400} \times 100 = 79,5 \sim 80 \%$$

Tabel 24

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	80%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 80% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan layanan memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan

5. Kemampuan karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok yang dapat di andalkan

Tabel 25

Kemampuan karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok yang dapat di andalkan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	22	22	88
Setuju	3	73	62	219
Tidak Setuju	2	5	5	25
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	332

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap kemampuan karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok yang dapat di andalkan. Menunjukkan. sebanyak 22 orang atau sebesar (22%) menyatakan sangat setuju, 73 orang atau sebesar (73%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 5 orang atau sebesar (5%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{332}{400} \times 100 = 83 \%$$

Tabel 26

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	83%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 83% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai kemampuan karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok yang dapat di andalkan.

B. Daya tanggap (*Responsiveness*)

6. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok akan memberitahu pelanggan mengenai kapan pelayanan itu diberikan

Tabel 27

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok akan memberitahu pelanggan mengenai kapan pelayanan itu diberikan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	24	24	96
Setuju	3	64	64	192
Tidak Setuju	2	12	12	24
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	312

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap kemampuan karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok akan memberitahu pelanggan mengenai kapan pelayanan itu diberikan. Dimana hasilnya menunjukkan sebanyak 24 orang atau sebesar (24%) menyatakan sangat setuju, 64 orang atau sebesar (64%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 12 orang atau sebesar (12%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{312}{400} \times 100 = 73 \%$$

Tabel 28

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	73%
75 – 100	

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, Dari hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 73% yang artinya responden setuju terhadap kemampuan karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok akan memberitahu pelanggan mengenai kapan pelayanan itu diberikan

7. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan

Tabel 29

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	24	24	72
Setuju	3	62	62	186
Tidak Setuju	2	14	14	28
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	286

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 24 orang atau sebesar (24%) menyatakan sangat setuju, 62 orang atau sebesar (62%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 14 orang atau sebesar (14%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{286}{400} \times 100 = 71,5 \sim 72 \%$$

Tabel 30

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	72%
75 – 100	

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 72% yang artinya responden setuju terhadap terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.

8. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok bersedia menanggapi keluhan pelanggan

Tabel 31

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok bersedia menanggapi keluhan pelanggan.

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	24	24	96
Setuju	3	62	62	186
Tidak Setuju	2	14	14	28
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	310

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok bersedia menanggapi keluhan pelanggan. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 24 orang atau sebesar (24%) menyatakan sangat setuju, 62 orang atau sebesar (62%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 14 orang atau sebesar (14%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{310}{400} \times 100 = 77,5 \sim 78\%$$

Tabel 32

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	78%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 78% yang artinya responden sangat setuju terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok bersedia menanggapi keluhan pelanggan

9. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan

Tabel 33

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	29	29	116
Setuju	3	58	58	174
Tidak Setuju	2	13	13	26
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	316

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 29 orang atau sebesar (29%) menyatakan sangat setuju, 58 orang atau sebesar (58%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 13 orang atau sebesar (13%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{316}{400} \times 100 = 77,5 \sim 79\%$$

Tabel 34

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	79%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 79% yang artinya responden sangat setuju terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan

10. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok tidak pernah beralasan jika di minta memberikan layanan pada pelanggan

Tabel 35

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok tidak pernah beralasan jika di minta memberikan layanan pada pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	13	13	52
Setuju	3	78	78	234
Tidak Setuju	2	9	9	18
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	304

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok tidak pernah beralasan jika di minta memberikan layanan pada pelanggan. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 13 orang atau sebesar (13%) menyatakan sangat setuju, 78 orang atau sebesar (78%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 9 orang atau sebesar (9%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{304}{400} \times 100 = 76 \sim 76\%$$

Tabel 36

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	76%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 76% yang artinya responden sangat setuju terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok tidak pernah beralasan jika di minta memberikan layanan pada pelanggan

C. Jaminan (*Assurance*)

11. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok melakukan transaksi tanpa ragu-ragu

Tabel 37

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok melakukan transaksi tanpa ragu-ragu

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	26	26	104
Setuju	3	53	53	159
Tidak Setuju	2	21	21	42
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	305

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok melakukan transaksi tanpa ragu-ragu. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 26 orang atau sebesar (26%) menyatakan sangat setuju, 53 orang atau sebesar (53%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 21 orang atau sebesar (21%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{305}{400} \times 100 = 76,25\%$$

Tabel 38

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	76,25%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 76,25% yang artinya responden sangat setuju terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok yang tidak pernah melakukan transaksi tanpa ragu-ragu

12. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memiliki sifat dapat dipercaya dalam segala hal oleh pelanggan

Tabel 39

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memiliki sifat dapat dipercaya dalam segala hal oleh pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	10	10	40
Setuju	3	87	87	261
Tidak Setuju	2	3	3	6
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	307

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memiliki sifat dapat dipercaya dalam segala hal oleh pelanggan. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 10 orang atau sebesar (10%) menyatakan sangat setuju, 87 orang atau sebesar (87%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 3 orang atau sebesar (3%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{307}{400} \times 100 = 76,75\sim 77\%$$

Tabel 40

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	77%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 77% yang artinya responden sangat setuju terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memiliki sifat dapat dipercaya dalam segala hal oleh pelanggan

13. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok sangat kompeten dalam melayani pelanggan

Tabel 41

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok sangat kompeten dalam melayani pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	30	30	120
Setuju	3	62	62	186
Tidak Setuju	2	8	8	16
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	322

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok sangat kompeten dalam melayani pelanggan. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 30 orang atau sebesar (30%) menyatakan sangat setuju, 62 orang atau sebesar (62%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 8 orang atau sebesar (8%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{322}{400} \times 100 = 80,5 \sim 81\%$$

Tabel 42

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	81%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 81% yang artinya responden sangat setuju terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok yang sangat kompeten dalam melayani pelanggan

14. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok secara konsisten bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan

Tabel 43

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok secara konsisten bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	19	19	76
Setuju	3	75	75	225
Tidak Setuju	2	6	6	12
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	313

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok secara konsisten bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 19 orang atau sebesar (19%) menyatakan sangat setuju, 75 orang atau sebesar (75%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 6 orang atau sebesar (6%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{313}{400} \times 100 = 78,25\%$$

Tabel 44

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	78,25%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 78,25% yang artinya responden sangat setuju terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok secara konsisten bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan.

15. Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Tabel 45
Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	15	15	60
Setuju	3	73	73	219
Tidak Setuju	2	12	12	24
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	303

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 15 orang atau sebesar (15%) menyatakan sangat setuju, 73 orang atau sebesar (73%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 12 orang atau sebesar (12%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{303}{400} \times 100 = 75,75\sim 78\%$$

Tabel 46
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	78%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 78% yang artinya responden sangat setuju terhadap pelanggan yang merasa aman saat melakukan transaksi di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

D. Empati (*Empathy*)

16. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok berkomunikasi pada pelanggan dengan cara yang menyenangkan

Tabel 47

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok berkomunikasi pada pelanggan dengan cara yang menyenangkan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	27	27	108
Setuju	3	60	60	180
Tidak Setuju	2	13	13	26
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	314

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok berkomunikasi pada pelanggan dengan cara yang menyenangkan. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 27 orang atau sebesar (27%) menyatakan sangat setuju, 60 orang atau sebesar (60%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 13 orang atau sebesar (13%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{314}{400} \times 100 = 78,5\sim 79\%$$

Tabel 48

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	79%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 79% yang artinya responden sangat setuju terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok yang selalu berkomunikasi pada pelanggan dengan cara yang menyenangkan

17. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok melayani pelanggan dengan sepenuh hati

Tabel 49

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok melayani pelanggan dengan sepenuh hati

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	22	22	88
Setuju	3	67	67	201
Tidak Setuju	2	11	11	22
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	311

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok melayani pelanggan dengan sepenuh hati. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 22 orang atau sebesar (22%) menyatakan sangat setuju, 67 orang atau sebesar (67%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 11 orang atau sebesar (11%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{311}{400} \times 100 = 77,75 \sim 78\%$$

Tabel 50

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	78%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 78% yang artinya responden sangat setuju terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok melayani pelanggan dengan sepenuh hati

18. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan

Tabel 51

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	24	24	96
Setuju	3	56	56	158
Tidak Setuju	2	20	20	40
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	294

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 24 orang atau sebesar (24%) menyatakan sangat setuju, 56 orang atau sebesar (56%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 20 orang atau sebesar (20%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{294}{400} \times 100 = 73,5\sim 74\%$$

Tabel 52

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	74%
75 – 100	

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 74% yang artinya responden setuju terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan

19. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan perhatian secara individual pada pelanggan

Tabel 53

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan perhatian secara individual pada pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	18	18	72
Setuju	3	81	73	243
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	317

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan perhatian secara individual pada pelanggan. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 18 orang atau sebesar (18%) menyatakan sangat setuju, 81 orang atau sebesar (81%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 1 orang atau sebesar (1%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{317}{400} \times 100 = 79,25\%$$

Tabel 54

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	79,25%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 79,25% yang artinya responden sangat setuju terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memberikan perhatian secara individual pada pelanggan

20. Terdapat jam operasional yang nyaman bagi para pelanggan

Tabel 55

Terdapat jam operasional yang nyaman bagi para pelanggan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	26	26	104
Setuju	3	69	69	207
Tidak Setuju	2	5	5	10
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	303

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap tersedianya jam operasional yang nyaman bagi para pelanggan Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 26 orang atau sebesar (26%) menyatakan sangat setuju, 69 orang atau sebesar (69%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 5 orang atau sebesar (5%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{321}{400} \times 100 = 80,25\%$$

Tabel 56

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	80,25%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 80,25% yang artinya responden sangat setuju terhadap tersedianya jam operasional yang nyaman bagi para pelanggan

E. Bukti Fisik (*Tangible*)

21. PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memiliki peralatan yang modern

Tabel 57

PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memiliki peralatan yang modern

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	10	10	40
Setuju	3	83	83	249
Tidak Setuju	2	7	7	14
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	303

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memiliki peralatan yang modern. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 10 orang atau sebesar (10%) menyatakan sangat setuju, 83 orang atau sebesar (83%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 7 orang atau sebesar (7%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{303}{400} \times 100 = 75,75\sim 76\%$$

Tabel 58

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	76%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 76% yang artinya responden sangat setuju terhadap PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memiliki peralatan yang modern

22. Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok berpenampilan rapih dan sopan

Tabel 59

Karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok berpenampilan rapih dan sopan

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	17	17	68
Setuju	3	76	76	228
Tidak Setuju	2	7	7	14
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	310

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok berpenampilan rapih dan sopan. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 17 orang atau sebesar (17%) menyatakan sangat setuju, 76 orang atau sebesar (76%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 7 orang atau sebesar (7%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{310}{400} \times 100 = 77,5\sim 78\%$$

Tabel 60

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	78%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 78% yang artinya responden sangat setuju terhadap karyawan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok berpenampilan rapih dan sopan

23. Fasilitas yang di tawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok terjamin kebersihan dan keamanannya

Tabel 61

Fasilitas yang di tawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok terjamin kebersihan dan keamanannya

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	10	19	40
Setuju	3	67	67	201
Tidak Setuju	2	23	23	46
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	287

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap fasilitas yang di tawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok terjamin kebersihan dan keamanannya. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 10 orang atau sebesar (10%) menyatakan sangat setuju, 67 orang atau sebesar (67%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 23 orang atau sebesar (23%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{287}{400} \times 100 = 71,75\sim 72\%$$

Tabel 62

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	72%
75 – 100	

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 72% yang artinya responden setuju terhadap fasilitas yang di tawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok terjamin kebersihan dan keamanannya

24. PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memiliki area parkir yang luas

Tabel 63

PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memiliki area parkir yang luas

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	11	11	44
Setuju	3	61	61	183
Tidak Setuju	2	28	28	56
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	283

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memiliki area parkir yang luas. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 11 orang atau sebesar (11%) menyatakan sangat setuju, 61 orang atau sebesar (61%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 28 orang atau sebesar (28%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{283}{400} \times 100 = 70,75\sim 71\%$$

Tabel 64

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	71%
75 – 100	

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 71% yang artinya responden setuju terhadap PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memiliki area parkir yang luas

Dibawah ini merupakan hasil keseluruhan tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan dari setiap item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 65

Hasil Keseluruhan Penilaian Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Pernyataan	Nilai Tanggapan Responden	Kriteria
1	Realibilitas (<i>Realibility</i>)	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan layanan sesuai waktu yang dijanjikan.	78%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok menunjukkan kesungguhannya dalam menyelesaikan masalah pelanggan	83%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan layanan yang baik saat pertama kali	79,25%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan	80%	Sangat Setuju
		Kemampuan karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok yang dapat di andalkan	83%	Sangat Setuju
2	Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok akan memberitahu pelanggan mengenai kapan pelayanan itu diberikan	73%	Setuju
		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan	72%	Setuju
		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok bersedia menanggapi keluhan pelanggan	78%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan	79%	Sangat Setuju

		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok tidak pernah beralasan jika di minta memberikan layanan pada pelanggan	76%	Sangat Setuju
3	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok melakukan transaksi tanpa ragu-ragu	76,25%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memiliki sifat dapat dipercaya dalam segala hal oleh pelanggan	77%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok sangat kompeten dalam melayani pelanggan	81%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok secara konsisten bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	78,25%	Sangat Setuju
		Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	78%	Sangat Setuju
4	Empati (<i>Empathy</i>)	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok berkomunikasi pada pelanggan dengan cara yang menyenangkan	79%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok melayani pelanggan dengan sepenuh hati	78%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan	74%	Setuju
		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan perhatian secara individual pada pelanggan	79,25%	Sangat Setuju

		Terdapat jam operasional yang nyaman bagi para pelanggan	80,25%	Sangat Setuju
5	Bukti fisik (Tangible)	PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memiliki peralatan yang modern	76%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok berpenampilan rapih dan sopan	78%	Sangat Setuju
		Fasilitas yang di tawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok terjamin kebersihan dan keamanannya	72%	Setuju
		PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memiliki area parkir yang luas	71%	Setuju

Sumber Data : Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator antara lain; Realibilitas (*Realibility*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), dan Bukti fisik (*Tangible*) berada pada kriteria sangat setuju dan setuju.

Tabel 66
Analisis Deskriptif Variabel Indenpen
(Kualitas Pelayanan)
Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
KualitasP elayanan	100	24.00	62.00	86.00	7431.00	74.3100	4.19643	17.610
Valid N (listwise)	100							

Sumber Data: Output SPSS 21

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat dilihat bahwa rata-rata tanggapan responden secara keseluruhan mengenai kualitas pelayanan adalah sebesar 74,31000. Maka dapat digunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Skor rata-rata} = \frac{\text{Jumlah skor responden}}{\text{Total responden}}$$

$$\text{Skor rata-rata} = \frac{7431}{100}$$

$$\text{Skor rata-rata} = 74,31$$

Hasil nilai skor rata-rata tersebut diuji dengan sebaran nilai interval kualitas pelayanan sebagai berikut:

Tabel 67
Sebaran Interval Kualitas Pelayanan

Nilai Interval	Persentase	Keterangan
80-100		Sangat baik
60-79	74,31%	Baik
40-59		Cukup baik
20-39		Kurang baik
0-19		Sangat Tidak Baik

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil sebaran interval di atas, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok adalah baik.

4.3.2 Loyalitas Pelanggan

A. Melakukan pembelian secara berulang secara teratur

1. Saya bersedia menggunakan jasa PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok di kemudian hari

Tabel 68

Saya bersedia menggunakan jasa PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok di kemudian hari.

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	19	19	76
Setuju	3	80	80	240
Tidak Setuju	2	1	1	2
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	318

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan dimana pelanggan bersedia menggunakan jasa PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok di kemudian hari. Dan hasilnya menunjukkan sebanyak 19 orang atau sebesar (19%) menyatakan sangat setuju, 80 orang atau sebesar (80%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 1 orang atau sebesar (1%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{318}{400} \times 100 = 79,5 \sim 80 \%$$

Tabel 69
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	80%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 80% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai pelanggan yang bersedia menggunakan jasa PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok di kemudian hari.

2. Saya bersedia melakukan pembelian kembali terhadap produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Tabel 70

- . Saya bersedia melakukan pembelian kembali terhadap produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	17	17	68
Setuju	3	79	79	237
Tidak Setuju	2	4	4	8
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	313

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan dimana pelanggan bersedia melakukan pembelian kembali terhadap produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dan hasilnya yaitu, sebanyak 17 orang atau sebesar (17%) menyatakan sangat setuju, 79 orang atau sebesar (79%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 4 orang atau sebesar (4%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{313}{400} \times 100 = 78,25\%$$

Tabel 71
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	78,25%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 78,25% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan PT. Karbha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok menunjukkan kesungguhannya dalam menyelesaikan masalah pelanggan.

3. Saya akan melakukan pembelian secara berulang dan teratur di PT. Karbha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Tabel 72

Saya akan melakukan pembelian secara berulang dan teratur di PT. Karbha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	15	15	60
Setuju	3	78	78	234
Tidak Setuju	2	7	7	14
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	308

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan dimana pelanggan akan melakukan pembelian secara berulang dan teratur di PT. Karbha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dimana, terdapat sebanyak 15 orang atau sebesar (15%) menyatakan sangat setuju, 78 orang atau sebesar (78%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 7 orang atau sebesar (7%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{308}{400} \times 100 = 77 \%$$

Tabel 73
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	77%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 77% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai pelanggan yang akan melakukan pembelian secara berulang dan teratur di PT. Karbha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

B. Membeli antar lini produk atau jasa

4. Saya akan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Tabel 74

Saya akan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok.

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	11	11	44
Setuju	3	72	72	216
Tidak Setuju	2	17	17	34
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	294

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap pelanggan yang akan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dimana, hasil perhitungan ini menunjukkan. sebanyak 11 orang atau sebesar (11%) menyatakan sangat setuju, 72 orang atau sebesar (72%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 17 orang atau sebesar (17%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{294}{400} \times 100 = 73,5 \sim 74 \%$$

Tabel 75
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	74%
75 – 100	

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 74% yang artinya responden setuju terhadap pernyataan pelanggan yang akan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

5. Saya akan membeli produk baru yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Tabel 76
Saya akan membeli produk baru yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	14	14	56
Setuju	3	70	70	210
Tidak Setuju	2	16	16	32
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	298

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap pelanggan yang akan membeli produk baru yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dimana hasilnya menunjukkan. sebanyak 14 orang atau sebesar (14%) menyatakan sangat setuju, 70 orang atau sebesar (70%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 16 orang atau sebesar (16%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{298}{400} \times 100 = 74,5 \sim 75\%$$

Tabel 77
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	75%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 75% yang artinya responden sangat setuju terhadap pelanggan yang bersedia membeli produk baru yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

C. Mereferensikan kepada orang lain

6. Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk bermain golf di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Tabel 78

Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk bermain golf di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	9	9	36
Setuju	3	74	74	222
Tidak Setuju	2	17	17	34
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	292

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap pelanggan yang bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk bermain golf di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 9 orang atau sebesar (9%) menyatakan sangat setuju, 74 orang atau sebesar (74%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 17 orang atau sebesar (17%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{292}{400} \times 100 = 73\%$$

Tabel 79
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	73%
75 – 100	

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 73% yang artinya responden setuju terhadap terhadap pelanggan yang bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk bermain golf di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

7. Saya bersedia menceritakan keunggulan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok kepada orang lain

Tabel 80

Saya bersedia menceritakan keunggulan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok kepada orang lain

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	16	16	64
Setuju	3	71	71	213
Tidak Setuju	2	13	13	26
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	303

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap pelanggan yang bersedia menceritakan keunggulan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok kepada orang lain. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 16 orang atau sebesar (16%) menyatakan sangat setuju, 71 orang atau sebesar (71%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 13 orang atau sebesar (13%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{303}{400} \times 100 = 75,75 \sim 76\%$$

Tabel 81
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	76%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 76% yang artinya responden sangat setuju terhadap pelanggan yang bersedia menceritakan keunggulan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok kepada orang lain

8. Saya bersedia memberikan informasi kepada orang lain mengenai jasa dan produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Tabel 82

Saya bersedia memberikan informasi kepada orang lain mengenai jasa dan produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	18	18	72
Setuju	3	70	70	210
Tidak Setuju	2	12	12	24
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	306

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap pelanggan yang bersedia memberikan informasi kepada orang lain mengenai jasa dan produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 18 orang atau sebesar (18%) menyatakan sangat setuju, 70 orang atau sebesar (70%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 12 orang atau sebesar (12%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{306}{400} \times 100 = 76,5 \sim 77\%$$

Tabel 83
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	77%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 77% yang artinya responden sangat setuju terhadap pelanggan yang bersedia memberikan informasi kepada orang lain mengenai jasa dan produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

D. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing-pesaing

9. Saya kan menolak jika ada tawaran dari penyedia jasa lapangan golf, selain PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Tabel 84

Saya kan menolak jika ada tawaran dari penyedia jasa lapangan golf, selain PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	16	16	64
Setuju	3	62	62	186
Tidak Setuju	2	22	22	44
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	294

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap pelanggan yang bersedia menolak jika ada tawaran dari penyedia jasa lapangan golf, selain PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 16 orang atau sebesar (16%) menyatakan sangat setuju, 62 orang atau sebesar (62%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 22 orang atau sebesar (22%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{294}{400} \times 100 = 73,5 \sim 74\%$$

Tabel 85
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	74%
75 – 100	

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 74% yang artinya responden setuju terhadap pelanggan yang bersedia menolak jika ada tawaran dari penyedia jasa lapangan golf, selain PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

10. Saya tidak tertarik terhadap tawaran produk sejenis dari pesaing

Tabel 86

Saya tidak tertarik terhadap tawaran produk sejenis dari pesaing

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	15	15	60
Setuju	3	62	62	186
Tidak Setuju	2	23	23	46
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	292

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap pelanggan yang menyatakan tidak akan tertarik terhadap tawaran produk sejenis dari pesaing. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 15 orang atau sebesar (15%) menyatakan sangat setuju, 62 orang atau sebesar (62%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 23 orang atau sebesar (23%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{292}{400} \times 100 = 73\%$$

Tabel 87
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	73%
75 – 100	

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 73% yang artinya responden setuju mengenai pernyataan pelanggan yang tidak tertarik terhadap tawaran produk sejenis dari pesaing

11. Saya akan tetap memilih PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Tabel 88

Saya akan tetap memilih PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Jawaban Responden	Bobot	Frekuensi (orang)	Persentase (%)	Skor
Sangat Setuju	4	18	18	72
Setuju	3	64	64	256
Tidak Setuju	2	18	18	72
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	100	400

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai pernyataan terhadap pelanggan yang akan tetap memilih PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dan hasil tersebut menunjukkan sebanyak 18 orang atau sebesar (18%) menyatakan sangat setuju, 64 orang atau sebesar (64%) menyatakan setuju, sedangkan sisanya yaitu 18 orang atau sebesar (18%) menyatakan tidak setuju.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{400}{400} \times 100 = 100\%$$

Tabel 89

Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0 – 24	
25 – 49	
50 – 74	
75 – 100	100%

Sumber data : Peneliti, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 100% yang artinya responden sangat setuju mengenai pernyataan pelanggan yang akan tetap memilih PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Dibawah ini merupakan hasil keseluruhan tanggapan responden terhadap loyalitas pelanggan sebagai berikut:

Tabel 90

Hasil Keseluruhan Penilaian Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan

No	Indikator	Pernyataan	Nilai Tanggapan Responden	Kriteria
1	Melakukan pembelian secara berulang secara teratur	Saya bersedia menggunakan jasa PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok di kemudian hari	80%	Sangat Setuju
		Saya bersedia melakukan pembelian kembali terhadap produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	78,25%	Sangat Setuju
		Saya akan melakukan pembelian secara berulang dan teratur di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	77%	Sangat Setuju
2	Membeli antar lini produk atau jasa	Saya akan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	74%	Setuju
		Saya akan membeli produk baru yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	75%	Sangat Setuju
3	Mereferensikan kepada orang lain	Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk bermain golf di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	73%	Setuju
		Saya bersedia menceritakan keunggulan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok kepada orang lain	76%	Sangat Setuju
		Saya bersedia memberikan informasi kepada orang lain mengenai jasa dan produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	77%	Sangat Setuju
4	Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing-pesaing	Saya akan menolak jika ada tawaran dari penyedia jasa lapangan golf, selain PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	74%	Setuju
		Saya tidak tertarik terhadap tawaran produk sejenis dari pesaing	73%	Setuju

		Saya akan tetap memilih PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok	100%	Sangat Setuju
--	--	---	------	---------------

Sumber Data: Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan dengan indikator antara lain; Melakukan pembelian secara berulang secara teratur, Membeli antar lini produk atau jasa, Mereferensikan kepada orang lain, Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing-pesaing, berada pada kriteria sangat setuju dan setuju

Tabel 91
Analisis Deskriptif Variabel Dependen
(Loyalitas Pelanggan)

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
LoyalitasPelanggan	100	14.00	25.00	39.00	3317.00	33.1700	2.72310	7.415
Valid N (listwise)	100							

Sumber Data: Output SPSS 21

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat dilihat bahwa rata-rata tanggapan responden secara keseluruhan mengenai loyalitas pelanggan adalah sebesar 33,1700. Maka dapat digunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Skor rata-rata} = \frac{\text{Jumlah skor responden}}{\text{Total responden}}$$

$$\text{Skor rata-rata} = \frac{3317}{100}$$

$$\text{Skor rata-rata} = 33,17$$

Hasil nilai skor rata-rata tersebut diuji dengan sebaran nilai interval Loyalitas Pelanggan sebagai berikut:

Tabel 92
Sebaran Interval Loyalitas Pelanggan

Nilai Interval	Persentase	Keterangan
80-100		Sangat baik
60-79		Baik
40-59		Cukup baik
20-39	33,17%	Kurang baik
0-19		Sangat Tidak Baik

Sumber Data : Data diolah, 2017

Berdasarkan hasil sebaran interval di atas, dapat diketahui bahwa Loyalitas Pelanggan di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok kurang baik.

4.3.3 Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan, peneliti melakukan analisis koefisien korelasi spearman rank dengan menggunakan aplikasi SPSS 21. Adapun hasil perhitungan SPSS 21 sebagai berikut:

Tabel 93
Analisis Korelasi Rank Spearman
Correlations

			kualitaspelayan an	loyalitaspelang gan
Spearman's rho	kualitaspelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.210
		Sig. (1-tailed)	.	.018
		N	100	100
	loyalitaspelanggan	Correlation Coefficient	.210	1.000
		Sig. (1-tailed)	.018	.
		N	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Sumber Data: Output SPSS 21, 2017

Tabel 94

Kriteria Koefisien Korelasi Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan	Hasil Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah	
0,20 – 0,399	Rendah	0,210
0,40 – 0,599	Sedang	
0,60 – 0,799	Kuat	
0,80 – 1,000	Sangat Kuat	

Sumber Data : Peneliti, 2017

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa $r_s = 0,210$. Artinya hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan mempunyai hubungan yang rendah.

4.3.4 Analisis Koefisien Penentuan (*Coefficient of Determination*)

Analisis koefisien determinan dilakukan untuk mengetahui berapa besarnya kontribusi dari (kualitas pelayanan (variabel independen) dengan loyalitas pelanggan (variabel dependen). Dengan rumus sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

$$KP = (0,210)^2 \times 100\%$$

$$KP = 4,41\%$$

Berdasarkan hasil analisis di atas, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 4,41% sedangkan sisanya sebesar 95,59% dipengaruhi oleh faktor lain.

4.3.5 Uji Signifikansi Koefisien Korelasi Rank Spearman

Untuk menentukan apakah ada atau tidaknya hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan, maka dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi sebagai berikut :

a. Hipotesis statistik

$H_0 : \rho \leq 0$ Tidak terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan

$H_0 : \rho > 0$ Terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan

b. Mencari t_{tabel}

Untuk mencari nilai t_{tabel} digunakan taraf nyata 5% ($\alpha = 0,05$) dan $df = n-k$ atau $df = 100-2 = 98$ hasil yang diperoleh adalah $t_{tabel} = 1,984467$. Untuk menentukan H_0 diterima atau H_0 ditolak berdasarkan hasil pengujian dengan kriteria sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima artinya tidak adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan

c. Mencari t_{hitung}

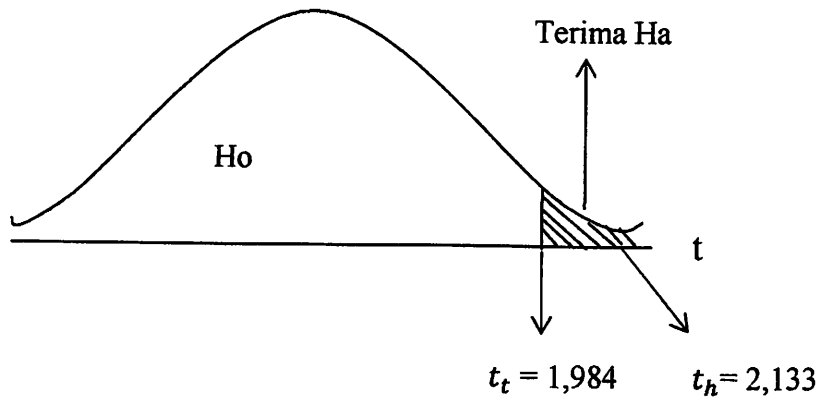
Untuk mencari t_{hitung} menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{hitung} = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-r_s^2}}$$

$$t_{hitung} = 0,210 \sqrt{\frac{100-2}{1-(0,210)^2}}$$

$$t_{hitung} = 2,133$$

d. Kurva



Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,133 > 1,984$). Artinya ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

4.4 Interpretasi Hasil

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan memiliki skor rata-rata sebesar 74,31%, dimana skor tersebut berada pada interval (60-79) artinya kualitas pelayanan di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok baik. Sedangkan loyalitas pelanggan memiliki skor rata-rata sebesar 33,17%, dimana skor tersebut berada pada interval (20-39) artinya loyalitas pelanggan di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok kurang baik.

Dapat disimpulkan bahwa nilai skor rata-rata kualitas pelayanan lebih besar dari loyalitas pelanggan, artinya perusahaan sangat memperhatikan dan mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggannya. Karena pada dasarnya kualitas pelayanan adalah suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan orang yang dilayani. Meskipun perusahaan sangat memperhatikan dan mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan, tetapi mengapa sikap loyal para pelanggan justru mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh perusahaan lain yang bergerak di dalam bidang yang sama. Dimana, seharusnya jika kualitas pelayanan baik dalam suatu perusahaan maka pelangganpun akan loyal. Karena, loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa tersebut, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli.

Dengan hasil analisis koefisien korelasi rank spearman sebesar 0,210 artinya antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan mempunyai hubungan yang

rendah. Karena nilai $r_s = 0,210$ berada di antara nilai $0,20-0,399$ (rendah). Serta hasil analisis koefisien penentuan (*coefficient of determination*) sebesar $4,41\%$, artinya kualitas pelayanan berkontribusi sebesar $4,41\%$ dan sisanya sebesar $95,59\%$ di pengaruhi oleh faktor lain. Dan hasil uji signifikansi koefisien korelasi rank spearman menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan, dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $(2,133 > 1,984)$ artinya, H_0 ditolak dan H_a diterima. Dimana, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nina Kurniawati (2013) yang menyatakan adanya hubungan sedang antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai korelasi pearson sebesar $0,902$.

Berdasarkan pengamatan yang saya lakukan di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok, menunjukkan bahwa alasan para golfer bermain golf yaitu, *pertama* dilihat dari segi lokasi, dimana PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok memiliki lokasi yang strategis, *kedua* PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok sering mengadakan turnamen antar negara, *ketiga* PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok menyediakan 3 jenis lapangan golf untuk para golfer dengan tantangan yang berbeda dari masing-masing lapangan. Dari ketiga faktor dominan inilah yang menyebabkan kualitas pelayanan memiliki hubungan yang rendah dengan loyalitas pelanggan di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok. Dimana, hal ini dibuktikan dari hasil analisis koefisien korelasi rank spearman yang menunjukkan adanya hubungan yang rendah di antara kedua variabel tersebut..

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok secara keseluruhan memiliki skor rata-rata sebesar 74,31%, dimana skor tersebut berada pada interval (60-79), artinya kualitas pelayanan di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok baik
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan pada PT. Karabha Dogdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok secara keseluruhan memiliki skor rata-rata sebesar 33,17%, dimana skor tersebut berada pada interval (20-39), artinya loyalitas pelanggan di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok kurang baik
3. Hasil analisis koefisien korelasi rank spearman menunjukkan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan dimana koefisien korelasinya sebesar 0,210. Artinya hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan mempunyai hubungan yang rendah. Karena nilai $r_s = 0,210$ berada diantara nilai 0,20-0,399 (rendah). Dan besarnya kontribusi antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan sebesar 4,41% dan sisanya sebesar 95,59% dipengaruhi oleh faktor lain. Dari hasil uji signifikansi koefisien korelasi rank spearman dapat diketahui bahwa, terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, maka terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pihak PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok, sebagai berikut:

1. PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok, sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya seperti kompetensi yang dimiliki oleh setiap karyawan dalam melayani para pelanggan harus dipertahankan bahkan ditingkatkan serta adanya jam operasional bagi para pelanggan.
2. PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok, sebaiknya melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain di luar kualitas pelayanan, seperti; lokasi yang strategis, penyediaan lapangan golf yang

berbeda dengan perusahaan sejenis dan PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok.harus lebih sering mengadakan turnamen baik lokal maupun internasional agar para pelanggan semakin loyal terhadap PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan 2008, *Marketing*, Yogyakarta, Penerbit Media Press
- Ari Setyaningrum, Efendi, dan Jusuf Udaya 2015, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Yogyakarta, Penerbit Andi
- Buchari Alma 2013, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Penerbit Alfabet
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah 2013, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta, Penerbit Andi
- Fandy Tjiptono 2014, *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta, Penerbit Andi
- Fitzsimmons. James A., Mona J. Fitzsimmons and Sabjeev K. Bordoloi. Eighth Edition 2014, *Service Management*, New York, Penerbit McGraw-Hill Education
- Freddy Rangkuti 2016, *Riset Pemasaran*, Jakarta, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler Philip and Keller. Kevin Lan 2012, *Marketing Management*, New Jersey, Penerbit Pearson Education
- Lovelock. Chistopher and Wirtz Jochen 2011, *Services Marketing*, New Jersey, Penerbit Pearson Education
- Nana Herdiana Abdurrahman 2015, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung, Penerbit CV Pustaka Setia
- Rambat Lupiyoadi 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3*, Jakarta, Penerbit Salemba Empat
- Suharto Abdul Majid 2009, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, Jakarta, Penerbit PT RajaGrafindo Persada
- Sugiyono, 2015, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta, Cetakan ke-26
- Amalia, 2016, *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pusat Kebugaran Platinum GYM Dikota Bandar Lampung*
- Agus Eko Prasetyo, 2015, *Tingkat Kepuasan Pelanggan Futsal Terhadap Pelayanan Jasa Garuda Futsal*, Yogyakarta
- Nina Kurniawati, 2013, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Jerejak Rainforest And Spa Penang Malaysia*
- Wahyu Setya Angraini, Andi Tri Haryono, Leonardo Budi Hasiolan, 2016, *Influence Of Customer Relationship Marketing, Service Quakity And Corporate Image Of The Customer Retention Graha Candi Golf Semarang (With Statification As AN Intervening Variable), Vol. 2 no. 2*

[\(https://Digilib.mercubuana.ac.id/\)](https://Digilib.mercubuana.ac.id/)

<https://nayaakyasazilvi.wordpress.com/2014/07/11/loyalitas-pelanggan/>

<http://repository.upi.edu/id/eprint/4151>

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Tanggal :

No :

Kepada Yth,
Bapak/Ibu Pelanggan
PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Dengan Hormat,
Sehubungan dengan penyusunan Skripsi, bersama ini saya :

Nama : Eka Oktaviani Alfiah

NPM : 021113173

Mahasiswa Universitas Pakuan

Sedang mengadakan penelitian dengan judul “Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok.

Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bpk/Ibu dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini. Dan saya harap informasi yang Bapak/Ibu berikan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Atas kerjasama dan partisipasi yang telah diberikan, saya ucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Usia
 - a. 26 – 35 tahun
 - b. 36 – 45 tahun
 - c. 46 – 55 tahun
 - d. > 55 tahun
3. Jenis Kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
4. Pekerjaan
 - a. PNS
 - b. Karyawan/Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. IRT
 - e. Lainnya
5. Sudah berapa kali Anda bermain golf di PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. Lebih dari 3 kali

B. Pernyataan Kualitas Pelayanan (X) pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok

Petunjuk Pengisian:

1. Isilah kolom penilaian sesuai pendapat anda dengan memberikan tanda checklist (√) pada pilihan jawaban yang tersedia
2. Parameter penilaian sebagai berikut:
 - 1 = Sangat Tidak Setuju
 - 2 = Tidak Setuju
 - 3 = Setuju
 - 4 = Sangat Setuju

A. Realibilitas (*Realibility*)

No	Pernyataan	Jawaban			
		1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
1	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan layanan sesuai waktu yang dijanjikan.				
2	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok menunjukkan kesungguhannya dalam menyelesaikan masalah pelanggan				
3	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan layanan yang baik saat pertama kali				
4	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan layanan yang sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan				
5	Kemampuan karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok yang dapat di andalkan				

B. Daya tanggap (*Responsiveness*)

No	Pernyataan	Jawaban			
		1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
6	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok akan memberitahu pelanggan mengenai kapan pelayanan itu diberikan				
7	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan				
8	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok bersedia menanggapi keluhan pelanggan				

9	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan				
10	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok tidak pernah beralasan jika di minta memberikan layanan pada pelanggan				

C. Jaminan (*Assurance*)

No	Pernyataan	Jawaban			
		1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
11	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok melakukan transaksi tanpa ragu-ragu				
12	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memiliki sifat dapat dipercaya dalam segala hal oleh pelanggan				
13	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok sangat kompeten dalam melayani pelanggan				
14	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok secara konsisten bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan				
15	Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok				

D. Empati (*Empathy*)

No	Pernyataan	Jawaban			
		1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
16	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok berkomunikasi pada pelanggan dengan cara yang menyenangkan				
17	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok melayani pelanggan dengan sepenuh hati				
18	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memahami keinginan serta kebutuhan pelanggan				
19	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memberikan perhatian secara individual pada pelanggan				
20	Terdapat jam operasional yang nyaman bagi para pelanggan				

E. Bukti fisik (*Tangible*)

No	Pernyataan	Jawaban			
		1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
21	PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memiliki peralatan yang modern				
22	Karyawan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok berpenampilan rapih dan sopan				
23	Fasilitas yang di tawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok terjamin kebersihan dan keamanannya				
24	PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok memiliki area parkir yang luas				

C. Pernyataan Loyalitas Pelanggan (Y) pada PT. Karabha Digdaya (*Emeralda Golf Club*) Cimanggis Depok**A. Melakukan pembelian secara berulang secara teratur**

No	Pernyataan	Jawaban			
		1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
1	Saya bersedia menggunakan jasa PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok di kemudian hari				
2	Saya bersedia melakukan pembelian kembali terhadap produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok				
3	Saya akan melakukan pembelian secara berulang dan teratur di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok				

B. Membeli antar lini produk atau jasa

No	Pernyataan	Jawaban			
		1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
4	Saya akan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok				
5	Saya akan membeli produk baru yang ditawarkan oleh PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok				

C. Merefereasikan kepada orang lain

No	Pernyataan	Jawaban			
		1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
6	Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk bermain golf di PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok				
7	Saya bersedia menceritakan keunggulan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok kepada orang lain				
8	Saya bersedia memberikan informasi kepada orang lain mengenai jasa dan produk yang ditawarkan PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok				

D. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing-pesaing

No	Pernyataan	Jawaban			
		1	2	3	4
		STS	TS	S	SS
9	Saya kan menolak jika ada tawaran dari penyedia jasa lapangan golf, selain PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok				
10	Saya tidak tertarik terhadap tawaran produk sejenis dari pesaing				
11	Saya akan tetap memilih PT. Karabha Digdaya (<i>Emeralda Golf Club</i>) Cimanggis Depok				

SURAT PENGALAMAN PRAKTEK KERJA
No.054/SK/EGC/II/2017

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Eka Oktaviani Alfiah
TTL : Bogor, 21 Oktober 1995
NPM : 021113173
Nama Universitas : Universitas Pakuan
Fakultas Ekonomi
Jl. Pakuan Po.Box 452 Bogor, 16143

Benar pernah praktek kerja di PT Karabha Digdaya (Emeraldal Golf Club) di Bagian Golf Operation, terhitung mulai tanggal 31 Januari 2017 sampai dengan tanggal 28 Februari 2017.

Demikian surat pengalaman praktek kerja ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cimanggis, 01 Maret 2017
Hormat kami,



PT KARABHA DIGDAYA

Lananingrum
HRD Manager

JADWAL PENELITIAN

No	Kegiatan	Bulan						
		Sept	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli
1	Pengajuan Judul	*						
2	Studi Pustaka		*					
3	Pembuatan Makalah Seminar		***					
4	Seminar					*		
5	Pengesahan					*		
6	Pengumpulan Data						**	
7	Pengolahan Data						***	
8	Penulisan laporan dan Bimbingan						****	
9	Sidang Skripsi							*
10	Penyempurnaan Skripsi							*
11	Pengesahan							*