

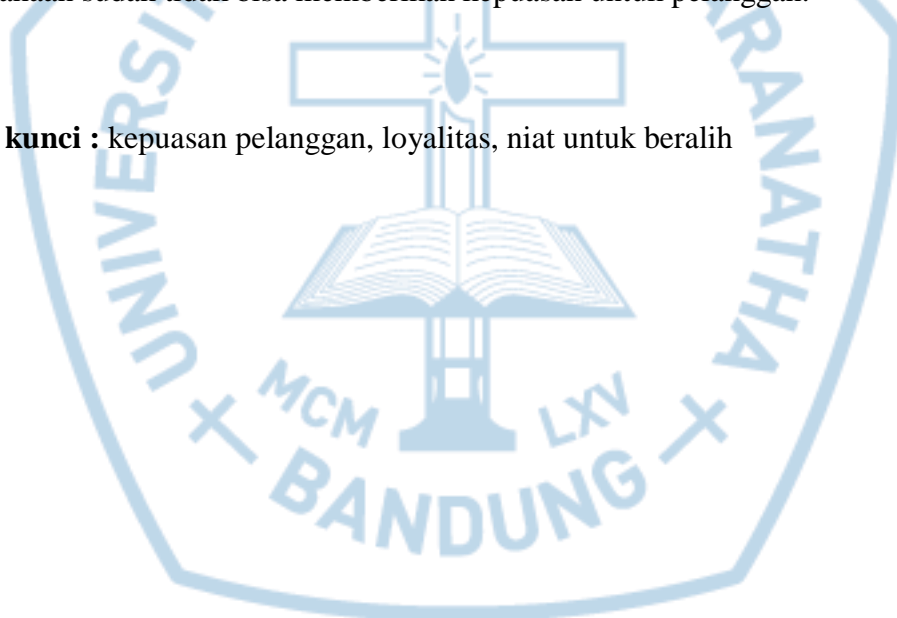
ABSTRAK

Transportasi merupakan aspek penting di dalam kehidupan manusia, karena dalam melakukan aktivitas nya manusia pasti akan menggunakan transportasi terutama untuk tujuan jarak jauh. Akan tetapi, setiap tahun populasi kendaraan terus meningkat dan menyebabkan kemacetan di kota – kota besar. Hal ini menyebabkan sebagian besar masyarakat di Indonesia memilih untuk menggunakan fasilitas umum seperti angkutan umum, *taxi*, bus kota, dan transportasi *online*.

Salah satu transportasi *online* yang ada di Indonesia adalah Grab. Penulis melihat ada hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu tentang keamanan dan kenyamanan pelanggan. Melihat hal tersebut, penulis ingin mencari tahu apakah pelanggan Grab sudah puas dan sudah loyal pada Grab. Selain itu penulis mencari tahu apakah pelanggan yang sudah puas dapat beralih ke perusahaan lain

Dari hasil penelitian ditemukan adanya hubungan antar kepuasan pelanggan dengan loyalitas dan kepuasan pelanggan tidak mempunyai hubungan dengan niat untuk beralih. Jadi, ketika seseorang sudah puas dan loyal pada perusahaan pasti mereka enggan untuk beralih ke perusahaan lain. Pelanggan akan berpindah ketika perusahaan sudah tidak bisa memberikan kepuasan untuk pelanggan.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, loyalitas, niat untuk beralih



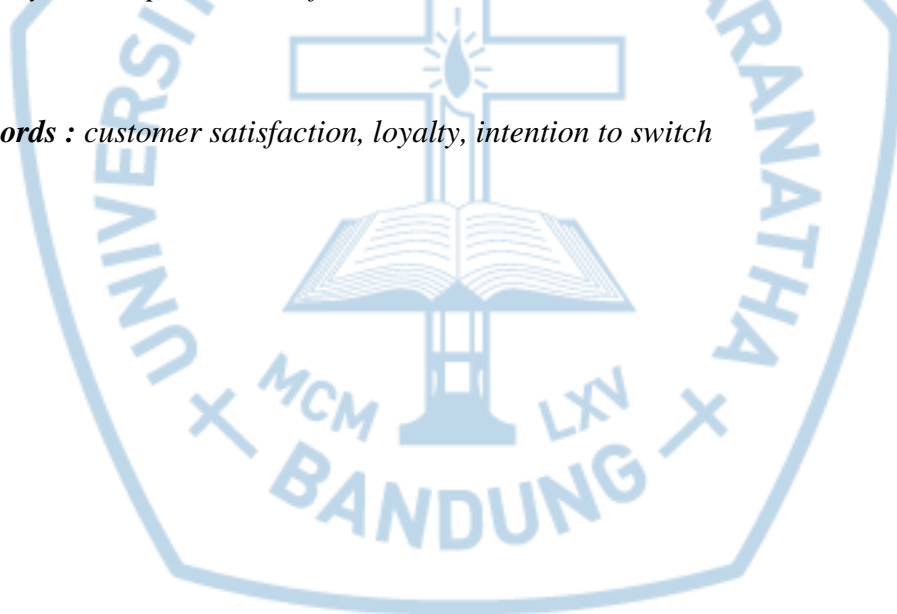
ABSTRACT

Transportation is an important aspect in human life, because in carrying out its activities humans will definitely use transportation especially for long-distance destinations. However, every year the vehicle population continues to increase and cause congestion in big cities. This has caused most people in Indonesia to choose to use public facilities such as public transportation, taxis, city buses, and online transportation.

One of the online transportation in Indonesia is Grab. The author sees there are things that must be considered by the company, namely about the safety and comfort of customers. Seeing this, the author wants to find out whether Grab customers are satisfied and have been loyal to Grab. In addition, the authors find out whether satisfied customers can switch to other companies.

From the results of the study found a relationship between customer satisfaction and customer loyalty and satisfaction has no relationship with the intention to switch. So, when someone is satisfied and loyal to the company, they are reluctant to switch to another company. Customers will move when the company cannot provide satisfaction to customers.

Keywords : *customer satisfaction, loyalty, intention to switch*



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
SURAT PERNYATAAN TIDAK MENGGUNAKAN DATA PERUSAHAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Definisi Konsep	7
2.1.1 Perilaku Konsumen	7
2.1.2 Model Perilaku Konsumen	8
2.1.3 Stimulus	11
2.1.4 Respons	12
2.1.5 Perilaku	13
2.1.6 Definisi Kepuasan Pelanggan	14
2.1.7 Definisi Loyalitas	15
2.1.8 Niat Untuk Beralih	17
2.1.9 Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas dan Niat untuk Beralih	18
2.2 Rerangka Teoritis	19
2.3 Rerangka Pemikiran	20
2.4 Analisa Empiris	21
2.5 Model Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.2.1 Populasi	26
3.2.2 Sampel	26
3.3 Definisi Operasional Variabel (DOV)	27

DAFTAR PUSTAKA 69
DAFTAR LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (*CURRICULUM VITAE*)



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	8
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan	9
Gambar 2.3 Rerangka Teoritis	19
Gambar 2.4 Rerangka Pemikiran	20
Gambar 2.5 Model Penelitian	24



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 21
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel (DOV) 28
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i> 31
Tabel 4.1	Frekuensi Pertanyaan Nomor 1 44
Tabel 4.2	Frekuensi Pertanyaan Nomor 2 45
Tabel 4.3	Frekuensi Pertanyaan Nomor 3 46
Tabel 4.4	Frekuensi Pertanyaan Nomor 4 47
Tabel 4.5	Frekuensi Pertanyaan Nomor 5 48
Tabel 4.6	Frekuensi Pertanyaan Nomor 6 49
Tabel 4.7	Frekuensi Pertanyaan Nomor 7 50
Tabel 4.8	Frekuensi Pertanyaan Nomor 8 51
Tabel 4.9	Frekuensi Pertanyaan Nomor 9 52
Tabel 4.10	Frekuensi Pertanyaan Nomor 10 53
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas 54
Tabel 4.12	Hasil Uji Realibilitas 56
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas 57
Tabel 4.14	Hasil Nilai MAH 58
Tabel 4.15	Uji Hipotesis 1 (Correlation) 60
Tabel 4.16	Uji Hipotesis 1 (Summary) 61
Tabel 4.17	Uji Hipotesis 2 (Correlation) 62
Tabel 4.18	Uji Hipotesis 2 (Summary) 63

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 4.1	Karakteristik Pengguna Grab di Universitas Kristen Maranatha Berdasarkan Jenis Kelamin 38
Grafik 4.2	Karakteristik Pengguna Grab di Universitas Kristen Maranatha Berdasarkan Umur 39
Grafik 4.3	Karakteristik Pengguna Grab di Universitas Kristen Maranatha Berdasarkan Pengeluaran per Bulan 41
Grafik 4.4	Karakteristik Pengguna Grab di Universitas Kristen Maranatha Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Grab dalam Seminggu 42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner
Lampiran B	Jurnal Utama
Lampiran C	Hasil Kuesioner (SPSS)
Lampiran D	Daftar Riwayat Hidup Penulis (<i>Curriculum Vitae</i>)

