

ABSTRACT

The increasing mobility of society will affect the company's activities especially in the field of transportation services company. Current transportation services company should be able to define appropriate strategies, and should always pay attention to the quality of service as good as possible. Companies should always pay attention to the good quality of service as this can have a big impact for customer loyalty. Customer loyalty greatly contributed greatly to the company because if there is no customer loyalty, the company will not succeed completely. This research is causal explanatory sample Cipaganti Travel (PT Starline) consumers. This study used a simple regression method and to test the validity of data, reliability, and classical assumptions (normality test and heteroskedasitas test). Data processing based on the results obtained that the quality of service does not affect against consumer loyalty.

Keywords : Service Quality and Costumers Loyalty

ABSTRAK

Semakin tingginya mobilitas masyarakat akan berpengaruh terhadap aktivitas perusahaan, khususnya perusahaan dalam bidang jasa transportasi. Perusahaan jasa transportasi saat ini, harus dapat menetapkan strategi-strategi yang tepat dan harus selalu memperhatikan kualitas layanan dengan sebaik mungkin. Perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan dengan baik karena hal ini dapat berpengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan sangat memberikan kontribusi yang besar terhadap perusahaan, karena jika tidak ada pelanggan yang memiliki loyalitas, maka perusahaan tidak akan berhasil sepenuhnya. Jenis penelitian ini adalah *causal explanatory* dengan sampel penelitian konsumen Travel Cipaganti (PT Starline). Penelitian ini menggunakan metode regresi sederhana dan melakukan uji data dengan validitas, realibilitas, dan asumsi klasik (uji normalitas dan uji heteroskedasitas). Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata-kata kunci : Kualitas Layanan dan Loyalitas Konsumen

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1 Maksud Penelitian	10
1.3.2 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10

BAB II STUDI PENDAHULUAN

2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12

2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran	12
2.1.4 Jasa	14
2.1.4.1 Definisi Jasa	14
2.1.4.2 Karakteristik Jasa	15
2.1.5 Kualitas Pelayanan (<i>Services Quality</i>)	17
2.1.5.1 Definisi Kualitas Pelayanan	17
2.1.5.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	18
2.1.5.3 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan	20
2.1.5.4 Biaya Kualitas Pelayanan	21
2.1.5.5 Mengukur Kualitas Pelayanan	22
2.1.6 Kepuasan Konsumen	24
2.1.7 Loyalitas Konsumen	25
2.1.7.1 Pengertian Loyalitas	25
2.1.7.2 Tingkat Loyalitas Konsumen.....	26
2.2 Rerangka Teoritis	29
2.3 Rerangka Pemikiran	30
2.4 Matriks Penelitian Terdahulu.....	31
2.5 Hipotesis	32
2.6 Model Penelitian	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel	34

3.2.1 Populasi	34
3.2.2 Sampel	34
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	35
3.4 Definisi Operasional Variabel	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Uji Pendahuluan	37
3.6.1 Alat Ukur Penelitian	37
3.6.2 Uji Validitas	38
3.6.3 Uji Reliabilitas	40
3.7 Uji Asumsi Klasik	41
3.7.1 Uji Normalitas	41
3.7.2 Uji Heteroskedasitas	42
3.8 Teknik Analisis Data	42
3.8.1 Perhitungan Koefisien Regresi	42
3.8.2 Koefisien Determinasi	43
3.8.3 Kriteria Hipotesis.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	44
4.1.1 Gambaran Umum Responden	44
4.2 Analisis Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas.....	49
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	49
4.2.2 Hasil Uji Realibilitas.....	52
4.3 Uji Asumsiklasik.....	55

4.4 Pengaruh Kualitas Layanan.....	57
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran dan Keterbatasan Penelitian.....	61
5.2.1 Saran	61
5.2.2 Keterbatasan Penelitian	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Rerangka Teoritis	29
Gambar 2 Rerangka Pemikiran	30
Gambar 3 Model Penelitian	32

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Perkembangan Pendapatan Usaha PT. Cipaganti Citra Graha 4
Tabel II	Jumlah Pelanggan Cipaganti <i>Shuttel Service</i> 8
Tabel III	Matriks Penelitian Terdahulu..... 31
Tabel IV	Definisi Operasional Variabel 36
Tabel V	Data Responden Menurut Jenis Kelamin..... 44
Tabel VI	Data Responden Menurut Usia 45
Tabel VII	Data Responden Menurut Pekerjaan 46
Tabel VIII	Data Responden Menurut Frekuensi Penggunaan Jasa Transportasi 47
Tabel IX	Data Responden Menurut Tujuan Penggunaan Jasa 48
Tabel X	<i>KMO dan Bartlett's Test</i> 50
Tabel XI	Rotated Component Matrio..... 50
Tabel XII	Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y 51
Tabel XIII	Reliability Statistic Variabel X 53
Tabel XIV	Item-Total Statistic Variabel X 53
Tabel XV	Reliability Statistic Variabel Y 54
Tabel XVI	Item-Total Statistic Variabel Y 54
Tabel XVII	Hasil Uji Reliability Variabel Penelitian 54
Tabel XVIII	Hasil Uji Normalitas 55

Tabel XIX	Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel XX	Persamaan Regesi (<i>Output SPSS</i>)	57
Tabel XXI	Koefisien Determinasi (<i>Output SPSS</i>)	58