

## ABSTRAK

*Penelitian ini berjudul hubungan antara persepsi tentang kualitas pelayanan dan loyalitas pengguna jasa kereta api argo gede di Bandung. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran hubungan antara persepsi tentang kualitas pelayanan dan loyalitas pengguna jasa kereta api argo gede di Bandung.*

*Rancangan penelitian yang digunakan adalah rancangan penelitian korelasional rank Spearman yang mengukur hubungan dua variabel berskala ordinal, yaitu persepsi tentang kualitas pelayanan dan loyalitas pengguna jasa Kereta Api Argo Gede. Alat ukur yang digunakan berupa kuesioner. Kuesioner persepsi tentang kualitas pelayanan yang terdiri atas dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy, yang didasarkan pada teori kualitas pelayanan dari Zeithaml (2000) dengan validitas berkisar antara 0,308–0,837 dan reliabilitas 0,737. Kuesioner loyalitas konsumen dibuat berdasarkan pada teori loyalitas dalam perspektif attitudes-behavioral dari Jill Griffin (2003) dengan validitas berkisar antara 0,460-0,676 dan reliabilitasnya 0,728. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang sedang menggunakan jasa KA Argo Gede dan konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa KA Argo Gede di Bandung.*

*Berdasarkan pengolahan data secara statistik didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,401, yang dapat diartikan bahwa terdapat hubungan signifikan yang moderat antara persepsi tentang kualitas pelayanan dan loyalitas pengguna jasa Kereta Api Argo Gede di Bandung. Pada umumnya konsumen memiliki persepsi sesuai terhadap kualitas pelayanan KA Argo Gede, namun terdapat beberapa aspek kualitas pelayanan KA Argo Gede yang dipersepsi kurang sesuai oleh konsumen, terutama dalam hal: ketepatan waktu dalam jadwal keberangkatan dan kedatangan, ketersediaan ruang tunggu yang bersih dan nyaman bagi konsumen, Kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen. indikator tersebut harus menjadi agenda prioritas untuk ditingkatkan sebagai upaya perbaikan kualitas pelayanan oleh PT Kereta Api Indonesia.*

*Saran yang diajukan bagi penelitian selanjutnya adalah agar meneliti hubungan antara kepuasan terhadap kualitas pelayanan dengan loyalitas pengguna jasa KA Argo Gede di Bandung dan meneliti pengaruh persepsi tentang kualitas pelayanan terhadap loyalitas pengguna jasa KA Argo Gede di Bandung. Selain itu, Bagi pimpinan PT Kereta Api Indonesia (KAI) di Bandung, dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas pengguna jasa KA Argo Gede, ada beberapa hal yang perlu mendapat perhatian lebih, yaitu meningkatkan aspek tangibles terutama dalam hal ketersediaan ruang tunggu yang bersih dan nyaman, ketersediaan fasilitas parkir yang memadai, meningkatkan aspek reliability terutama dalam hal keakuratan jadwal keberangkatan dan kedatangan KA Argo Gede, dan meningkatkan aspek empathy terutama dalam hal kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen.*

## DAFTAR ISI

Abstrak .....	i
Kata Pengantar .....	ii
Daftar Isi .....	v
Daftar Bagan .....	ix
Daftar Tabel .....	x
Daftar Lampiran .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Maksud & Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	11
1.5 Kerangka Pikir .....	11
1.6 Asumsi .....	19
1.7 Hipotesis Penelitian .....	19
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Persepsi Konsumen .....	20
2.1.1 Pengertian Persepsi Konsumen .....	20
2.1.2 Proses Pembentukan Persepsi Konsumen.....	21
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen....	22





4.1.1.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan	
Frekuensi Menggunakan KA Argo Gede .....	64
4.1.2 Hasil Perhitungan Statistik.....	64
4.1.3 Gambaran Persepsi Konsumen KA Argo Gede.....	65
4.1.4 Gambaran Loyalitas Konsumen KA Argo Gede .....	66
4.1.5 Tabulasi Silang Antara Loyalitas dan Persepsi	
Konsumen Terhadap Pelayanan KA Argo Gede.....	67
4.2 PEMBAHASAN .....	69
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Saran Bagi Penelitian Lanjutan.....	76
5.2.2 Saran guna Laksana .....	76
Daftar Pustaka	
Lampiran	

## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Bagan Kerangka pikir	17
2.1	Model Sederhana Keputusan Membeli	35
3.1	Skema Rancangan Penelitian	49

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
3.1	Aspek dan nomor item kuesioner persepsi	52
3.2	Aspek dan nomor item kuesioner loyalitas	54
4.1	Kelompok responden berdasarkan jenis kelamin	61
4.2	Kelompok responden berdasarkan usia	62
4.3	Kelompok responden berdasarkan profesi	62
4.4	Kelompok responden berdasarkan penghasilan	63
4.5	Kelompok responden berdasarkan frekuensi menggunakan KA Argo Gede	64
4.6	Hasil uji statistik hubungan antara persepsi dan loyalitas	64
4.7	Gambaran persepsi tentang kualitas pelayanan KA Argo Gede	65
4.8	Gambaran loyalitas konsumen KA Argo Gede	66
4.9	Tabulasi silang antara loyalitas dan persepsi terhadap kualitas pelayanan	67

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- LAMPIRAN A Kata pengantar kuesioner
- LAMPIRAN B Angket data umum responden
- LAMPIRAN C Kuesioner persepsi tentang kualitas pelayanan
- LAMPIRAN D Kuesioner loyalitas pengguna jasa KA Argo Gede
- LAMPIRAN 1 Tabel induk persepsi tentang kualitas pelayanan
- LAMPIRAN 2 Tabel induk loyalitas pengguna jasa KA Argo Gede
- LAMPIRAN 3 Tabel hasil validitas alat ukur persepsi
- LAMPIRAN 4 Tabel hasil validitas alat ukur loyalitas
- LAMPIRAN 5 Tabel Rata-rata skor persepsi tentang kualitas pelayanan
- LAMPIRAN 6 Tabel Rata-rata skor loyalitas
- LAMPIRAN 7 Tabulasi silang antara aspek kualitas pelayanan dan loyalitas