

ABSTRAK

Vidya Utami, 2006, Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan pada Satuan Usaha AirCRAFT Services (SU ACS) PT. Dirgantara Indonesia, dibawah bimbingan Bapak Dr. Ir. H. Surachman Surjaatmadja, MM.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas jasa pada SU ACS PT. DI menurut tanggapan pelanggan, mengetahui loyalitas pelanggan SU ACS PT.DI serta untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa SU ACS PT.DI terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kualitas jasa melalui lima dimensi, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*. Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif, sedangkan tipe penelitian ini adalah kausalitas korelasional. Unit analisis penelitian ini adalah individual yaitu pelanggan SU ACS PT. DI, dan waktu pengumpulan data dalam penelitian ini bersifat *cross sectional*. Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *simple random sampling*. Hasil- hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggapan pelanggan terhadap kualitas jasa yang dilakukan oleh SU ACS PT.DI selama ini berjalan cukup baik, loyalitas pelanggan SU ACS PT.DI sudah baik, dan hubungan antara kedua variabel yaitu kualitas jasa (X) dan loyalitas pelanggan (Y) mempunyai hubungan yang cukup berarti. Diketahui koefisien korelasi *Pearson* adalah sebesar 0,484. Besarnya pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan yang diketahui melalui koefisien determinasi dengan tingkat signifikansi 5% adalah 23,43%, sementara sisanya sebesar 76,57% loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh faktor- faktor lain, seperti harga, promosi, dan ketepatan waktu.

Kata Kunci : Kualitas Jasa, Loyalitas Pelanggan, Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Vidya Utami, 2006, The Influence of Service Quality to Customer Loyalty on Unit Business AirCRAFT Services (ACS) of Dirgantara Indonesia Company, under lecturer of Dr. Ir. H. Surachman Surjaatmadja, MM.

The objectives of this research are to find out the service quality of SU ACS PT.DI by the response of customer, the customer loyalty at SU ACS PT.DI, and also to get know about the effect of service quality on customer loyalty of SU ACS PT.DI. This research is to evaluate service quality through five dimensions, which are tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy. The method of this research are descriptive and verificative, whereas the type of this research are correlation causality. The analysis unit of this research is individual unit that is customer of SU ACS PT. DI, and base of data collection this research is cross sectional. The sampling method used in this research is simple random sampling. The results of this research showed that the response of customer on service quality done by SU ACS PT.DI is good enough, loyalty of customer of SU ACS PT.DI is well operated, and the correlation between two variables, service quality (X) and customer loyalty (Y) has enough relation. Pearson correlation coefficient is 0,484. By using rate of significant 5%, the effect of service quality is 23,43% while 76,57% of customer loyalty can be influenced by another factors, such as price, promotion and punctuality.

Key Words: Service Quality, Consumer Loyalty, The Influence of Service Quality to Customer Loyalty

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Kualitas.	11
2.1.1.1 Perspektif Kualitas	12
2.1.2 Jasa.....	14
2.1.2.1 Karakteristik Jasa	16
2.1.2.2 Klasifikasi Jasa.....	19
2.1.3 Kualitas Jasa.....	22
2.1.3.1 Dimensi Kualitas Jasa	23
2.1.3.2 Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa.....	29
2.1.3.3 Biaya Kualitas Jasa	32
2.1.3.4 Manfaat Kualitas Jasa	33
2.1.3.5 Model Kualitas Jasa	34
2.1.3.6 Faktor-Faktor Penyebab Kualitas Jasa yang Buruk	37
2.1.3.7 Strategi Meningkatkan Kualitas Jasa	39
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	42
2.1.4.1 Keuntungan Loyalitas Pelanggan	43
2.1.4.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	44
2.1.4.3 Tingkatan Loyalitas Pelanggan.....	44
2.1.4.4 Penggolongan Loyalitas Pelanggan.	50
2.1.5 Hubungan Kualitas Jasa dengan Loyalitas Pelanggan.....	51
2.2 Kerangka Pemikiran.....	52
2.3 Hipotesis	54

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	55
3.2	Metode Penelitian	55
3.2.1	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	56
3.2.2	Jenis dan Sumber Data.....	61
3.2.3	Metode Penarikan Sampel	62
3.2.4	Metode Pengumpulam Data.....	63
3.2.5	Analisis Data.....	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	70
4.1.1	Sejarah Perusahaan	70
4.1.2	Struktur Organisasi PT.DI	72
4.1.3	AirCRAFT Services (ACS)	73
4.1.4	Fasilitas ACS.	73
4.1.5	Struktur Organisasi SU ACS	74
4.1.6	Profil Pelanggan.....	81
4.2	Pembahasan.....	82
4.2.1	Kinerja yang Diterima Responden Terhadap Kualitas Jasa SU ACS.	82
4.2.2.1	Tanggapan Responden terhadap Tingkat Kualitas Jasa Dimensi <i>Tangible</i>	82
4.2.2.2	Tanggapan Responden terhadap Tingkat Kualitas Jasa Dimensi <i>Reliability</i>	87
4.2.2.3	Tanggapan Responden terhadap Tingkat Kualitas Jasa Dimensi <i>Responsiveness</i>	92
4.2.2.4	Tanggapan Responden terhadap Tingkat Kualitas Jasa Dimensi <i>Assurance</i>	97
4.2.2.5	Tanggapan Responden terhadap Tingkat Kualitas Jasa Dimensi <i>Emphaty</i>	101
4.2.2	Kualitas Jasa Pada SU ACS	105
4.2.2.1	Dimensi <i>Tangible</i> dari Kualitas Jasa.....	106
4.2.2.2	Dimensi <i>Reliability</i> dari Kualitas Jasa	109
4.2.2.3	Dimensi <i>Responsiveness</i> dari Kualitas Jasa	112
4.2.2.4	Dimensi <i>Assurance</i> dari Kualitas Jasa	115
4.2.2.5	Dimensi <i>Emphaty</i> dari Kualitas Jasa.....	119
4.2.3	Loyalitas Pelanggan	112
4.2.3.1	Pembelian Ulang secara Teratur	123
4.2.3.2	Pembelian AntarLini Produk atau Jasa	124
4.2.3.3	Mereferensikan Kepada Orang Lain	126
4.2.3.4	Penolakan Terhadap Produk Pesaing.....	127
4.2.4	Pengaruh Kualitas Jasa SU ACS terhadap Loyalitas Pelanggan	128

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	132
5.2 Saran	133

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No.	Tabel	Hal
1.1	Struktur PDB menurut Lapangan Usaha Triwulan I dan II Thn. 2005 – 2006 (%).....	1
1.2	Volume Penjualan SU ACS PT.DI pada April-September 2006.....	4
1.3	Komposisi Personel SU ACS PT.DI.....	8
3.1	Definisi Operasioalisasi Variabel.....	58
3.2	Jumlah Pelanggan SU ACS April-September 2006.....	62
3.3	Keeratan Hubungan Menurut Kriteria Guilford	68
4.1	Profil Pelanggan Berdasarkan Asal Perusahaan	81
4.2	Profil Pelanggan Berdasarkan Jenis Perusahaan.....	82
4.3	Daya Tarik Fasilitas Fisik SU ACS Secara Visual	83
4.4	Kebersihan dan Kenyamanan Ruangan Pada SU ACS.....	84
4.5	Kelengkapan Peralatan yang Dimiliki Oleh SU ACS.....	85
4.6	Kerapihan Penampilan Karyawan Dalam Berpakaian.....	86
4.7	Ketepatan Waktu Pelaksanaan Pekerjaan yang Dijanjikan.....	87
4.8	Memberikan Layanan Secara Cepat Sejak Dari Awal.....	88
4.9	Optimalisasi SU ACS Dalam Memberikan Pelayanan.....	89
4.10	Optimalisasi SU ACS Dalam Membantu Memecahkan Masalah	90
4.11	Memberikan Jasa Sesuai Denga Kesepakatan atau Kontrak	91
4.12	Kesigapan SU ACS Dalam Melayani Pelanggan	93
4.13	Kecepatan SU ACS Dalam Merealisasikan Transaksi	94
4.14	Kecepatan SU ACS Dalam Merespon Keluhan Pelanggan	95
4.15	Perhatian Perusahaan Dalam Bentuk Kunjungan Pelanggan.....	96
4.16	Pengetahuan SU ACS atas Jasa yang Ditawarkan	97
4.17	Keterampilan SU ACS Memberikan Informasi yang Dibutuhkan	98
4.18	Keramahan dan Kesopanan Karyawan dalam Memberikan Jasa yang Ditawarkan	99
4.19	Kemampuan SU ACS Dalam Menanamkan Kepercayaan Pelanggan	100
4.20	Kemudahan Pelanggan Dalam Menghubungi Perusahaan	101
4.21	Kemampuan SU ACS Dalam Berkomunikasi Dengan Pelanggan	102
4.22	Usaha Perusahaan Dalam Memahami Kebutuhan Pelanggan	103
4.23	SU ACS Memberikan Perhatian Individual Pada Pelanggan	104
4.24	SU ACS Memprioritaskan Kepentingan Pelanggan	105
4.25	Kualitas Jasa SU ACS Untuk Dimensi Tangible	106
4.26	Kualitas Jasa SU ACS Untuk Dimensi Reliability	109
4.27	Kualitas Jasa SU ACS Untuk Dimensi Responsiveness.....	112
4.28	Kualitas Jasa SU ACS Untuk Dimensi Assurance	115
4.29	Kualitas Jasa SU ACS Untuk Dimensi Emphaty.....	119

4.30 Pembelian Ulang Secara Teratur Pada SU ACS.....	124
4.31 Pembelian Antarlini Produk atau Jasa Pada SU ACS.....	125
4.32 Mereferensikan Jasa atau Produk SU ACS Pada Orang Lain.....	126
4.33 Penolakan Terhadap Produk Pesaing.....	127

DAFTAR GAMBAR

No.	Gambar	Hal
2.1	Analisis Lima Kesenjangan	36
2.2	The Loyalty Pyramid	46
2.3	Profit Generator System.....	48
2.4	The Four Type of Loyalty.....	50
2.5	Paradigma Pemikiran	54
4.1	Struktur Organisasi PT. DI	72
4.2	Struktur Organisasi SU ACS	74