

ABSTRAK

Perubahan dalam dunia transportasi yang semakin cepat mengharuskan perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi untuk merespon semua perubahan yang terjadi. Problem sentral yang dihadapi perusahaan jasa transportasi saat ini adalah bagaimana perusahaan tersebut dapat menarik pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu cara yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan cara menjalin hubungan dua arah dengan pelanggan. Perusahaan dapat menerapkan *relationship marketing* untuk dapat mempertahankan pelanggan dan dapat membuat pelanggan setia serta loyal terhadap perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden yang pernah menggunakan jasa travel Day Trans Bandung sebanyak 100 responden. Pengujian dan pengolahan data menggunakan SPSS v.15 dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variable yang paling dominan adalah kepercayaan (x1) dan juga besarnya pengaruh *customer relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan yang sebesar 36,1% dan sisanya adalah 63,9% yang dipengaruhi hal lain.

Kata-kata kunci: *Customer Relationship Marketing*, loyalitas konsumen

ABSTRACT

A change in the world faster requires transportation firm in the field of transportation to respond to all of changes that occurred. Central problem faced by transportation service company now is how the company can draw customers and defend it. One of the ways that can be applied by a company to maintain customer is two direction by means of a strained relationship with the customers. Company can apply relationship marketing to be able to maintain customer and can make customers faithful and loyal against the company. The study is done with spread a questionnaire on a respondent who never used services travel Day Trans Bandung as many as 100 of respondents. Testing and data processing using SPSS v.15 by the use of linear regression worship of idols. The result also indicated that the most dominant side variables is faith (x1) and also how major customer relationship marketing against customer loyalty of 36,1% and the rest is 63,9% who influenced the other thing.

Key words: Customer Relationship Marketing, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
<i>ABSTRAK</i>	ix
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GRAFIK	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1.1. Pengertian Jasa	9
2.1.2. Kualitas Jasa	12
2.1.3. Kualitas Pelayanan	13
2.1.3.1. Ciri-Ciri Kualitas Pelayanan	14
2.1.3.2. Dimensi Kualitas Pelayanan	15
2.1.4. <i>Customer Relationship Marketing</i>	16
2.1.5. Pengertian Loyalitas Pelanggan	17
2.1.6. Pengertian Kepuasan Pelanggan	20
2.1.6.1. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan.....	22
2.1.7. Pengertian Pemasaran	23
2.2. Rerangka Teoritis.....	30
2.2. Kerangka Pikir.....	32
2.2. Hipotesis.....	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	35
3.2. Populasi dan Sampel	35
3.3. Teknik Pengumpulan Sample	37
3.4. DOV	37
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6. Metode Analisis Data.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden	43
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Jasa.....	44
4.1.4. Frekuensi Responden Berdasarkan Menggunakan Layanan ..	45
4.2. Data Penelitian.....	46
4.2.1. Customer Relationship Marketing	46
4.2.2. Loyalitas Pelanggan	48
4.3. Uji Pendahuluan	48
4.3.1. Uji Normalitas.....	48
4.3.2. Uji Validitas	48
4.3.3. Uji Reliabilitas	50
4.4. Analisis Regresi Linear Berganda	53
4.5. Koefisien Determinasi	55
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
4.7. Interpretasi	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	60
5.2. Keterbatasan Penelitian	61

5.3. Saran.....61

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (*CURICULUM VINTAE*) 76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Rerangka Teoritis31
Gambar 2	Rerangka Pikir40

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Operasional Variabel	37
Tabel II Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel III Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Menggunakan Layanan.....	44
Tabel V Frekuensi Responden Berdasarkan Menggunakan Layanan	45
Tabel VI Kepercayaan	46
Tabel VII Komitmen	47
Tabel VIII Komunikasi	47
Tabel IX Loyalitas Pelanggan	48
Tabel X Uji Normalitas	49
Tabel XI Nilai KMO	50
Tabel XII Nilai Communalities	50
Tabel XIII Alpha Cronvach	52
Tabel XIV ANOVA ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	53
Tabel XV Koefisien & Uji Individu Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel XVI Koefisien Determinasi	56

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner	53
Lampiran B Karakteristik Responden	67
Lampiran C Uji Regresi	69
Lampiran D Uji Validitas	71
Lampiran E Uji Reliabilitas	74