

ABSTRAK

Pada saat ini peranan transportasi menjadi semakin penting bagi kebutuhan manusia, dengan kehadiran jalan tol Cipularang yang mampu memangkas waktu tempuh Bandung –Jakarta PP semakin meningkatkan mobilitas kunjungan antara kedua kota besar tersebut, sehingga kebutuhan akan layanan moda transportasi pun turut meningkat. Masing-masing perusahaan berusaha merayu konsumen dengan beragam kiat, mulai perang harga, kenyamanan hingga memberikan fasilitas tambahan..

Dengan melihat strategi pemasaran yang dilakukan oleh setiap perusahaan travel *shuttles services*, penulis berharap dapat melakukan penelitian terhadap kinerja penyampaian jasa dalam industri transportasi *shuttles services* Citi Trans di Bandung sehingga menemukan hubungan kinerja penyampaian jasa dengan kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode survei dengan mengambil sample secara acak dari suatu populasi sebagai alat pengumpul data.

Setelah melakukan penelitian pada Citi Trans, penulis berkesimpulan bahwa kinerja penyampaian jasa yang dilakukan oleh Citi Trans dapat meningkatkan kepuasan pelanggan konsumen dan pelanggan dapat mengetahui keunggulan dari Citi Trans sehingga menimbulkan keinginan atau ketertarikan untuk menggunakan layanan jasa *shuttles services* Citi Trans.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
LAMPIRAN – LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Pengertian dan Ruang lingkup Pemasaran Jasa	7
2.1.1.1 Pengertian Jasa	7
2.1.1.2 Karakteristik Jasa	8
2.1.1.3 Klasifikasi Jasa	10
2.1.1.4 Pemasaran Jasa	11
2.1.1.5 Bauran Pemasaran Jasa	14
2.1.2 Sistem Penyampaian Jasa	16

2.1.3	Konsep kepuasan	20
2.1.3.1	Konsep Kepuasan	20
2.1.3.2	Pengertian Kepuasan Pelanggan	21
2.1.3.3	Mengukur Kepuasan Pelanggan	23
2.1.4	Hubungan Sistem Penyampaian Jasa dan Kepuasan Pelanggan	24
2.2	Kerangka Pemikiran	26
2.3	Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Metode yang Digunakan	31
3.2	Operasionalisasi variabel	32
3.3	Sumber dan Cara Penentuan Data	36
3.4	Teknik Pengumpulan Data	39
3.5	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Perusahaan	44
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan <i>shuttle services</i> Citi Trans	44
4.1.2	Struktur Organisasi <i>shuttle services</i> Citi Trans	47
4.2	Pelaksanaan Kinerja Penyampaian Jasa <i>shuttle services</i> Citi Trans	52
4.2.1	Variabel X (Kinerja Penyampaian Jasa)	53
4.2.2	Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	75

4.2.3 Hubungan Kinerja Penyampaian Jasa Dalam Rangka

Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	79
--	-----------

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	84
-----------------------	-----------

5.2 Saran	85
------------------	-----------

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	33
Tabel 4.1	Kelayakan Gedung / Bangunan Citi Trans, 2007	54
Tabel 4.2	Peralatan yang Dimiliki Citi Trans, 2007	55
Tabel 4.3	Fasilitas Parkir Citi Trans, 2007	55
Tabel 4.4	Tingkat Kenyamanan Ruang Tunggu Citi Trans, 2007	56
Tabel 4.5	Tingkat Keamanan Citi Trans, 2007	57
Tabel 4.6	Fasilitas Pendukung Citi Trans, 2007	58
Tabel 4.7	Kebersihan Toilet, Ruang Tunggu Citi Trans, 2007	59
Tabel 4.8	Eksterior Gedung Citi Trans, 2007	60
Tabel 4.9	Interior Gedung Citi Trans, 2007	61
Tabel 4.10	Kelengkapan <i>Shuttle Services</i> Citi Trans, 2007	62
Tabel 4.11	Kestrategisan Lokasi Citi Trans, 2007	63
Tabel 4.12	Tingkat Penerangan / Pencahayaan Ruangan Citi Trans, 2007	64
Tabel 4.13	Sirkulasi Udara Citi Trans, 2007	65
Tabel 4.14	Tata Letak Ruangan Citi Trans, 2007	65
Tabel 4.15	Penampilan Karyawan Citi Trans, 2007	66
Tabel 4.16	Kemampuan Karyawan Menangani Pelanggan Citi Trans, 2007	67

Tabel 4.17	Tingkat Keyakinan Karyawan Menangani Pelanggan	
	Citi Trans, 2007	68
Tabel 4.18	Keramahan Karyawan Citi Trans, 2007	68
Tabel 4.19	Ketanggapan Karyawan Citi Trans, 2007	69
Tabel 4.20	Kecepatan Karyawan Menangani Pelanggan	
	Citi Trans, 2007	70
Tabel 4.21	Kemudahan Menemui Karyawan Citi Trans, 2007	71
Tabel 4.22	Ketepatan Waktu Dalam Memberikan Pelayanan	
	Citi Trans, 2007	72
Tabel 4.23	Prosedur Pelayanan yang Diberikan Karyawan	
	Citi Trans, 2007	73
Tabel 4.24	Kejelasan Informasi yang Diberikan Karyawan	
	Citi Trans, 200	74
Tabel 4.25	Tingkat Merekomendasikan <i>Shuttles Services</i>	
	Citi Trans, 2007	75
Tabel 4.26	Pelanggan Berbicara Hal Positif Citi Trans, 2007	76
Tabel 4.27	Peluang Bertahan Pelanggan Citi Trans, 2007	77
Tabel 4.28	Pelayanan Sesuai Janji Citi Trans, 2007	78
Tabel 4.29	Setia Terhadap Citi Trans, 2007	78
Tabel 4.30	Correlations	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>The Service Marketing System For a High Contact Service</i>	13
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	30
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Citi Trans	47

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1	Tabel Profil Responden
Lampiran 2	Kuesioner
Lampiran 3	Tabel Hasil Uji Korelasi Spearman
Lampiran 4	Brosur Citi Trans