

ABSTRACT

Development of service delivery especially freight by road has increased which led to many competitors to compete. In competition, the Company Freight Tunas Harapan further improve the effectiveness and efficiency of a fee, in addition to the company's need to pay attention to customer satisfaction and the developments taking place in the market. Marketing is a way for the company to follow the competition and shows that are considered good quality and worth to the consumer. Marketing can be done by submission of mouth or Word Of Mouth Communication in order to obtain the efficiency of marketing a product.

The purpose of this study was to determine the effect of word of mouth communication on customer loyalty. This study uses a descriptive analysis. From the results of this study concluded that the Word Of Mouth Communication has been done by the transport company has not managed to Tunas Harapan (less good) so that consumer loyalty to the firm transportation service Tunas Harapan also has not shown good results. In the Word Of Mouth Communication is the most influential on consumer loyalty is the Topic of a product are discussed.

Key Words: Word Of Mouth Communication, Consumer Loyalty, freight forwarder

ABSTRAK

Perkembangan jasa pengiriman barang terutama jasa pengiriman barang melalui jalur darat mengalami peningkatan menyebabkan banyaknya kompetitor yang harus bersaing. Dalam persaingannya, perusahaan jasa angkutan Tunas Harapan semakin meningkatkan efektifitas dan efisiensi suatu biaya, selain pada itu perusahaan perlu memperhatikan kepuasan pelanggan dan perkembangan yang terjadi didalam pasar. Pemasaran merupakan cara agar perusahaan dapat mengikuti persaingan dan menunjukkan kualitas yang dianggap baik dan layak untuk para konsumen. Pemasaran dapat dilakukan dengan cara penyampaian pesan dari mulut ke mulut atau *Word Of Mouth Communication* agar memperoleh efisiensi pemasaran suatu produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth Communication* terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan deskriptif analisis.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Word Of Mouth Communication* yang telah dilakukan oleh perusahaan jasa angkutan Tunas Harapan belum berhasil (kurang baik) sehingga loyalitas pelanggan terhadap perusahaan Jasa angkutan Tunas Harapan juga belum menunjukkan hasil yang baik. Dalam *Word Of Mouth Communication* yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen adalah *Topics* dari suatu produk yang dibahas.

Kata-kata Kunci : *Word Of Mouth Communication*, Loyalitas Konsumen, Jasa Pengiriman Barang.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	12
2.1.2.1 Jenis Produk Komunikasi Dari Mulut ke Mulut.....	14
2.1.3 Loyalitas	17
2.1.3.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	17
2.1.3.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	19

2.1.3.3 Jenis-jenis Loyalitas	20
2.2 Kerangka Pemikiran	22
2.3 Hipotesis	23
2.4 Model Penelitian	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	24
3.2 Metode Penelitian.....	25
3.2.1 Desain dan Jenis Penelitian	26
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	27
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.2.4 Populasi, Sample dan Teknik Sampling	33
3.2.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	34
3.2.6 Teknik Analisis Data.....	34
3.2.7 Alat Ukur Penelitian	35
3.2.7.1 Pengujian Validitas Alat Ukur	36
3.2.7.2 Pengujian Reliabilitas Alat Ukur.....	37
3.2.7.3 Analisis Data	38
1 Metode Regresi Linier Sederhana	38
2 Pengujian Hipotesis	40
3 Koefisien Determinasi	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Uji Instrumen Penelitian	42
4.1.1 Uji Validitas	42
4.1.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	45
4.1.2.1 Uji Reliabilitas Variabel Word Of Mouth	45
4.1.2.2 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan	46

4.2 Analisis Statistik Deskriptif Data Responden.....	47
4.2.1 Jenis Kelamin	47
4.2.2 Usia	48
4.2.3 Pernah Menggunakan Jasa Angkutan.....	48
4.2.4 Pengeluaran Per Bulan.....	49
4.3 Analisis Penelitian.....	49
4.3.1 Variabel Word Of Mouth.....	50
4.3.1.1 Indikator pernyataan <i>Talker</i>	50
4.3.1.2 Indikator pernyataan <i>Topics</i>	55
4.3.1.3 Indikator pernyataan <i>Tools</i>	61
4.3.1.4 Indikator pernyataan <i>Talking Part</i>	65
4.3.1.5 Indikator pernyataan <i>Traking</i>	69
4.3.2 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	70
4.4 Pengaruh Word Of Mouth terhadap Loyalitas Pelanggan	75
4.4.1 Pengujian Hipotesis	77
4.4.2 Pembahasan.....	79
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 KESIMPULAN	80
5.2 SARAN.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Industri Paket.....	4
Tabel 3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	24
Tabel 4.1 Hasil <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Variabel <i>Word Of Mouth</i>	38
Tabel 4.2 Nilai-nilai MSA Setiap Item <i>Word Of Mouth</i>	39
Tabel 4.3 Hasil <i>Kaiser-Meyer-Olkin</i> Variabel Loyalitas	40
Tabel 4.4 Nilai-nilai MSA Setiap Item Loyalitas	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas	42
Tabel 4.7 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.8 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.9 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Jasa Angkutan Tunas Harapan.....	44
Tabel 4.10 Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pernah Menggunakan Jasa Angkutan Tunas Harapan.....	44
Tabel 4.11 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “informasi dari anggota keluarga mempengaruhi saya dalam memilih jasa angkutan TSH”	46
Tabel 4.12 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “informasi dari saudara saya mempengaruhi saya dalam memilih jasa angkutan TSH”	47
Tabel 4.13 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “informasi dari tetangga mempengaruhi saya dalam memilih jasa angkutan TSH”	48
Tabel 4.14 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “informasi dari teman mempengaruhi saya dalam memilih jasa angkutan TSH”	49
Tabel 4.15 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “informasi dari perusahaan jasa angkutan lain mempengaruhi saya dalam memilih jasa angkutan TSH”	50
Tabel 4.16 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Tertarik ke Jasa Angkutan TSH Karena Ingin Mengirim Barang ke Tempat Tujuan”	51
Tabel 4.17 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Tertarik ke Jasa Angkutan TSH Karena Ingin Memenuhi Pesanan Pembeli”	52

Tabel 4.18 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Tertarik ke Jasa Angkutan TSH Karena Ongkos Angkutan Yang Murah”	53
Tabel 4.19 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Tertarik ke Jasa Angkutan TSH Karena Lokasi Yang Strategis dan Ramai”	54
Tabel 4.20 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Tertarik ke Jasa Angkutan TSH Karena Tersedia Banyak Trayek Angkutan”	55
Tabel 4.21 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Tertarik ke Jasa Angkutan TSH Karena Jumlah Mobil Box Yang Banyak”	56
Tabel 4.22 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya ke Jasa Angkutan TSH Karena Ada Rasa Puas dari Pengguna Jasa yang Lain Sehingga Saya Tertarik Untuk Datang”	57
Tabel 4.23 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Sering Melihat Iklan / Promosi Jasa Angkutan TSH di Televisi”	58
Tabel 4.24 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Sering Melihat Iklan / Promosi Jasa Angkutan TSH di Internet”	59
Tabel 4.25 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Sering Melihat Artikel Jasa Angkutan TSH”	60
Tabel 4.26 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Pernah Mencoba Mengirim Barang Menggunakan Jasa Angkutan TSH”	61
Tabel 4.27 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Fasilitas Tempat Parkir yang Luas yang Memudahkan Saya Untuk Mengirim Barang”	62
Tabel 4.28 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Fasilitas Akses Jalan yang Mudah Sehingga Mudah di Cari”	63
Tabel 4.29 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Fasilitas Kecepatan Pengiriman dan Aman Sehingga Barang Sampai Tepat Pada Waktunya”	64
Tabel 4.30 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Tertarik Menggunakan Jasa Angkutan TSH Selama Saya Membutuhkan”	65
Tabel 4.31 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Sering Melakukan Pengiriman Barang Menggunakan Jasa Angkutan TSH”	66
Tabel 4.32 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Merasa Puas Menggunakan Jasa Angkutan TSH”	67
Tabel 4.33 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Kebutuhan Saya Dalam Pengiriman Barang Kepada Konsumen Saya Sudah Dapat Terpenuhi Dengan Menggunakan Jasa Angkutan TSH”	68

Tabel 4.34 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Merasa Puas Dengan Tarif yang Murah Namun Keamanan Tetap Terjamin Dalam Pengiriman Barang Menggunakan Jasa Angkutan TSH”	69
Tabel 4.35 Sebaran Jawaban Responden Tentang Pernyataan “Saya Akan Merekomendasikan Jasa Angkutan TSH Kepada Teman/Keluarga/Kerabat Lain ”	70
Tabel 4.36 Hasil Analisis Regresi.....	71
Tabel 4.37 Uji Koefisien Determinasi	72
Tabel 4.38 Uji Signifikansi Parameter Individual	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 2.4 Model Penelitian.....	21