

ABSTRAK

Perusahaan jasa saat ini sangat mudah dijumpai di kota-kota besar, salah satunya jasa transportasi yang dapat mempermudah kita dalam menjalankan aktifitas setiap hari. Persaingan dalam bidang jasa transportasi pun semakin ketat, khususnya yang menyediakan trayek antar kota. Citi Trans adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi Bandung – Jakarta dan sebaliknya. Citi Trans selalu mengutamakan pelayanan, kenyamanan dan keamanan untuk para penumpangnya dengan memberikan pelayanan pada *personal seat* yang jumlahnya terbatas. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas dari konsumen agar tercapainya target dan sasaran perusahaan. Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Loyalitas Konsumen pada Citi Trans. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas jasa pada *travel* Citi Trans. Tanggapan konsumen mengenai kualitas jasa, tingkat loyalitas konsumen dan mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas jasa yang diberikan oleh Citi Trans terhadap loyalitas konsumen pada Citi Trans. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan kualitas jasa dengan loyalitas konsumen Citi Trans dapat dikatakan cukup kuat yaitu sebesar 0,585. Sedangkan pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen Citi Trans berdasarkan perhitungan koefisien determinasi yaitu sebesar 45% dan sisanya sebesar 55% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini oleh penulis, misalnya faktor promosi dan harga. Dari perhitungan uji hipotesis, nilai t_{hitung} adalah 13,954 lebih besar dari t_{table} 1,6606. Ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, maka kualitas jasa memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas konsumen. Hal ini berarti hipotesis yang penulis ajukan pada Bab I yaitu “Kualitas jasa memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas konsumen” dapat diterima.

Kata kunci: Kualitas Jasa, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

*The services company was very easily found in major cities, one of which transportation services that can facilitate us in carrying out everyday activities. Competition in the field of transport services are increasingly stringent, particularly the supply route between cities. Citi Trans is a company which is engaged in the transportation of Bandung – Jakarta. Citi Trans always put the care, comfort and safety for passengers by providing personalized services to a limited number of seats. It aims to create satisfaction and loyalty of consumers in order to achieve the targets and goals of the company. This research service titled *Influence Quality of the Consumer Loyalty at Citi Trans*. The purpose of this study was to determine the quality of travel services at Citi Trans. The response of consumers regarding the quality of services, the level of consumer loyalty and determine how much influence the quality of services provided by the Citi Trans on consumer loyalty at Citi Trans. The results of this study indicate that the relationship of service quality and customer loyalty Citi Trans can be quite powerful in the amount of 0,585. While the influence of service quality on customer loyalty Citi Trans by calculating the coefficient of determination is equal to 45% and the balance of 55% is influenced by other factors that are not addressed in this study by the authors, for example, the promotion and the price factor. From the calculation hypothesis test, the t value is greater than $13.954 > 1.6606$ t table. It showed H_0 is rejected and H_a is accepted, then the quality of the services has a positive influence on customer loyalty. This means that the hypothesis proposed in Chapter I, the author of "Service quality has a positive influence on customer loyalty", acceptable.*

Keyword: Service Quality, Customer Loyalty