ABSTRAK

"Dampak Kinerja Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan pada Yomart cabang Sarijadi Bandung" oleh: Aghil Marghubi M, Nim: 21206027 dibawah bimbingan Dra. Rahma Wahdiniwaty.,M.Si., Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia Bandung 2011.

Perkembangan bisnis ritel dimana masyarakat menginginkan sarana dan kebutuhannya dekat dengan rumah menyebabkan banyak peritel berusaha untuk membuka banyak gerai di banyak lokasi, demi memenuhi kebutuhan konsumennya, meskipun dengan lokasi, segmen, dan produk yang hampir sama. Untuk itulah setiap ritel minimarket berusaha memberikan kualitas pelayanan yang berbeda satu sama lain. Dimana kinerja kualitas pelayanan itu merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa dari sudut pandang konsumen. Sedangkan kepercayaan pelanggan adalah sejumlah keyakinan spesifik pelanggan terhadap integritas - kejujuran pihak yang dipercaya dan kemampuan menepati janjinya.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui tanggapan responden mengenai produk kinerja kualitas pelayanan (2) untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kepercayaan pelanggan dan (3) seberapa besar dampak kinerja kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan pada minimarket Yomart cabang sarijadi Bandung

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini berjumlah 500 pengujung, dan tehnik penarikan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan teknik pengambilan *simple random sampling* (simple sederhana) sehingga diperoleh 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Metode analisis menggunakan analisis regresi linier sederhana, korelasi *Product-Moment Pearson, Method of Succesive Interval* (MSI) dan koefisien determinasi, serta uji t dengan menggunakan bantuan *SPSS 17.0 for windows.*

Hasil yang diperoleh bahwa kinerja kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang positif terhadap kepercayaan pelanggan dengan korelasi sebesar 0,758**.** dan apabila dilihat pada tabel koefisien korelasi ditemukan memiliki derajat hubungan yang kuat. Sedangkan besar dampak kinerja kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan sebesar 0,574 atau 57,4%, sementara sisanya sebesar 42,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar kinerja kualitas pelayanan yang tidak diteliti oleh penulis seperti: (1) suasana toko, (2) citra toko, (3) keragaman produk.

Kata Kunci : Kinerja kualitas pelayanan, Kepercayaan pelanggan

ABSTRACT

"Impact of Service Quality Performance to Customer Trust inYomart Sarijadi Bandung branch" by: Aghil Marghubi M, Nim:21206027 under the guidance of Dra. Rahma Wahdiniwaty.,M.Si., Thesis Department of Management Faculty of Economics, University Computer Indonesia of Bandung 2011.

The development of retail businesses where people want the facilities and needs closer to home led many retailers try to open many stores in many locations, to meet the needs of consumers, although the location, segment, and similar products. For thatevery retail minimarket try to give quality of service different from each other. Where service quality performance that is thorough assessment of the advantages of a service from the consumer viewpoint. Meanwhile, consumer confidence is the number ofcustomer specific beliefs of integrity - honesty and ability ofparties who trusted to keep his promise.

The purpose of this study are (1) to determine the responses of respondents regarding product performance quality of service (2)to determine the response of respondents concerning customer trust and (3) how big the performance impact of service quality tocustomer confidence in Yomart minimarket branch Bandung sarijadi.

The method used in this research is descriptive method with quantitative approach. The research population amounting to 500 visitor, and sampling techniques using probability sampling technique with a technique of simple random sampling (simplesimple) that gained 100 responder. Techniques of data collection using interviews, observation, questionnaires, and documentation. Method of analysis using simple linear regressionanalysis, Product Moment correlation Pearson, Method of Succesive Interval (MSI) and the coefficient of determination, as well as t test using SPSS 17.0 for windows.

The result that the performance of service quality has a positive relationship of trust customers is a correlation of 0.758. and when seen in the table of correlation coefficients were found to have a strong degree of relationship. While the major impact of service quality performance against customer confidence of0.574 or 57.4%, while the remaining 42.6% is influenced by factors other than the service quality performance that are not examined by authors such as: (1) shop atmosphere, (2) shop image, (3) product variety.

Keywords: Performance of service quality, customer trust