

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini berjudul “Studi deskriptif mengenai tipe loyalitas konsumen terhadap travel ‘X’ pada mahasiswa Universitas Kristen Maranatha Bandung”. Penelitian ini dilaksanakan pada populasi responden mahasiswa pengguna travel “X” di Universitas Kristen Maranatha Bandung yang telah menggunakan lebih dari 4 kali dan kost. Jumlah responden pada penelitian ini adalah sebanyak 180 orang.*

*Penelitian ini menggunakan teori Dick and Basu (1994) mengenai Costumer Loyalty alat ukur yang digunakan adalah kuesioner mengenai Loyalitas Konsumen yang dikonstruksi sendiri oleh peneliti yang didasari oleh teori-teori Costumer Loyalty dari Dick and Basu (1994). Alat ukur ini terdiri dari 2 dimensi yaitu kesetiaan sikap dan kesetiaan perilaku dengan item berjumlah 28. Perhitungan Validitas dengan Spearman’s Rho menunjukkan, untuk dimensi kesetiaan sikap berkisar antara 0,340 sampai 0,866 dan dimensi kesetiaan perilaku berkisar antara 0,549 sampai 0,770 dan perhitungan reliabilitas menggunakan Alpha Chronbach adalah sebesar 0,964.*

*Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan persentase terbesar responden yaitu mahasiswa pengguna travel “X” Universitas Kristen Maranatha yang kost di Bandung memiliki no loyalty sebanyak 38,89% yaitu mahasiswa dengan kesetiaan sikap serta perilaku yang rendah, Sebagian besar mahasiswa dengan tipe true loyalty, yang meruapkan tipe loyalitas yang diharapkan di pengaruhi oleh factor komponen dari merk tersebut, dimana individu melakukan pembelian karena mereka menghayati bahwa merka yang di*

*Saran yang diajukan adalah travel “X” diharapkan mampu untuk membuktikan berbagai janji yang diberikan dalam Branding dengan perilaku pelayanan yang nyata dari pihak frontliner, sehingga dapat memunculkan komponen True Loyalty pada diri individu dan juga dapat mendorong peningkatan loyalitas pada para pengguna mahasiswa dengan memberikan tuntutan yang lebih besar pada para perusahaan untuk dapat memunculkan ciri-ciri brand Cipaganti dengan memberikan pelayanan yang lebih baik pada para calon konsumen.*

## DAFTAR ISI

	HALAMAN
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	9
1.5 Kerangka Pikir .....	9
1.6 Asumsi Penelitian.....	18

## BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Loyalitas Konsumen.....	19
2.1.1	Pengertian Loyalitas.....	19
2.1.2	Tahapan Loyalitas.....	19
2.1.3	Tipe Loyalitas.....	20
2.1.4	Dimensi Loyalitas.....	21
2.1.5	Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	22
2.1.6	Keuntungan Loyalitas Konsumen.....	24
2.2	Konsumen .....	25
2.2.1	Pengertian Konsumen .....	25
2.2.2	Tipe Konsumen.....	25
2.3	Jasa .....	26
2.3.1	Pengertian Jasa.....	26
2.4	Masa Dewasa Awal.....	27
2.4.1	Pengertian Dewasa Awal .....	27
2.5	Teori Kebutuhan .....	27

## BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Rancangan Prosedur Penelitian.....	30
3.2	Bagan Rancangan Prosedur Penelitian.....	30
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	31
3.3.1	Variabel Penelitian .....	31

3.3.2 Definisi Operasional .....	31
3.4 Alat ukur.....	33
3.4.1 Jenis Alat Ukur.....	33
3.4.2 Prosedur Pengisian .....	35
3.4.3 Sistem Penilaian.....	35
3.4.4 Uji Coba Alat Ukur .....	36
3.4.4.1 Validitas Alat Ukur .....	36
3.4.4.2 Reliabilitas Alat Ukur .....	38
3.4.5 Kuesioner data penunjang.....	39
3.5 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	40
3.5.1 Populasi Sasaran.....	40
3.5.2 Karakteristik Populasi .....	40
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel .....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	41

#### BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil .....	42
4.1.1 Gambaran Responden .....	42
4.1.2 Hasil Penelitian .....	42
4.1.2.1 Tipe Loyalitas Konsumen secara umum .....	43
4.1.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Ulang Pada Setiap Tipe Loyalitas .....	43

4.2 Pembahasan .....	46
 BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Saran .....	53
5.2.1 Saran Teoritis .....	53
5.2.2 Saran Guna Laksana .....	54
 DAFTAR PUSTAKA .....	 xii
DAFTAR RUJUKAN.....	xiii
 LAMPIRAN	

## **DAFTAR BAGAN**

1.1 Bagan kerangka pikir.....	17
2.1 Bagan Kategori Loyalitas Konsumen.....	21
3.1 Bagan Rancangan Prosedur Penelitian .....	33

## DAFTAR TABEL

3.1 Tabel Dimensi, indikator dan nomor item.....	36
3.2 Tabel Skala penilaian.....	37
3.3 Tabel Kategori Tinggi Rendah Sikap loyal dan Perilaku loyal.....	38
4.1 Tabel Usia Responden.....	45
4.2 Tabel Loyalitas Konsumen secara umum .....	46
4.3 Tabel Krostabulasi antara faktor yang mempengaruhi dengan tipe Loyalitas .....	47

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 – Alat ukur

LAMPIRAN 2 – Validitas dan reliabilitas alat ukur

LAMPIRAN 3 – Tabel dan perhitungan data