

ABSTRAK

Penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Operasional pada Kepuasan Pelanggan dan Impikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan PT Nur Rachmadi Bersama (BARAYA TRAVEL)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan Operasional terhadap Loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui unsur kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan operasional pada dasarnya adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Sedangkan loyalitas pelanggan dimaknai sebagai situasi dimana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) yang disertai pola pembelian ulang yang konsisten.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif, suatu penelitian yang berusaha mengumpulkan data sesuai kondisi sebenarnya dan mempunyai hubungan erat dengan permasalahan yang diteliti sehingga dapat memberikan gambaran jelas mengenai objek penelitian kemudian dapat ditarik suatu kesimpulan

Variabel dalam penelitian ini adalah 5 unsur kualitas layanan sebagai variabel independen yaitu daya tanggap (X1), jaminan (X2), bukti fisik (X3), empati (X4) dan kehandalan (X5), dilanjutkan kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel perantara kemudian loyalitas pelanggan (Z) sebagai variabel dependen. Untuk meneliti pengaruh diantara variabel diatas, disebar kuisioner untuk 125 responden, kemudian hasil penelitian ini diolah dengan menggunakan metode regresi.

Hasil perhitungan statistik secara keseluruhan unsur-unsur kualitas layanan operasional (variabel X1, X2, X3, X4 dan X5) memberikan pengaruh sebesar 61,9% terhadap kepuasan pelanggan (variabel Y) dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh sebesar 18,9% terhadap loyalitas pelanggan (variabel Z)

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan & Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Authors conducted a case study entitled "The Effect of Operational Service Quality on Customer Satisfaction and It's Implication for Loyalty to PT Nur Rachmadi Bersama (Baraya Travel)". The purpose of this study was to determine how much influence the Quality of Service Operations for customer loyalty, either directly or indirectly through the element of customer satisfaction.

Operational service quality is basically the expected level of excellence and control over the level of excellence to meet customer desires. Customer satisfaction is when someone feeling satisfied or dissatisfied after comparing the performance of the product against the expected performance. While customer loyalty is defined as a situation where consumers are be positive to the product or the manufacturer (service providers) are accompanied by a consistent pattern of repeat purchases. In this study the authors used a descriptive method of research that seeks to collect data according to the actual conditions that have a close relationship with the problems studied so as to provide a clear description of the research object, then can be concluded of this study.

The variables in this study are 5 elements of quality of service as the independent variable is the responsiveness (X1), assurance (X2), physical evidence (X3), empathy (X4), reliability (X5), customer satisfaction (Y) as the intermediate variables, and customer loyalty (Z) as the dependent variable. To investigate the influence between the variables above, distributed questionnaires to 125 respondents, then the results of this study were processed using regression method.

The results of Statistical calculation as a whole elements of operational service quality (variable X1, X2, X3, X4 and X5) impact of 61.9% on customer satisfaction (Y) and the customer satisfaction of 18.9% impact on customer loyalty (variable Z).

Key word : Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty