

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan PAPARON'S PIZZA Cikarang

Perkembangan pesat PAPARON'S PIZZA Cikarang didasarkan pada konsep penyajian makanan yang berkualitas dan cita rasa tinggi dengan harga yang terjangkau. Sebagai restoran mengutamakan pelayanan, PAPARON'S PIZZA Cikarang menyediakan pizza yang baru dipanggang, pasta, salad dan makanan penutup untuk dimakan ditempat, dibawa pulang, diantar dan untuk acara khusus. Hal ini dilakukan untuk menciptakan restoran keluarga yang menyajikan pizza dan pasta yang masih hangat, selalu berkesan dan cukup fleksibel dalam menciptakan makanan barat dengan rasa Asia. Prinsip dalam berbisnis "Pembeli adalah raja" sudah menjadi landasan dalam misi perusahaan, yaitu untuk melayani setiap pelanggan dengan kualitas produk, pelayanan, kebersihan, dan dengan harga terjangkau.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan, kualitas produk, citra perusahaan diharapkan akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Diharapkan juga kepuasan pelanggan akan memberikan pengaruh yang kuat.

Penelitian dilakukan di PAPARON'S PIZZA Cikarang. Peserta terdiri dari 200 responden yang telah melengkapi daftar pertanyaan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode non probabilitas yaitu sampling purposive dan metode analisis menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan program paket dari AMOS 18.0 Pengujian reliabilitas dengan konsistensi internal dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha dari program SPSS versi 17,0.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, citra perusahaan pada kasus ini, akan memaksimalkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hasil ini mengidentifikasi bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan mempengaruhi secara langsung, signifikan dan positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, sebaliknya kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Bentuk korelasi diantara kelima variabel menghasilkan suatu hal yang menarik, kualitas produk tidak berhubungan secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Perusahaan, Kepuasan dan Loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

The Effects Of Service Quality, Product Quality, Corporate Image On Satisfaction and Loyalty of PAPARON'S PIZZA Cikarang Customer

The explosive growth of PAPARON'S PIZZA Cikarang concept is attributed to serving high quality food and great tasting products at affordable prices. As a full service restaurant, PAPARON'S PIZZA Cikarang offers freshly baked pizzas, pastas, salads, and desserts with fresh tastes for dine-in, take-out, delivery and special events. It was to create a family style restaurant that serves hot, freshly baked pizza and pasta, always being mindful and flexible enough to create Western Food with an Asian Taste. The business principle "The Customer is the King", has been the cornerstone behind company mission, both then and now, to provide each customer with the highest level in quality of product, service, cleanliness, and at affordable prices.

This study aims to test the influence of the service quality, product quality, corporate image towards both customer satisfaction and customer loyalty. The service quality, product quality, corporate image is expected to increase the customer loyalty. It is also expected that customer satisfaction will strengthen the influence.

This study was done in PAPARON'S PIZZA Cikarang. Participants comprised 200 respondent who completed a questionnaire. The sampling technique in this study used non probability sampling method as purposive sampling and analysis method used SEM (Structural Equation Modeling) by program package using AMOS 18,0. Reliability of the measures was checked using Cronbach's Alpha for Internal Consistency by SPSS Program Version 17.0 .

This study results a finding that the service quality, product quality, corporate image in this case, will maximize the customer loyalty through customer satisfaction. The result indicated that the service quality and corporate image influence directly, significantly and positively to customer satisfaction and customer loyalty, conversely influences product quality no significantly to customer loyalty. The inter-correlations model's between these five variables revealed some surprising results, product quality not significantly related to customer loyalty.

Key Word: Service Quality, Quality Product, Corporate Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty