

ABSTRACT

Development of inland transportation services in the recent years shows a significant progress, it can be seen specially in the intercity transportation services which is populer with the name of “Travel” . The demand of Travel transportation services is highly increased, especially for people who are traveling from Bandung to Jakarta and vice versa. As one of Indonesia's largest travel operator, Cipaganti Travel certainly does not want to see their customers is switched to the other transportation services company. Therefore, their claims to be the best travel operator by providing the best quality of service should be taken as company commitment in order to gain customer loyalty. In this study, researchers wanted to explain Travel Cipaganti service quality dimensions that affect customer loyalty at Maranatha Christian University. The dimensions of service quality are included of: tangible, empathy, reliability, responsiveness, and assurance. Quality of service has the advantage of being able to create a loyal consumer, but the constraints or weakness is the consumer feel that there is a lack of quality service provided by the company. This research was conducted using questionnaires and involving 150 respondents who had been using the services of Cipaganti Travel. Testing and processing of data using SPSS V.16 using multiple linear regression. The results also show that the magnitude of the effect of service quality on customer loyalty was at 42.9% and the remaining 57.1% is influenced by other factors.

Key words: quality of service, customer loyalty

ABSTRAK

Perkembangan jasa pelayanan transportasi angkutan darat beberapa tahun belakangan ini menunjukkan perkembangan yang sangat berarti, hal ini terlihat terutama dalam jasa pelayanan transportasi penumpang antar kota yang populer disebut sebagai “Travel”. Jasa transportasi menggunakan travel saat ini mengalami kenaikan permintaan pelayanan yang sangat tinggi khususnya bagi masyarakat yang akan berpergian dari kota Bandung ke kota Jakarta maupun sebaliknya. Sebagai salah satu operator travel terbesar di Indonesia, tentu Cipaganti Travel tidak mengkhendaki para pelanggannya beralih ke jasa transportasi perusahaan lain. Oleh sebab itu, tuntutan untuk menjadi perusahaan travel yang terbaik dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik, harus menjadi komitmen perusahaan agar mendapatkan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, peneliti hendak menjelaskan dimensi kualitas pelayanan Cipaganti Travel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan di Universitas Kristen Maranatha. Dimana dimensi kualitas pelayanan meliputi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Kualitas pelayanan memiliki keunggulan yang dapat membuat konsumen menjadi loyal, namun kendala atau kelemahannya adalah konsumen merasa masih kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan disebarkan pada responden yang pernah menggunakan jasa Cipaganti Travel sebanyak 150 responden. Pengujian dan pengolahan data menggunakan SPSS V.16 dengan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 42,9% dan sisanya 57,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata-kata kunci : kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, MODEL PENELITIAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
2.1 Kajian Pustaka.....	11
2.1.1 Jasa.....	11
2.1.1.1 Karakteristik Jasa.....	12
2.1.2 Pengertian Pelayanan.....	13
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.3.1 Pengukuran Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.3.3 Strategi Memperbaiki Kualitas Pelayanan Jasa.....	18
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	20

2.1.5	Loyalitas Pelanggan.....	22
2.1.5.1	Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan.....	22
2.1.5.2	Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	23
2.1.5.3	Aspek Loyalitas Pelanggan.....	24
2.1.5.4	Merancang dan Menciptakan Loyalitas.....	26
2.1.5.5	Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	28
2.1.5.6	Memelihara Loyalitas Pelanggan.....	33
2.1.5.7	Keuntungan Memiliki Pelanggan yang Loyal.....	34
2.1.6	Hubungan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Pelanggan.....	36
2.2	Perangka Pemikiran.....	39
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	40
BAB III.....		42
METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Jenis Penelitian Riset.....	42
3.2	Populasi dan Sampel.....	43
3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	44
3.4	Operasional Variabel.....	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6	Uji Pendahuluan.....	51
3.6.1	Uji Validitas.....	52
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	52
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.6.3.1	Uji Normalitas.....	53
3.6.3.2	Uji Multikolinearitas	53
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas	54
3.6.3.4	Uji <i>Outlier</i>	54
3.6.3.5	Uji Autokorelasi	55
3.7	Metode Analisis Data.....	55
3.8	Hasil Pengujian.....	57
3.8.1	Hasil Pengujian Validitas.....	57
3.8.2	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	65

3.8.3	Hasil Pengujian Normalitas	66
3.8.4	Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	68
3.8.5	Hasil Pengujian Heterokedastisitas.....	70
3.8.6	Hasil Pengujian Outlier.....	71
Bab IV		73
Hasil Penelitian dan Pembahasan		73
4.1	Karakteristik Responden	73
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	75
4.2	Tanggapan Kualitas Pelayanan.....	76
4.2.1	<i>Tangibles</i>	76
4.2.1	<i>Empathy</i>	80
4.2.1	<i>Reliable</i>	85
4.2.1	<i>Responsiveness</i>	90
4.2.1	<i>Tangibles</i>	94
4.3	Tanggapan Loyalitas Pelanggan.....	98
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	104
4.2.1	<i>Tangibles</i>	106
4.2.1	<i>Empathy</i>	107
4.2.1	<i>Reliability</i>	107
4.2.1	<i>Responsiveness</i>	108
4.2.1	<i>Assurance</i>	108
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	109
4.6	Implikasi Manajerial.....	111
BAB V		113
KESIMPULAN DAN SARAN		113
5.1	Simpulan.....	113
5.1	Keterbatasan Penelitian.....	114
5.2	Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA		116

LAMPIRAN.....	119
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	153

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model Kualitas Jasa.....	16
Gambar 2 <i>Design Customer Loyalty</i>	28
Gambar 3 <i>The Profit Generator System</i>	30
Gambar 4 <i>The Loyalty Pyramid</i>	32
Gambar 5 Rerangka Pemikiran	39
Gambar 6 Hasil Analisis Grafik Normalitas.....	67
Gambar 7 Hasil Analisis Grafik Heterokedastisitas.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel I Perbandingan Terminal Pemberangkatan.....	4
Tabel II Operasional Variabel.....	46
Tabel III Pengujian Validitas <i>Tangible</i>	58
Tabel IV Pengujian Validitas <i>Empathy</i>	59
Tabel V Pengujian Validitas <i>Reliability</i>	60
Tabel VI Pengujian Validitas <i>Responsiveness</i>	61
Tabel VII Pengujian Validitas <i>Assurance</i>	62
Tabel VIII Pengujian Validitas <i>Loyalty</i>	63
Tabel IX <i>Reliability Statistic</i>	65
Tabel X Pengujian Multikolinearitas.....	68
Tabel XI Hasil Pengujian Outlier.....	72
Tabel XII Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel XIII Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel XIV Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	75
Tabel XV Cipaganti <i>Travel</i> memiliki peralatan berpenampilan modern.....	76
Tabel XVI Fasilitas fisik di Cipaganti <i>Travel</i> menarik secara visual.....	77
Tabel XVII Karyawan Cipaganti <i>Travel</i> berpenampilan menarik.....	78
Tabel XVIII Materi-materi berkaitan dengan layanan Cipaganti <i>Travel</i> (seperti brosur dan tiket) menarik secara visual.....	79
Tabel XIX Cipaganti <i>Travel</i> memberikan perhatian individual kepada para pelanggannya.....	80

Tabel XX Cipaganti <i>Travel</i> memiliki jam operasi yang nyaman bagi semua pelanggannya.....	81
Tabel XXI Cipaganti <i>Travel</i> memiliki karyawan yang memberikan perhatian personal kepada para pelanggan.....	82
Tabel XXII Cipaganti <i>Travel</i> selalu mengutamakan kepentingan para pelanggan....	83
Tabel XXIII Cipaganti <i>Travel</i> memahami kebutuhan spesifik para pelanggannya...	84
Tabel XXIV Bila Cipaganti <i>Travel</i> berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu yang ditentukan, mereka akan menepatinya.....	85
Tabel XXV Bila pelanggan memiliki masalah, Cipaganti <i>Travel</i> akan bersungguh-sungguh membantu memecahkannya.....	86
Tabel XXVI Cipaganti <i>Travel</i> memberikan layanannya secara tepat sejak awal.....	87
Tabel XXVII Cipaganti <i>Travel</i> menyediakan layanannya sesuai dengan waktu yang dijanjikan.....	88
Tabel XXVIII Cipaganti <i>Travel</i> selalu mengupayakan catatan pada tiket (<i>records</i>) yang bebas dari kesalahan.....	89
Tabel XXIX Karyawan Cipaganti <i>Travel</i> memberitahu pelanggannya kapan pastinya jasa akan disampaikan.....	90
Tabel XXX Karyawan Cipaganti <i>Travel</i> memberikan layanan yang cepat kepada para pelanggan.....	91
Tabel XXXI Karyawan Cipaganti <i>Travel</i> selalu bersedia membantu para pelanggan.....	92
Tabel XXXII Karyawan Cipaganti <i>Travel</i> tidak akan pernah terlalu sibuk untuk merespon permintaan pelanggan.....	93

Tabel XXXIII Perilaku para karyawan Cipaganti <i>Travel</i> mampu membuat para pelanggan mempercayai mereka.....	94
Tabel XXXIV Pelanggan Cipaganti <i>Travel</i> merasa aman dalam bertransaksi.....	95
Tabel XXXV Karyawan Cipaganti <i>Travel</i> secara konsisten bersikap sopan terhadap para pelanggan.....	96
Tabel XXXVI Karyawan Cipaganti <i>Travel</i> memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan	97
Tabel XXXVII Pelanggan mengatakan hal positif tentang Cipaganti <i>Travel</i>	98
Tabel XXXVIII Pelanggan memberikan rekomendasi kepada pihak lain untuk menggunakan jasa Cipaganti <i>Travel</i>	99
Tabel XXXIX Kemungkinan besar, pelanggan akan menggunakan jasa Cipaganti <i>Travel</i> kembali.....	100
Tabel XL Pelanggan tidak akan beralih ke jasa <i>travel</i> lain.....	101
Tabel XLI Pelanggan menjadikan Cipaganti <i>Travel</i> pilihan pertama dalam jasa pelayanan <i>travel</i>	102
Tabel XLII Pelanggan percaya bahwa Cipaganti <i>Travel</i> merupakan jasa <i>travel</i> terbaik.....	103
Tabel XLIII <i>Model Summary</i>	104
Tabel XLIV ANOVA.....	105
Tabel XLV <i>Coefficients</i>	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner.....	119
Lampiran B Tanggapan Responden.....	124
Lampiran C Karakteristik Responden.....	135
Lampiran D Uji Validitas.....	137
Lampiran E Uji Reliabilitas	144
Lampiran F Uji Asumsi Klasik.....	146
Lampiran G Uji Regresi.....	151