

## ABSTRAK

Akhir-akhir ini bisnis di bidang jasa transportasi semakin berkembang, salah satunya adalah bisnis jasa transportasi antar kota dan antar propinsi. Semakin banyaknya jasa transportasi yang bermunculan di kota menyebabkan semakin ketatnya persaingan di bidang jasa transportasi. Perusahaan dituntut untuk memiliki kualitas pelayanan yang baik agar dapat tetap bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di era krisis global pada saat ini. Hal itu dapat dilihat dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibility*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*.

Baik-buruknya kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan jasa transportasi kepada konsumennya akan berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Bila kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen lebih besar dari harapannya maka konsumen akan merasa puas. Konsumen yang merasa puas cenderung akan menjadi konsumen yang loyal terhadap perusahaan, memiliki konsumen yang loyal akan sangat menguntungkan bagi suatu perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen yang menggunakan jasa transportasi di PO. KRAMAT DJATI Bandung.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode pendekatan survei, yang hasilnya diuraikan secara deskriptif analisis. Manfaatnya adalah untuk memperoleh informasi dari responden, dengan tujuan untuk mengetahui kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atas kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh PO. KRAMAT DJATI Bandung. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden, wawancara langsung dengan konsumen PO. KRAMAT DJATI Bandung, melakukan pengamatan langsung di PO. KRAMAT DJATI Bandung tentang suasana, keadaan fisik, cara kerja karyawan dan proses pelayanan yang dilakukan di PO. KRAMAT DJATI Bandung.

Dari penelitian yang telah dilakukan, penulis menarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan suatu jasa transportasi bus antar kota ataupun antar propinsi adalah sangat penting, hampir merata untuk semua dimensi kualitas pelayanan. Secara keseluruhan angka rata-rata kualitas pelayanan di PO. KRAMAT DJATI Bandung adalah 3.45 yang berarti pelanggan masih merasa kurang puas terhadap kualitas pelayanan yang mereka dapat. Dimensi Reliability memiliki angka rata-rata yang terendah sedangkan angka yang tertinggi terdapat pada dimensi Responsiveness. Angka ini dapat menjadi bahan acuan untuk memperbaiki kualitas pelayanan di setiap dimensi. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen yang menggunakan jasa transportasi di PO. KRAMAT DJATI Bandung ditunjukkan oleh angka 0.483. Angka tersebut dikategorikan sebagai *low moderately association* atau hubungan yang signifikan. Jasa Transportasi PO. KRAMAT DJATI harus melakukan perbaikan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen, yang akhirnya dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata kunci: *reliability*, *tangibility*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, loyalitas konsumen, kualitas pelayanan

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.....	Lat
ar Belakang Penelitian .....	1
1.2.....	Ide
ntifikasi Masalah .....	2
1.3.....	Ma
ksud dan Tujuan Penelitian .....	3
1.4.....	Ke
gunaan Penelitian .....	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	

PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	5
2.1 Definisi Pemasaran.....	5
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	6
2.3 Bauran Pemasaran.....	7
2.4 Jasa .....	9
2.4.1 Karakteristik Jasa .....	9
2.5 Kualitas Jasa.....	10
2.5.1 Definisi Kualitas Jasa.....	10
2.5.2 Konsep Kualitas Jasa.....	11
2.5.3 Dimensi Kualitas Jasa .....	11
2.5.4 Mengukur Kualitas Jasa .....	13
2.6 Kepuasan Pelanggan .....	16
2.7 Loyalitas Konsumen.....	17
2.7.1 Tingkat Loyalitas Konsumen .....	17
2.7.2 Ciri-Ciri Konsumen yang Loyal .....	18
2.8 Kerangka Pemikiran.....	19
2.9 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN .....	26
3.1 Studi Pendahuluan.....	26
3.1.1 Objek Penelitian .....	26

3.2 Metodologi Penelitian .....	26
3.2.1 Desain Penelitian.....	26
3.2.2 Pengukuran dan Operasionalisasi Variabel.....	27
3.2.3 Populasi dan Sampel .....	29
3.2.3.1 Metode dan Kriteria Pengambilan Sampel .....	29
3.2.3.2 Jumlah Sampel .....	30
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.2.5 Validitas dan Reliabilitas .....	33
3.2.5.1 Uji Validitas .....	33
3.2.5.2 Uji Reliabilitas .....	34
3.2.6 Teknik Pengolahan Data .....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
4.1.1 Hasil Uji Validitas.....	37
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	39
4.2 Analisis Kualitas Pelayanan di PO. KRAMAT DJATI .....	40
4.2.1 Tangibility .....	42
4.2.2 Reliability.....	45
4.2.3 Responsiveness .....	48
4.2.4 Assurance .....	52

4.2.5 Empathy .....	56
4.3 Analisis Rata-rata Hitung Untuk Setiap Dimensi Kualitas Pelayanan Di PO. KRAMAT DJATI .....	59
4.4 Analisis Loyalitas Konsumen Terhadap PO. KRAMAT DJATI.....	61
4.5 Analisis Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Konsumen Yang Menggunakan Jasa Transportasi di PO. KRAMAT DJATI Bandung .....	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	68
5.1 Simpulan .....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA .....	71
LAMPIRAN.....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS .....	96

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	17
Gambar 2 Tingkat Loyalitas.....	18
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	25

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Operasionalisasi Variabel .....28
Tabel II	Hasil Uji Validitas Awal .....38
Tabel III	Hasil Uji Validitas Akhir .....39
Tabel IV	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....40
Tabel V	Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen.....40
Tabel VI	Perbandingan Antara Harapan Dengan Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan PO. KRAMAT DJATI.....41
Tabel VII	Pernyataan No. 1 .....42
Tabel VIII	Pernyataan No.2 .....43
Tabel IX	Pernyataan No.3 .....44
Tabel X	Pernyataan No.4 .....44
Tabel XI	Pernyataan No.5 .....45
Tabel XII	Pernyataan No.6 .....46
Tabel XIII	Pernyataan No.7 .....47
Tabel XIV	Pernyataan No.8 .....47
Tabel XV	Pernyataan No.9 .....48
Tabel XVI	Pernyataan No.10 .....49

Tabel XVII	Pernyataan No.11 .....	50
Tabel XVIII	Pernyataan No.12 .....	50
Tabel XIX	Pernyataan No.13 .....	51
Tabel XX	Pernyataan No.14 .....	52
Tabel XXI	Pernyataan No.15 .....	53
Tabel XXII	Pernyataan No.16 .....	54
Tabel XXIII	Pernyataan No.17 .....	54
Tabel XXIV	Pernyataan No.18 .....	55
Tabel XXV	Pernyataan No.19 .....	56
Tabel XXVI	Pernyataan No.20 .....	57
Tabel XXVII	Pernyataan No.21 .....	57
Tabel XXVIII	Pernyataan No.22 .....	58
Tabel XXIX	Rata-Rata Hitung Untuk Setiap Dimensi Kualitas Pelayanan .....	59
Tabel XXX	Pernyataan No.1 .....	62
Tabel XXXI	Pernyataan No.2 .....	63
Tabel XXXII	Pernyataan No.3 .....	63
Tabel XXXIII	Pernyataan No.4 .....	64
Tabel XXXIV	Rata-Rata Loyalitas Responden Terhadap PO. KRAMAT DJATI ..	65
Tabel XXXV	Hasil Uji Korelasi Pearson .....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner .....	75
Lampiran B Hasil Kualitas Pelayanan .....	80
Lampiran C Hasil Loyalitas Konsumen .....	84
Lampiran D Uji Validitas .....	85
Lampiran E Uji Reliabilitas .....	92
Lampiran F Korelasi Pearson .....	94
Lampiran G Penampilan Armada, Interior Armada dan Fasilitas Armada .....	95