

INTISARI

Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dan interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Untuk dapat memenuhi loyalitas konsumen pada industri jasa, kualitas pelayanan perlu dikelola perusahaan dengan baik sebab dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan, pada akhirnya mengacu pada nilai yang diberikan oleh konsumen mengenai loyalitas yang dirasakan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen pada X-TRANS Travel, Bandung. Penelitian ini dilakukan di X-TRANS Travel, yang terletak di Jl. Cihampelas No. 119C dengan menggunakan 200 responden yaitu para konsumen dari X-TRANS Travel tersebut dan memenuhi syarat untuk dianalisis. Metoda analisis yang digunakan adalah metoda analisis korelasi pearson.

Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa X-TRANS Travel ditinjau dari lima dimensi, yaitu: *bukti fisik*, empati, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan. Dari penelitian dengan menggunakan SPSS versi 11.5 diketahui besarnya nilai koefisien korelasi Pearson antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen adalah 0,261. Kemudian didapat besaran koefisien determinasi sebesar 6,81%. Terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, diantaranya promosi penjualan (potongan harga, pemberian bonus), penjualan langsung, humas, periklanan, penetapan harga.

Berdasarkan analisa statistik ternyata H_0 ditolak dan H_a diterima, karena signifikansi 0,05 dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di X-TRANS Travel, Bandung berhubungan searah positif dengan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Jasa, bukti fisik, Empati, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Service is intangible performance or action which offers to one person to another person. Commonly service produce and consume at the same time and interaction between service bestower and receiver, influence result of that service. To fit consumer loyalty in service industry, service quality need to managed by company carefully, because all the company activity pointed to the value of loyalty that given by their customer.

The Objective of this research is to find out correlation between service quality and customer loyalty in X-TRANS Travel, Bandung. The research was held at X-TRANS Travel, 119C Cihampelas St., Bandung with using 200 respondents who customers from X-TRANS Travel and fulfilling condition to be analyzed. The analysis method which is use is pearson correlation analysis.

Service quality appraiser of X-TRANS Travel is evaluated from five dimensions are tangible, empathy, reliable, responsiveness, and assurance. From the research result which is using SPSS version 11.5, obtained by correlation coefficient (r) equal to 0.261 and then we can find out determination coefficient equal to 6.81%. There are other factors which influence customer loyalty, among others sale promotion (discount, giving of bonus), direct selling, liaison, advertisement, and pricing.

Pursuant to analysis of statistic in the reality H_0 refused and H_1 accepted, because significant 0.05 can be concluded that service quality at X-TRANS Travel, Bandung correlate positive unidirectional with customer loyalty.

Keywords: *Service Quality, Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Lingkup Penelitian	5
1.5.1 Pengertian Kualitas dan Kualitas Jasa	5
1.5.2 Lingkup Loyalitas	8
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Pengertian Pemasaran	11
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	12
2.3 Pengertian Jasa	15
2.3.1 Klasifikasi Jasa	16
2.3.2 Karakteristik Jasa	17
2.3.3 Kualitas Jasa	17
2.4 Pengertian Kualitas	19
2.5 Dimensi Kualitas	22
2.6 Definisi Loyalitas	29
2.7 Dimensi Loyalitas	30
2.8 Mengukur Loyalitas Pelanggan	31
2.9 Meningkatkan Loyalitas Pelanggan	36
2.10 Hipotesis	37
2.11 Model Penelitian	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Sejarah Perusahaan	40
3.2 Stuktur Organisasi Perusahaan	42
3.3 Desain Penelitian	43
3.4 Sampel dan Populasi	45
3.5 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran	46

3.6 Uji Validitas	48
3.7 Uji Reliabelitas	49
3.8 Metode Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Responden	54
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.2.1 Uji Validitas	57
4.2.2 Uji Reliabelitas	59
4.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan di X-TRANS Travel, Bandung Berdasarkan Analisa Korelasi Pearson	60
4.4 Uji Hipotesis	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produk Domestik Bruto pada 2000 Harga Pasar Industri di Indonesia (2001-2003)	1
Tabel 3.1	Operasional Variabel (X)	47
Tabel 3.2	Operasional Variabel (Y)	48
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	55
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir	56
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan	56
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	57
Tabel 4.7	Uji Validitas	58
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.9	Korelasi antara setiap dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap loyalitas	60
Tabel 4.10	Korelasi antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Berdasarkan Analisa Korelasi Pearson	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Persepsi Kualitas Pelayanan	8
Gambar 2.1	Paradigma Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	39
Gambar 3.1	Struktur Organisasi PT. Batara Titian Kencana (X-TRANS Travel), Bandung	43

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Penelitian Penyusunan Skripsi
2. Berita Acara Bimbingan
3. Surat Pernyataan
4. Kuesioner Penelitian
5. Tabulasi Instrumen Penelitian

