

ABSTRACT

This research is motivated by the competitive conditions of the transportation service industry businesses over time is getting tight, so the company must create a new marketing strategy to maintain and achieve a higher market share. One of the strategies is performed to maintain or increase the number of customers is to provide quality service. With the optimum service, it is expected to give better service for the fulfillment of the satisfaction of consumers, able to win the competitiveness and finally ot get maximum profit. In Indonesia, one of the transportation companies is Kereta Api Argo Parahyangan. They are ready to compete with similar industries. They can increase good service quality in providing services in order to gain customer as a prior factor.

The samples in this study were 170 respondents. The data were processed by SPSS software version 16.00 and hypothesis testing using simple regression analysis. The coefficient of determination (R Square) is equal to 0.83. This result showed the effect quality service on customer loyalty was 8.3% and the rest of it was about 91.7% that influenced by other factors. The results showed that the variables of quality service had an influence on customer loyalty of Kereta Api Argo Parahyangan at Bandung.

Keywords: Quality service, customer loyalty

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan bisnis industri jasa transportasi dari waktu ke waktu yang semakin ketat, sehingga perusahaan harus membuat strategi pemasaran baru untuk mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih tinggi. Salah satu strategi yang dilakukan dalam mempertahankan atau meningkatkan jumlah pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Dengan kualitas pelayanan yang optimal, diharapkan pihak yang memberikan jasa transportasi akan mampu memenuhi harapan dari konsumennya, mampu memenangkan persaingan yang pada akhirnya akan memperoleh laba yang maksimal. Di Indonesia salah satu perusahaan transportasi adalah Kereta Api Argo Parahyangan yang siap bersaing dengan industri serupa. Salah satunya dengan cara mengupayakan Kualitas Pelayanan yang baik dalam memberikan pelayanan, dengan tujuan menarik *customer* sebagai salah satu faktor dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada perusahaan.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 170 responden. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 16.00 dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana. Koefisien determinasi (*R Square*) adalah sebesar 0,83. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 8.3% dan sisanya sebesar 91.7% dipengaruhi faktor lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan Kereta Api Argo Parahyangan di Bandung.

Kata-kata kunci: Kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Konsep Inti Pemasaran.....	10
2.1.3 Pelayanan/ Jasa.....	14
2.1.4 Kualitas Pelayanan	18
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	24
2.2 Rerangka Teoritis	30
2.3 Rerangka Pemikiran	33
2.4 Model Penelitian	34
2.5 Pengembangan Hipotesis	34
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	 36
3.1 Objek Penelitian	36
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.3 Jenis Penelitian	37
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.5 Populasi dan Sampel	42
3.5.1 Populasi	42
3.5.2 Sampel.....	42
3.6 Teknik Pengumpulan Sampel.....	43
3.7 Teknik Pengumpulan Data	43
3.8 Analisis Data	44

3.8.1 Uji Validitas	44
3.8.2 Uji Reliabilitas	45
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	46
3.8.4 Analisa Regresi Sederhana	46
3.8.5 Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Karakteristik Responden	49
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Kereta Api.....	51
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Tangibles</i> 1	52
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Tangibles</i> 2	53
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Tangibles</i> 3	54
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Reliability</i> 1	55
4.2.5 Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Reliability</i> 2	56
4.2.6 Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Responsiveness</i> 1	58
4.2.7 Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Responsiveness</i> 2.....	59
4.2.8 Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Responsiveness</i> 3	60
4.2.9 Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Assurance</i> 1	61
4.2.10 Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Assurance</i>	62
4.2.11 Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Assurance</i> 3	63

4.2.12	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Empathy</i> 1.....	64
4.2.13	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Empathy</i> 2.....	65
4.2.14	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Empathy</i> 3.....	66
4.2.15	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Loyalitas</i> 1.....	67
4.2.16	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Loyalitas</i> 2.....	68
4.2.17	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Loyalitas</i> 3.....	69
4.3	Uji Instrumen.....	70
4.3.1	Uji Validitas	70
4.3.2	Uji Reliabilitas	73
4.4	Uji Asumsi Klasik	75
4.4.1	Uji Normalitas	75
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.5	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		81
5.1	Simpulan.....	81
5.2	Keterbatasan Penelitian	82
5.3	Saran.....	82
5.3.1	Implikasi Kebijakan	82
5.3.2	Saran Penelitian yang Akan Datang.....	83
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN.....		88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....		112

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Konsep Inti Pemasaran 13
Gambar 2	Konsep loyalitas Pelanggan 29
Gambar 3	Rerangka Teoritis..... 31
Gambar 4	Rerangka Pemikiran..... 33
Gambar 5	Model Penelitian 34

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Definisi Pemasaran 9
Tabel II	Pemahaman Sifat Dasar Proses Jasa..... 18
Tabel III	Definisi Operational dan Pengukuran Variabel..... 39
Tabel IV	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 50
Tabel V	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 50
Tabel VI	Karakteristik Responden Berdasarkan Rasio Menggunakan Kereta Api Argo Parahyangan..... 51
Tabel VII	Tanggapan Responden Terhadap faktor <i>Tangibles</i> 1 53
Tabel VIII	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Tangibles</i> 2 54
Tabel IX	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Tangibles</i> 3 55
Tabel X	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Reliability</i> 1..... 56
Tabel XI	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Reliability</i> 2..... 57
Tabel XII	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Responsiveness</i> 1 58
Tabel XIII	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Responsiveness</i> 2 59
Tabel XIV	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Responsiveness</i> 3 60
Tabel XV	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Assurance</i> 1..... 61
Tabel XVI	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Assurance</i> 2..... 62
Tabel XVII	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Assurance</i> 3..... 63
Tabel XVIII	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Empathy</i> 1 64
Tabel XIX	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Empathy</i> 2..... 65
Tabel XX	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Empathy</i> 3..... 66
Tabel XXI	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Loyalitas</i> 1 67

Tabel XXII	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Loyalitas</i> 2	68
Tabel XXIII	Tanggapan Responden Terhadap Faktor <i>Loyalitas</i> 3	69
Tabel XXIV	Hasil Awal Uji Validitas.....	70
Tabel XXV	Hasil Akhir Uji Validitas	71
Tabel XXVI	Hasil Akhir Uji Reliabilitas	73
Tabel XXVII	Uji Normalitas	76
Tabel XXVIII	Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel XXIX	Pengujian Hipotesis	78

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN.....	88
LAMPIRAN B HASIL KUESIONER PENELITIAN	90
LAMPIRAN C KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	96
LAMPIRAN D UJI VALIDITAS AWAL.....	98
LAMPIRAN E UJI VALIDITAS AKHIR.....	102
LAMPIRAN F UJI RELIABILITAS - X	106
LAMPIRAN G UJI RELIABILITAS – Y	107
LAMPIRAN H UJI NORMALITAS.....	109
LAMPIRAN I UJI HETEROKEDASTISITAS.....	109
LAMPIRAN J UJI HIPOTESIS.....	110