

ABSTRACT

This study aims to describe and analyze the influence of price, service quality, and location of customer satisfaction in travel transportation service X-Trans. Three things that the background of the issues in this research is consumer demand to get the best on every purchase, competition in business services, and creating an excellent service based on customer satisfaction.

Identification of problems in this study is whether there is influence of price, service quality, customer satisfaction and the location of either partially or simultaneously. The purpose of this study is to explain the influence of price, service quality, customer satisfaction and the location of the partially and simultaneously.

The sampling method used is Purposive Sampling Method. The sample in this study as many as 140 people service users X-Trans Travel Bandung, then performed an analysis of data obtained using the analysis of descriptive and inferential data. Contains a descriptive analysis of the interpretation of the data processing is done by giving a description and explanation. Inferential analysis includes: test instruments, test classic assumptions, and multiple linear regression analysis.

Partial assay results using a t test showed that the three independent variables under study proved to be partially on the dependent variable. Then, the results of simultaneous tests using the F test showed that the three independent variables are studied simultaneously influence the dependent variable.

Keywords: Price, Service Quality, Location, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi travel X-Trans. Tiga hal yang menjadi latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah tuntutan konsumen untuk mendapatkan yang terbaik pada setiap pembelian, persaingan dalam bisnis jasa, dan menciptakan layanan jasa yang prima berdasarkan pada kepuasan konsumen.

Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah apakah ada pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan simultan.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling Method*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 140 orang pengguna jasa Travel X-Trans Bandung, kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif berisikan interpretasi hasil pengolahan data yang dilakukan dengan memberi keterangan dan penjelasan. Analisis inferensial meliputi: uji instrumen, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil uji parsial menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yang diteliti terbukti berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Kemudian, hasil uji simultan menggunakan uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yang diteliti secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kepuasan Konsumen

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 6
2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.1.2 Konsep Pemasaran	6

2.1.2 Jasa	7
2.1.2.1 Pengertian Jasa	7
2.1.2.2 Karakteristik Jasa	7
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa	9
2.1.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran	9
2.1.3.2 Elemen-elemen Bauran Pemasaran Jasa	9
2.1.4 Harga	13
2.1.4.1 Pengertian Harga	13
2.1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga	13
2.1.4.3 Tujuan Penetapan Harga	15
2.1.5 Kualitas Pelayanan	16
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	16
2.1.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	16
2.1.6 Lokasi	18
2.1.6.1 Pengertian Lokasi	18
2.1.6.2 Faktor-faktor Pertimbangan dalam Pemilihan Lokasi	18
2.1.7 Kepuasan Konsumen	19
2.1.7.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	19
2.1.7.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	21
2.2 Rerangka Teori	21
2.3 Model Penelitian	25
2.4 Penelitian Terdahulu	25
2.5 Pengembangan Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Objek Penelitian	28
3.2 Jenis Penelitian	28

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	29
3.3.1 Variabel Penelitian	29
3.3.2 Definisi Operasional Variabel	29
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.4.1 Populasi	33
3.4.2 Sampel	34
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.5 Jenis dan Sumber Data	35
3.5.1 Jenis Data	35
3.5.2 Sumber Data	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7 Metode Analisis Data	37
3.7.1 Analisis Deskriptif	37
3.7.1.1 Deskripsi Identitas Responden	37
3.7.1.2 Deskripsi Tanggapan Responden	37
3.7.2 Analisis Inferensial	39
3.7.2.1 Uji Instrumen	39
3.7.2.2 Uji Asumsi Klasik	40
3.7.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Analisis Deskriptif	46
4.1.1.1 Deskripsi Identitas Responden	46
4.1.1.1.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden	46
4.1.1.1.2 Deskripsi Usia Responden	47
4.1.1.1.3 Deskripsi Pekerjaan Responden	48

4.1.1.2 Deskripsi Tanggapan Responden	49
4.1.1.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	50
4.1.1.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	50
4.1.1.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi	52
4.1.1.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	52
4.1.2 Analisis Inferensial	53
4.1.2.1 Uji Instrumen	54
4.1.2.1.1 Uji Validitas	54
4.1.2.1.2 Uji Reliabilitas	55
4.1.2.2 Uji Asumsi Klasik	56
4.1.2.2.1 Uji Multikolinearitas	56
4.1.2.2.2 Uji Normalitas	57
4.1.2.2.3 Uji Heterokedastisitas	58
4.1.2.3 Regresi Linier Berganda	59
4.1.2.3.1 Uji Parsial	60
4.1.2.3.2 Uji Simultan	62
4.2 Pembahasan	63
4.3 Implikasi	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Simpulan	68
5.1.1 Keterbatasan Penelitian	68
5.2 Saran	69

DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Elemen-elemen bauran pemasaran jasa	10
Gambar 2 Konsep kepuasan konsumen	20
Gambar 3 Rerangka teori	22
Gambar 4 Kerangka pemikiran	24
Gambar 5 Model penelitian	25

DAFTAR TABEL

Tabel I Ringkasan penelitian terdahulu	26
Tabel II Definisi operasional variabel bebas (X) dan indikatornya	32
Tabel III Definisi operasional variabel terikat (Y) dan indikatornya	33
Tabel IV Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	46
Tabel V Deskripsi responden berdasarkan usia	47
Tabel VI Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan	48
Tabel VII Tanggapan responden terhadap variabel harga	50
Tabel VIII Tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan	51
Tabel IX Tanggapan responden terhadap variabel lokasi	52
Tabel X Tanggapan responden terhadap variabel kepuasan konsumen	53
Tabel XI Uji validitas	54
Tabel XII Uji reliabilitas	55
Tabel XIII Uji multikolinearitas	56
Tabel XIV Ringkasan hasil estimasi regresi	59
Tabel XV Uji F	62

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Uji normalitas	57
Grafik 2 Uji heteroskedastisitas	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar kuesioner	72
Lampiran B Tabulasi kuesioner 140 orang responden	74
Lampiran C Hasil analisis data menggunakan program <i>SPSS Statistic ver.17.0</i>	79
Lampiran D Jurnal penelitian terdahulu	85