

ABSTRACT

Competition the companies engaged in the service sector must be able to achieve competitive advantage. Quality of Service in CIPAGANTI Travel Bandung is noticed by 5 (five) dimension, such as : Tangibles, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance. Meanwhile to define how big the customer loyalty, it can be distinguished by 3 (three) dimension, comprise of : Repeatition, Raferall, Retention. The unit of analysis on this observation is individual, comprise of : customer CIPAGANTI Travel Bandung, who has using service which on the market CIPAGANTI Travel Bandung. The company seeks to improve the quality of service with how to balance between the dimensions of service quality with customer expectations of service.

Key Words : Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, and Customer Loyalty.

ABSTRAK

Persaingan perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam sektor jasa harus mampu meraih keunggulan kompetitif. Kualitas pelayanan CIPAGANTI Travel Bandung ditinjau dari lima dimensi, yaitu : *Tangibles*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*. Sedangkan untuk mengetahui besarnya loyalitas pelanggan dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu : *Repeatition*, *Raferall*, *Retention*. Unit analisis (*Unit of analysis*) penelitian ini adalah individual yaitu para pelanggan CIPAGANTI Travel Bandung, yang menggunakan pelayanan yang ditawarkan CIPAGANTI Travel Bandung. Perusahaan berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara menyeimbangkan dimensi kualitas pelayanan dengan harapan pelanggan terhadap jasa. Hal ini dilakukan perusahaan, agar kesesuaian antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat terwujud.

Kata Kunci : Barang Berwujud, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan,

Perhatian, Loyalitas Pelanggan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	5
2.1.1 Pengertian Jasa / Pelayanan (Service).....	5
2.2 Kualitas Pelayanan (Service Quality).....	7
2.3 Loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty).....	31
2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	59
2.5 Kerangka Pemikiran.....	61
2.6 Hipotesis.....	64

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1.1 Objek Penelitian.....	65
3.1.2 Jenis Penelitian dan Sumber Daya.....	65
3.1.3 Definisi Operasional Variabel.....	66
3.1.4 Populasi dan Sampel.....	67
3.1.4.1 Metode Pengambilan Sampel.....	67
3.1.4.2 Jumlah Sampel.....	68
3.1.5 Teknik Pengumpulan Data.....	77
3.1.6 Metode Analisis.....	78

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	80
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengunjung yang Pernah Menggunakan Jasa Cipaganti Travel.....	82
4.2 Kualitas Jasa yang diberikan oleh Cipaganti Travel.....	82
4.3 Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	96
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas	96
4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	98
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	99
4.5 Pembahasan.....	101

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	102
5.2 Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE)

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Konsep Kualitas Pelayanan.....	10
Gambar 2 Model Konsep Kualitas Pelayanan.....	17
Gambar 3 Model Kesenjangan Kualitas Jasa.....	24
Gambar 4 <i>Design Customer Loyalty</i>	37
Gambar 5 Empat Jenis Loyalitas.....	39
Gambar 6 Piramida Loyalitas.....	44
Gambar 7 Piramida Pelanggan.....	46
Gambar 8 Tingkatan Loyalitas.....	48
Gambar 9 <i>Profit Generator System</i>	54
Gambar 10 Paradigma Pemikiran Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Definisi Operasional Variabel.....	69
Tabel II Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	80
Tabel III Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Pengunjung yang Pernah Menggunakan Jasa Cipaganti Travel.....	82
Tabel V Penilaian Responden Mengenai Ruangan yang Nyaman.....	82
Tabel VI Penilaian Responden Mengenai Promosi dan Pelayanan.....	83
Tabel VII Penilaian Responden Mengenai Kerapihan Penampilan Karyawan.....	83
Tabel VIII Penilaian Responden Mengenai Fasilitas Fisik Menarik Secara Visual.....	84
Tabel IX Penilaian Responden Mengenai Ketepatan Waktu yang Diberikan Sesuai Janji.....	84
Tabel X Penilaian Responden Mengenai Pelayanan Cipaganti Memecahkan Masalah.....	85
Tabel XI Penilaian Responden Terhadap Pelayanan yang Tepat Mulai Dari Awal.....	85
Tabel XII Penilaian Responden Mengenai Ketepatan Waktu Saat Memberikan Layanan.....	86
Tabel XIII Penilaian Responden Mengenai Pihak Cipaganti yang Mengupayakan Catatan yang Bebas Dari Kesalahan.....	87
Tabel XIV Penilaian Responden Terhadap Sikap Karyawan dalam	

	Memberikan Kepastian Layanan.....	87
Tabel XV	Penilaian Responden Terhadap Karyawan Memberikan Pelayanan yang Cepat Pada Pelanggannya.....	88
Tabel XVI	Penilaian Responden Mengenai Kesiediaan Karyawan Untuk Membantu Para Pelanggannya.....	88
Tabel XVII	Penilaian Responden Mengenai Sikap Karyawan yang Tidak Terlalu Sibuk Merespon Permintaan Para Pelanggan.....	89
Tabel XVIII	Penilaian Responden Mengenai Kepercayaan Para Pelanggan Kepada Karyawan.....	89
Tabel XIX	Penilaian Responden Terhadap Keamanan dalam Melakukan Transaksi.....	90
Tabel XX	Penilaian Responden Terhadap Kesopanan Karyawan.....	90
Tabel XXI	Penilaian Responden Terhadap Keterampilan Karyawan Dalam Menjawab Setiap Pertanyaan Para Pelanggan.....	91
Tabel XXII	Penilaian Responden Terhadap Perhatian Individual yang Diberikan Cipaganti.....	91
Tabel XXIII	Penilaian Responden Mengenai Jam Operasi yang Nyaman Bagi Setiap Pelanggan.....	92
Tabel XXIV	Penilaian Responden Mengenai Perhatian Personal yang Diberikan Karyawan pada Pelanggan.....	92
Tabel XXV	Penilaian Responden Terhadap Karyawan dalam Memenuhi Kepentingan Pelanggan.....	93
Tabel XXVI	Penilaian Responden Terhadap Karyawan dalam Memahami Kebutuhan Spesifik Pelanggan.....	93

Tabel XXVII Penilaian Responden Mengenai Berbagai Hal Positif yang Diberikan Oleh Cipaganti.....	94
Tabel XXVIII Penilaian Untuk Melihat Pelanggan dalam Merekomendasikan Cipaganti Kepada Orang lain.....	94
Tabel XXIX Penilaian Untuk Melihat Pelanggan dalam Menarik Orang Lain Untuk Menggunakan Jasa Cipaganti.....	95
Tabel XXX Penilaian Untuk Melihat Apakah Pelanggan Akan Memilih Cipaganti Sebagai Pilihan Utama.....	95
Tabel XXXI Penilaian Untuk Melihat Apakah Pelanggan Akan Menggunakan Jasa Cipaganti Dalam Beberapa Tahun Kemudian.....	96
Tabel XXXII Hasil Perhitungan Validitas.....	97
Tabel XXXIII Hasil Pengujian Reliabilitas.....	99
Tabel XXXIV Tabel Tingkat Signifikansi.....	100
Tabel XXXV Tabel Tingkat Pengaruh.....	101