

ABSTRAK

Transline Travel adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang transportasi, yaitu jasa travel *pick and drop* Jurusan Jakarta Bandung pp yang berdiri sejak Juni 2005. Salah satu *pool* Transline Travel di Bandung terletak di Jl. Surya Sumantri No. 86C. Sejak tahun 2008, target penjualan Transline Travel tidak tercapai, kuartal pertama 2008 tidak tercapainya target sebesar 4%, kuartal kedua tidak tercapainya target sebesar 12 %, dan kuartal ketiga 2008 tidak tercapainya target sebesar 17%. Tujuan penelitian ini ialah mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen, tingkat kepuasan konsumen, keunggulan dan kelemahan dibanding travel lain, faktor-faktor yang berpengaruh pada loyalitas, serta upaya perbaikan yang perlu dilakukan oleh pihak Transline Travel.

Variabel penelitian dikumpulkan dari kuesioner pendahuluan, disebarkan pada 30 penumpang dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner loyalitas, harapan, dan kinerja masing-masing dengan menggunakan skala *rating*, likert, dan ranking. Kuesioner berjumlah 120 buah disebar dengan teknik *Purposive Sampling*. Pengolahan data yang dilakukan mencakup pengolahan data profil dan karakteristik responden ditujukan untuk menentukan *Segmentation*, *Targeting* dan *Positioning*; Uji Cochran untuk mengetahui variabel yang penting bagi konsumen, uji hipotesis ketidakpuasan untuk mengetahui tingkat ketidakpuasan konsumen, *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui prioritas perbaikan, *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui perbandingan dengan pesaing, serta regresi linear untuk mengetahui variabel berpengaruh kuat pada loyalitas konsumen.

Berdasarkan hasil pengolahan data, target pasar Transline Travel adalah, konsumen pria dan wanita, berusia 21-40 tahun, bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, karyawan swasta dan wiraswasta dan bertempat tinggal di Bandung Selatan. *Positioning* Transline menurut perusahaan adalah lengkap, strategis dan tepat waktu. Pada awalnya, terdapat 41 variabel harapan konsumen yang dimasukkan ke dalam penelitian. Setelah melalui uji Cochran, variabel yang perlu diteliti berkurang menjadi 34 variabel. Variabel penelitian akhirnya berjumlah 36 variabel setelah tahap validasi konstruk. Uji hipotesis ketidakpuasan menyatakan bahwa konsumen merasa tidak puas pada 31 variabel. Dari ke 36 variabel itu, atribut penelitian yang perlu mendapat prioritas pertama dan kedua untuk ditangani terdiri atas 17 variabel. Hasil pengolahan *Correspondence Analysis* (CA) menunjukkan bahwa Transline Travel unggul di 10 variabel dari travel-travel lainnya. Sementara itu, analisis Regresi menghasilkan variabel yang berpengaruh pada loyalitas penumpang terdiri atas 6 variabel. Variabel yang perlu mendapatkan perhatian untuk meningkatkan loyalitas ialah variabel Kenyamanan Tempat Duduk, Kenyamanan Mobil, dan Ketepatan Pengantaran.

Usulan untuk meningkatkan loyalitas konsumen berdasarkan hasil analisis yaitu merekrut petugas khusus yang bertugas menjaga kebersihan mobil, mobil dan sopir harus sudah siap sebelum berangkat, penumpang sudah masuk 10 menit sebelum jam keberangkatan dan memonitor informasi tentang kondisi jalan untuk mengetahui daerah-daerah mana saja yang sedang terjadi kemacetan.

DAFTAR ISI

COVER

ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah Dan Asumsi	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penelitian	1-4

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Jasa	2-1
2.1.1 Definisi Jasa	2-1
2.1.2 Karakteristik Jasa	2-1
2.2 Teknik Dan Pengumpulan Data	2-2
2.3 Penentuan Jumlah Sampel	2-6
2.4 Teknik Sampling	2-6
2.5 Skala Pengukuran	2-7
2.6 Sampel	2-9
2.7 Uji Validitas Kuesioner	2-10
2.8 Uji Reliabilitas Kuesioner	2-11
2.9 <i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i>	2-13
2.9.1 <i>Segmentation</i>	2-13

2.9.1.1 Definisi Segmentasi Pasar	2-13
2.9.1.2 Tujuan Melakukan Segmentasi Pasar	2-13
2.9.1.3 Prosedur Melakukan Segmentasi Pasar	2-15
2.9.1.4 Kategori Variabel Segmentasi Pasar	2-16
2.9.1.5 Variabel Basis Untuk Segmentasi Pasar	2-16
2.9.2 <i>Targeting</i>	2-17
2.9.3 <i>Positioning</i>	2-18
2.9.3.1 Konsep Positioning	2-18
2.9.3.2 Strategi Positioning	2-19
2.9.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Strategi Positioning	2-21
2.10 Pembagian Kelas Sosial	2-21
2.11 Brand Association.....	2-23
2.12 Cochran Q Test	2-25
2.13 Analisis Tingkat Kepentingan Dan Kepuasan Pelanggan ...	2-28
2.14 Correspondence Analysis	2-30

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Flowchart Penelitian.....	3-1
3.2 Penelitian Pendahuluan	3-1
3.3 Studi Kepustakaan.....	3-1
3.4 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-5
3.5 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-6
3.6 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-6
3.7 Pengolahan Data Uji Cochran.....	3-6
3.8 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-7
3.9 Validasi Konstruk.....	3-8
3.10 Penentuan Jumlah dan Teknik Sampel	3-8
3.11 Ujicoba Kuesioner Penelitian.....	3-9
3.12 Pengujian Validitas Kuesioner.....	3-10
3.13 Pengujian Reliabilitas.....	3-10

3.14 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-11
3.14.1 Pengolahan Data Profil Penumpang.....	3-12
3.14.2 Pengolahan Data Tingkat Loyalitas Penumpang Trabel Transline.....	3-12
3.14.3 Pengolahan Data Ketidakpuasan Penumpang.....	3-13
3.14.4 Pengolahan Data IPA.....	3-13
3.14.5 Pengolahan Data CA.....	3-14
3.14.6 Pengolahan Data Regresi Linear.....	3-15
3.15 Analisis.....	3-16
3.16 Pengembangan Usulan	3-16
3.17 Kesimpulan dan Saran	3-16

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Transline Travel	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Transline Travel	4-2
4.2 Pengumpulan Data Variabel Penelitian.....	4-5
4.3 Penyusunan Kuesioner dan Pengumpulan Data	4-5
4.3.1 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.3.2 Hasil Pengumpulan Data Taravel Pesaing	4-6
4.3.3 Hasil Pengumpulan Data Pertimbangan Penumpang Saat Memilih Travel	4-7
4.3.4 Identifikasi Variabel Penelitian	4-8
4.4 Uji Validitas Konstruksi	4-9
4.5 Penyusunan Kuesioner Dan Pengumpulan Data Penelitian	4-11
4.5.1 Penyusunan Kuesioner Penelitian	4-11
4.5.2 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	4-11
4.5.2.1 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian Bagian 3	4-15

4.4.2.2 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian

Bagian 4	4-18
----------------	------

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.1.1 Uji Cochran Q Test	5-1
5.1.2 Rangkuman Atribut Penelitian Hasil Uji Cochran Q Test ..	5-15
5.1.3 Uji Validasi Konstruksi	5-16
5.1.4 Pengolahan Data dan Analisis Kuesioner Penelitian.....	5-16
5.1.5 Uji Validitas dan Reabilitas Konsumen.....	5-17
5.2 Analisis Profil Responden	5-22
5.3. Analisis Segmentasi, Targeting Dan Positioning Transline	
Travel.....	5-30
5.3.1 Segmentasi Pasar	5-30
5.3.2 Targeting	5-31
5.3.3 Positioning	5-32
5.4 Rangkuman Tingkat Loyalitas Konsumen	5-32
5.5 Uji Signifikansi Ketidakpuasan	5-34
5.6 Importance Performance Analysis (IPA) 4 Kuadran	5-37
5.7 Analisis Perbandingan Kinerja Transline dengan Pesaing.....	5-41
5.8 Uji Regresi	5-49
5.8.1 Analisis Regresi	5-51
5.8.2 Uji Hipotesis	5-52
5.9 Analisis Gabungan Dari Pengolahan Data	5-54
5.10 Upaya Pengembangan Usulan Untuk Meningkatkan Loyalitas	
Pelanggan	5-57

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-5
6.2.1 Saran Untuk Penelitian Lebih Lanjut	6-5
6.2.2 Saran Untuk Perusahaan	6-5

DAFTAR PUSTAKA	xvi
-----------------------------	------------

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Data Penurunan Penjualan Transline Travel	1-2
2.1	Kelas Sosial Dan Penghasilan	2-23
3.1	Identifikasi Variabel Penelitian	3-5
4.1	Kuesioner Pendahuluan berdasarkan Brand Association	4-6
4.2	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan – Pilihan Travel	4-7
4.3	Tabel Kepentingan Variabel	4-8
4.4	Atribut pernyataan Setelah Uji Cochran	4-9
4.5	Hasil Uji Validasi Konstruk	4-10
4.6	Ringkasan Kuesioner Penelitian – Jenis Kelamin	4-11
4.7	Ringkasan Kuesioner Penelitian – Usia	4-12
4.8	Ringkasan Kuesioner Penelitian – Tujuan	4-12
4.9	Ringkasan Kuesioner Penelitian – Pekerjaan	4-12
4.10	Ringkasan Kuesioner Penelitian – Uang Saku	4-13
4.11	Ringkasan Kuesioner Penelitian – Penghasilan	4-13
4.12	Ringkasan Kuesioner Penelitian – Tempat Tinggal	4-13
4.13	Ringkasan Kuesioner Penelitian – Travel Sering Digunakan	4-13
4.14	Ringkasan Kuesioner Penelitian – Lokasi Tujuan Anda	4-14
4.15	Ringkasan Kuesioner Penelitian – Tujuan Pengantaran	4-14
4.16	Ringkasan Kuesioner Penelitian – Hari yang Digunakan	4-14
4.17	Ringkasan Kuesioner Penelitian – Jam Keberangkatan	4-15
5.1	Atribut yang Tidak Direduksi	5-15
5.2	Atribut yang Direduksi	5-16
5.3	Uji Validitas Harapan	5-18
5.4	Nilai Alpha Uji Reliabilitas	5-19
5.5	Uji Validitas Kinerja	5-20
5.6	Nilai Alpha Uji Reliabilitas	5-21
5.7	Tabel Frekuensi Jawaban	5-32
5.8	Tabel Tingkat Loyalitas Konsumen	5-32

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
5.9	Tabel Signifikansi	5-35
5.10	Tabel Rata-rata Harapan dan Kinerja	5-37
5.11	Tabel Kuadran I	5-38
5.12	Tabel Kuadran II	5-39
5.13	Tabel Kuadran III	5-40
5.14	Tabel Kuadran IV	5-40
5.15	Tabel Kuadran CA	5-43
5.16	Tabel Keunggulan	5-44
5.17	Tabel Uji Regresi	5-50
5.18	Tabel Uji F	5-53
5.19	Tabel Analisis Variabel yang Berpengaruh Terhadap Loyalitas	5-54
5.20	Rangkuman Berdasarkan IPA/Signifikansi/CA dan Regresi	5-56
5.21	Tabel Prioritas Perbaikan	5-57
6.1	Tabel Faktor – faktor Kepuasan Konsumen	6-1

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	Grafik Uji Cochran Q Test	2-28
2.3	Diagram Kartesius Importance Performance Analysis	2-30
3.1	Metodologi Penelitian	3-2
4.1	Struktur Organisasi Transline Travel	4-2
5.1	Uji Cochran Q Test ke-1	5-2
5.2	Uji Cochran Q Test ke-2	5-4
5.3	Uji Cochran Q Test ke-3	5-5
5.4	Uji Cochran Q Test ke-4	5-7
5.5	Uji Cochran Q Test ke-5	5-9
5.6	Uji Cochran Q Test ke-6	5-11
5.7	Uji Cochran Q Test ke-7	5-13
5.8	Uji Cochran Q Test ke-8	5-14
5.9	Profil Jenis Kelamin Konsumen	5-22
5.10	Profil Usia Konsumen	5-23
5.11	Profil Tujuan Konsumen	5-23
5.12	Profil Pekerjaan Konsumen	5-24
5.13	Profil Uang Saku Konsumen	5-25
5.14	Profil Tingkat Penghasilan Konsumen	5-25
5.15	Profil Lokasi Tempat Tinggal Konsumen	5-26
5.16	Profil Travel yang Digunakan Konsumen	5-27
5.17	Profil Lokasi Tujuan Konsumen	5-27
5.18	Profil Tujuan Pengantaran Konsumen	5-28
5.19	Profil Hari yang Paling Sering Digunakan Konsumen	5-28
5.20	Profil Frekuensi Jam Keberangkatan Konsumen	5-29
5.21	Uji Hipotesis Signifikansi Atribut 1	5-36
5.22	Gambar Diagram IPA	5-38
5.23	Gambar Kuadran CA	5-42

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
5.24	Gambar Tahap Pengolahan Data dan Analisis	5-58

DAFTAR LAMPIRAN

- KUESIONER PENDAHULUAN
- KUESIONER PENELITIAN
- DATA MENTAH PERINGKAT
- DATA MENTAH TINGKAT KEPUASAN
- DATA MENTAH TINGKAT KEPENTINGAN
- DATA MENTAH TINGKAT LOYALITAS PELANGGAN
- UJI VALID KONSTRUK