

**ANALISIS HUBUNGAN KUALITAS JASA DENGAN  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. FIELD DIMENSION  
INDONESIA**

***ANALYSIS RELATIONSHIP OF QUALITY SERVICES WITH  
CUSTOMER LOYALTY AT PT. FIELD DYMENSION  
INDONESIA***

**DESTIARA SYAHPUTRI**

**8223097600**



**Karya Ilmiah Ini untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Ahli Madya  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2012**

## ABSTRAK

DESTIARA SYAHPUTRI. 2012. 8223097600. Analisis Hubungan Kualitas Jasa Dengan Loyalitas Pelanggan pada PT. Field Dimension Indonesia. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui tentang hubungan kualitas jasa yang dimiliki dengan loyalitas pelanggan PT. Field Dimension Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui pengambilan data primer, observasi dan wawancara.

Dari hasil penulisan karya ilmiah ini dapat diketahui bahwa ada ataupun tidaknya suatu hubungan kualitas jasa yang dengan loyalitas pelanggan pada PT. Field Dimension Indonesia. Kualitas jasa yang baik dapat menjalin hubungan yang kuat terhadap tingkat loyalitas pelanggan pada pemilik jasa.

Kata Kunci: Kualitas Jasa, Loyalitas Pelanggan.

## **ABSTRACT**

DESTIARA SYAHPUTRI. 2012. 8223097600. *Analysis Relationship of Quality Services with Customer Loyalti at PT. Field Dymension Indonesia.* DIII Marketing Management. The Department Of Management. The Faculty Of Economics. State University Of Jakarta.

*The scientific paper aims to find out about the relationship of quality services that are owned with customer loyalty at PT. Field Dymension Indonesia. The methods use in this research is descriptive analysis with the method of data collection through the primary data retrival, observation, and interview.*

*From the results of writting this scientific paper can be known that there is or is not a relationship of quality services with customer loyalty at PT. Field Dymension Indonesia. A good quality services can establish strong relationship over the extent of customer loyalty on the owner of the services.*

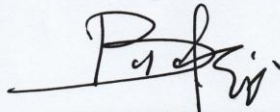
*Keywords: Service Product Quality, Customer Satisfaction.*

LEMBAR PERSETUJUAN KARYA ILMIAH

Pembimbing

Tanda tangan

Tanggal



**Dra Basrah Saidani, M.Si**  
NIP. 1963119 199203 2 001

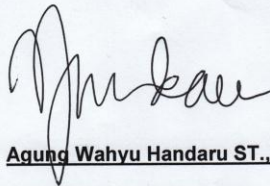
5 Februari 2013

Jakarta, 5 Februari 2013

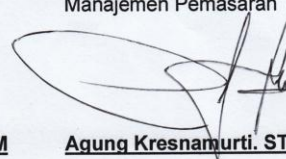
Ketua Jurusan Manajemen

Ketua Program Studi DIII

Manajemen Pemasaran



**Agung Wahyu Handaru ST., MM**  
NIP. 19781127 200604 1 001



**Agung Kresnamurti. ST., MM**  
NIP. 19740416 200604 1 001

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN**

Dekan Fakultas Ekonomi – Universitas Negeri Jakarta

**Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si**

NIP. 19531002 198503 2 001

Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

**Agung Kresnamurti R.P, ST, MM**  
NIP. 19740416 200604 1 001

5 Februari 2013

Penguji Ahli

**DR. Mohamad Rizan, SE, MM**  
NIP. 19720627 200604 1 001

5 Februari 2013

Dosen Pembimbing

**Dra. Basrah Saidani, M.Si**  
NIP. 19630119 199203 2 001

5/2 - 2013

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah ini yang berjudul : **“Analisis Hubungan Kualitas Jasa Dengan Loyalitas Pelanggan pada PT. Field Dimension Indonesia.”**

Karya ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar ahli madya di bidang manajemen pemasaran pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Basrah Saidani, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan karya ilmiah ini dari awal hingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan.

2. Ibu Dra. Nurahma Hajat, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi beserta jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Agung Wahyu Handaru, S.T, M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Agung Kresnamurti RP, S.T, M.M, selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan mendidik secara baik selama penulis menjalani masa studi.
6. Ibu Warni Suprpto selaku Head of Manager PT. Field Dimension Indonesia dan seluruh keluarga besar PT. FDI yang telah membantu serta memberikan kesempatan kepada penulis untuk melekaukan observasi.
7. Kedua orangtua, Bapak Safiuddin Tabrani dan Ibu Rieta nanlohy serta adik tercinta, Firdha Devita, yang tiada hentinya memberikan dukungan, motivasi, nasihat, dan doa kepada penulis.
8. Keluarga besar H. Moh. Tabrani dan keluarga besar A.M. Nanlohy, yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
9. Vincentia Senastri, Novian Ahmad, Denny Prasetya, Merry Eka Pratiwi, serta seluruh teman dan sahabat yang tidak dapat disebutkan satu per

satu, yang selalu memberikan motivasi dan bantuan yang begitu besar sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

Akhir kata penulis mohon maaf apabila dalam penyusunan karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan. Kiranya hasil penulisan ini mudah-mudahan dapat memberi manfaat kepada semua pihak yang memerlukan.

Jakarta, 21 Januari 2013

Penulis