

## **ABSTRACT**

*Cipaganti Shuttle Service is one of the provider of transportation services land in the city that serve the open passenger service travel, but with the many emerging travel services in Bandung, raises a very tight competition. Not only that, the word of mouth communication that is negative that shows indications of dissatisfaction customers resulted in the emergence of customer disloyalty trend in use the shuttle service Cipaganti services resulting in reduced customer loyalty. The purpose of this study is to determine the effect of Influence the word of Mouth Communication to Customer Loyalty at Cipaganti Shuttle Service Route Bandung-Jakarta at BTC Branch in PT.Cipaganti Citra Graha Bandung. Type of research is the type of quantitative research – causal explanatory. The sample in this study were taken by spreading the questionnaires by using non-probability sampling method, the method of purposive sampling. The result showed the word of Mouth Communication to Customer Loyalty at Cipaganti Shuttle Service Route Bandung-Jakarta at BTC Branch in PT.Cipaganti Citra Graha Bandung as a whole by 42,6% which was tested using simple regression analysis. The research was carried out with SPSS version 21.0.*

*Keywords: Word of Mouth Communication, Customer Loyalty, Cipaganti.*

## ABSTRAK

Cipaganti *Shuttle service* adalah salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi darat di kota Bandung yang melayani angkutan penumpang yang membuka layanan travel, namun dengan banyaknya bermunculan jasa travel di Bandung, menimbulkan adanya persaingan yang sangat ketat. Tidak hanya itu, adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat negatif yang menunjukkan adanya indikasi ketidakpuasan pelanggan yang mengakibatkan munculnya kecenderungan ketidaksetiaan pelanggan dalam menggunakan jasa Cipaganti *shuttle service* sehingga mengakibatkan menurunnya loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi dari mulut ke mulut terhadap loyalitas pelanggan pada Cipaganti *shuttle service* Trayek Bandung-Jakarta cabang BTC di PT.Cipaganti Citra Graha Bandung.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian kuantitatif – *causal explanatory*. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan metode *non-probability sampling*, yaitu metode *purposive sampling*.

Adapun hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh komunikasi dari mulut ke mulut terhadap loyalitas pelanggan pada Cipaganti *Shuttle Service* Trayek Bandung-Jakarta Cabang BTC di PT.Cipaganti Citra Graha Bandung secara keseluruhan sebesar 42,6% yang diuji menggunakan analisis regresi sederhana. Penelitian ini dilakukan dengan SPSS versi 21.0.*For Windows*.

Kata kunci: Komunikasi dari Mulut ke Mulut, Loyalitas Pelanggan, Cipaganti.

## DAFTAR ISI

|                                                                   |       |
|-------------------------------------------------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL .....                                               | i     |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                          | ii    |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....                           | iii   |
| SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN<br>PERUSAHAAN ..... | vi    |
| PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN                           |       |
| KATA PENGANTAR .....                                              | v     |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                             | vi    |
| ABSTRAK.....                                                      | ix    |
| DAFTAR ISI .....                                                  | x     |
| DAFTAR TABEL .....                                                | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                             | xix   |

## BAB 1 PENDAHULUAN

|                                  |   |
|----------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang Masalah ..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah.....         | 4 |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| 1.3 Tujuan Penelitian.....    | 5 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....  | 5 |
| 1.4.1 Kegunaan Akademis ..... | 5 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis .....  | 6 |

## **BAB 2 KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| 2.1 Kajian Pustaka.....                                 | 7  |
| 2.1.2 Pengertian Pemasaran.....                         | 7  |
| 2.1.2 Jasa .....                                        | 8  |
| 2.1.3 Karakteristik Jasa .....                          | 9  |
| 2.1.4 Klasifikasi Jasa .....                            | 10 |
| 2.1.5 Strategi Pemasaran Jasa .....                     | 12 |
| 2.1.6 Indikator Kualitas Jasa .....                     | 14 |
| 2.1.7 Komunikasi .....                                  | 15 |
| 2.1.7.1 Pengertian Komunikasi.....                      | 15 |
| 2.1.7.2 Proses Komunikasi .....                         | 16 |
| 2.1.7.3 Jenis Komunikasi .....                          | 18 |
| 2.1.8 Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut .....              | 19 |
| 2.1.8.1 Pengertian Komunikasi dari Mulut ke Mulut ..... | 19 |
| 2.1.8.2 Sifat Komunikasi dari Mulut ke Mulut .....      | 20 |

|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.8.3 Manfaat Komunikasi dari Mulut ke Mulut .....                                     | 23 |
| 2.1.8.4 Indikator Komunikasi dari Mulut ke Mulut .....                                   | 23 |
| 2.1.8.5 Strategi Menciptakan Komunikasi dari Mulut ke Mulut .....                        | 24 |
| 2.1.9 Loyalitas Pelanggan .....                                                          | 26 |
| 2.1.9.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....                                             | 26 |
| 2.1.9.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....                                          | 27 |
| 2.1.9.3 Tahapan Proses Loyalitas Pelanggan .....                                         | 28 |
| 2.1.9.4 Pengelompokkan Loyalitas Pelanggan .....                                         | 29 |
| 2.1.9.5 Menjaga Loyalitas Pelanggan .....                                                | 31 |
| 2.1.9.6 Keuntungan Loyalitas Pelanggan .....                                             | 32 |
| 2.1.10 Hubungan <i>Word of Mouth Communication</i> Terhadap Loyalitas<br>Pelanggan ..... | 33 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                                                           | 34 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                                                             | 39 |
| 2.4 Model Penelitian .....                                                               | 40 |
| 2.5 Pengembangan Hipotesis .....                                                         | 41 |

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 3.1 Jenis Penelitian .....          | 42 |
| 3.2 Populasi dan Sampel .....       | 42 |
| 3.3 Teknik Pengambilan Sampel ..... | 43 |

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| 3.5 Defenisi Operasional Variabel ..... | 44 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....        | 46 |
| 3.6 Metode Analisis Data .....          | 42 |
| 3.6.1 Uji Pendahuluan .....             | 47 |
| 3.6.2 Uji Normalitas .....              | 47 |
| 3.6.3 Uji Outliers .....                | 47 |
| 3.6.4 Uji Reliabilitas .....            | 48 |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....          | 48 |
| 3.7.1 Analisa Regresi Sederhana .....   | 48 |
| 3.7.2 Model Summary .....               | 49 |

## **BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1 Karakteristik Responden .....                                                          | 51 |
| 4.1.1 Jenis Kelamin .....                                                                  | 51 |
| 4.1.2 Usia .....                                                                           | 52 |
| 4.1.3 Tingkat Penghasilan Per Bulan .....                                                  | 53 |
| 4.2 Komunikasi dari Mulut ke Mulut .....                                                   | 55 |
| 4.2.1 Membicarakan .....                                                                   | 55 |
| 4.2.1.1 Mengomentari hal-hal positif tentang jasa <i>Travel</i><br>Cipaganti .....         | 55 |
| 4.2.1.2 Pernah mengungkapkan hal-hal positif tentang jasa<br><i>Travel</i> Cipaganti ..... | 56 |

|                                                                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.1.3 Berencana menceritakan hal-hal positif tentang jasa <i>Travel</i><br>Cipaganti .....              | 57 |
| 4.2.2 Merekomendasikan .....                                                                              | 58 |
| 4.2.2.1 Menyarankan teman/relasi untuk menggunakan jasa<br><i>Travel</i> Cipaganti .....                  | 58 |
| 4.2.2.2 Mempengaruhi teman/relasi untuk menggunakan jasa<br><i>Travel</i> Cipaganti .....                 | 59 |
| 4.2.2.3 Meyakinkan teman/relasi untuk menggunakan jasa<br><i>Travel</i> Cipaganti .....                   | 60 |
| 4.2.3 Mendorong .....                                                                                     | 61 |
| 4.2.3.1 Memotivasi teman/relasi untuk melakukan penggunaan terhadap<br>jasa <i>Travel</i> Cipaganti ..... | 61 |
| 4.2.3.2 Mengajak teman/relasi untuk melakukan penggunaan<br>terhadap jasa <i>Travel</i> Cipaganti .....   | 62 |
| 4.2.3.3 Membujuk teman/relasi untuk melakukan penggunaan<br>terhadap jasa <i>Travel</i> Cipaganti .....   | 63 |
| 4.2.4 Loyalitas Pelanggan .....                                                                           | 64 |

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.4.1 Anda akan melakukan penggunaan jasa <i>Travel</i>        |    |
| Cipaganti berulang secara teratur .....                          | 64 |
| 4.2.4.2 Anda akan menggunakan jasa <i>Travel</i> lain di luar    |    |
| <i>Travel</i> Cipaganti .....                                    | 65 |
| 4.2.4.3 Anda akan mereferensikan jasa <i>Travel</i> Cipaganti    |    |
| kepada orang lain .....                                          | 66 |
| 4.2.4.4 Anda akan menolak terhadap penggunaan jasa <i>Travel</i> |    |
| pesaing .....                                                    | 67 |
| 4.3 Uji Normalitas .....                                         | 68 |
| 4.4 Uji Outliers .....                                           | 69 |
| 4.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....                     | 69 |
| 4.5.1 Uji Validitas .....                                        | 70 |
| 4.5.2 Uji Reliabilitas .....                                     | 75 |
| 4.6 Uji Hipotesis dan Pembahasan .....                           | 78 |

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 4.6.1 Uji Hipotesis ..... | 78 |
| 4.6.2 Uji Regresi .....   | 79 |
| 4.6.3 Analisa .....       | 81 |
| 4.7 Pembahasan .....      | 81 |

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| 5.1 Simpulan .....                                    | 83 |
| 5.2 Implikasi Manajerial .....                        | 85 |
| 5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian mendatang ..... | 86 |
| 5.4 Saran .....                                       | 87 |

|                      |    |
|----------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA ..... | 88 |
|----------------------|----|

## **LAMPIRAN**