

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN PADA ANGKASA RENT A CAR DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

FERY GUSMAWANTO
0612010010

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2010

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN PADA ANGKASA RENT A CAR DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

FERY GUSMAWANTO

0612010010 / FE / EM

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh
Tim Penguji Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 26 November 2010

Pembimbing :

Tim Penguji :

Pembimbing Utama

Ketua

Dra. Ec. Tri Kartika P. Msi

Dr. Muhadjir Anwar, MM

Sekretaris

Dra. Ec. Tri Kartika P. Msi

Anggota

Dra. Ec. Hj Kustini, Msi

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Jawa Timur

Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, SE, MM

NIP. 030 202 389

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Angkasa Rent a Car di Surabaya“**. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dengan selesainya penulisan Skripsi ini, penulis sangat berterima kasih atas segala bantuan dan fasilitas dari berbagai pihak yang diberikan kepada penulis guna mendukung penyelesaian Skripsi ini. Maka di kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar - besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Teguh Soedarto,MP selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional“Veteran” Jawa Timur Surabaya.
2. Bapak DR. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional"Veteran" Jawa Timur Surabaya.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonmi Universitas Pembangunan Nasional"Veteran" Jawa Timur Surabaya.
4. Ibu Dra. Ec. Tri Kartika P. MSi, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam memberikan bimbingan, saran, petunjuk, dan koreksi yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap tenaga pengajar, karyawan terutama Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Surabaya.

6. Ayah, ibu, adikku beserta keluarga tercinta dan seseorang yang selalu menemani Sulis yang telah memberikan motivasi, do'a, semangat dan dorongan moral serta spiritualnya yang telah tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
7. Ardhi, Dion, Novrina, Fitri, Zaka, Yosep, Danu, Hendra, Hanafi dan seluruh mahasiswa dari jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memotivasi, membantu, dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penyusunan Skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dengan segala kerendahan hati penulis memohon kepada seluruh pihak untuk memberikan kritik dan saran yang membangun agar dalam penulisan selanjutnya dapat lebih baik dan dapat lebih bermanfaat bagi yang memerlukan.

Surabaya, November 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1. Pengertian Pemasaran	9
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	10

2.2.3.	Jasa	11
2.2.3.1.	Pengertian Jasa	11
2.2.3.2.	Karakteristik Jasa	12
2.2.3.3.	Kategori Jasa	13
2.2.4.	Pengertian Kualitas Layanan	15
2.2.5.	Dimensi Kualitas Layanan	15
2.2.6.	Kepuasan Pelanggan	17
2.2.7.	Loyalitas Pelanggan	20
2.2.8.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.2.9.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	22
2.3	Kerangka Konseptual	24
2.4	Hipotesis	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	26
3.1.1.	Definisi Operasional Variabel	26
3.1.2.	Pengukuran Variabel	28
3.2	Teknik Penentuan Sampel	29
3.3	Teknik Pengumpulan Data	31

3.3.1.	Jenis Data	31
3.3.2.	Sumber Data	31
3.3.3.	Pengumpulan Data	32
3.4.	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	32
3.4.1.	Teknik Analisis	32
3.4.2.	Pengujian Hipotesis	34
3.4.2.1	Asumsi Model SEM (Structural Equation Model)..	34
3.4.3.	Pengukuran Hipotesis dan Hubungan Kausal.....	37
3.4.4.	Pengujian Model	37
3.4.5.	Evaluasi Model	39

BAB IV PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Obyek Penelitian	43
4.1.1.	Gambaran	43
4.1.2.	Struktur Organisasi	45
4.1.3.	Visi dan Misi	45
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	46
4.2.1.	Gambaran umum subjek penelitian	46
4.2.2.	Deskripsi Kualitas layanan (Service Quality)	48
4.2.3.	Deskripsi Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)...	51
4.2.4.	Deskripsi Loyalitas (Customer Loyalty).....	52

4.3	Analisis Data	54
4.3.1.	Evaluasi Oulier	54
4.3.2.	Evaluasi Reliabilitas	56
4.3.3.	Evaluasi Validitas	58
4.3.4.	Evaluasi Construct Reliability dan Variance Extracted	58
4.3.5.	Evaluasi Normalitas	60
4.3.6.	Analisis Model SEM	61
4.3.7.	Uji Kausalitas	65
4.3.8.	Analisis Unidimensi First Order	66
4.4	Pembahasan	67
4.4.1.	Pembentuk Variabel Laten	67
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1.	Kesimpulan	85
5.2.	Saran	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan usia	47
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.4.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Service Quality....	49
Tabel 4.5.	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Customer Satisfaction ...	51
Tabel 4.6.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Customer Loyalty..	53
Tabel 4.7.	Outlier data	55
Tabel 4.8.	Realibilitas data	57
Tabel 4.9.	Validitas data	58
Tabel 4.10.	Construct Reliability dan Variance Extracted	59
Tabel 4.11.	Normalitas data	60
Tabel 4.12.	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices	62
Tabel 4.13.	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices	63
Tabel 4.14.	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices	64
Tabel 4.15.	Hasil Uji Kausalitas	65
Tabel 4.16.	Unidimensi First Order	66
Tabel 4.17.	Ringkasan hasil pengujian hipotesis	67
Tabel 4.18.	Tabulasi Data Frekuensi Validitas Indikator Service Quality	68

Tabel 4.19. Tabulasi Data Frekuensi Validitas Indikator Customer Satisfaction. 68

Tabel 4.20. Tabulasi Data Frekuensi Validitas Indikator Customer Loyalty 69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3	Structural Equation Model	38
Gambar 4.1	Model Pengukuran & Stuctural	62
Gambar 4.2	Model Pengukuran & Stuctural	63
Gambar 4.3	Model Pengukuran & Stuctural	62

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. : Kuesioner
- Lampiran 2. : Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3. : Data Uji Outlier
- Lampiran 4. : Data Uji Reliabilitas
- Lampiran 5. : Data Uji Normalitas
- Lampiran 6. : Data Uji Hipotesis Kausalitas

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA ANGKASA RENT A CAR DI SURABAYA

Fery Gusmawanto

Abstraksi

Di era modern ini, aktivitas dan tuntutan gaya hidup seseorang semakin meningkat. Perkembangan dunia usaha saat ini telah diwarnai oleh persaingan yang semakin ketat. Hal ini disebabkan karena adanya arus globalisasi yang terbuka lebar bagi setiap pelaku bisnis. Timbulnya persaingan tersebut menyebabkan kalangan dunia usaha saling berlomba untuk menghadapi serta mencari cara-cara baru dalam menghadapi persaingan. Salah satu cara menghadapi persaingan adalah melalui pengelolaan pemasaran secara tepat dan upaya untuk mempertahankan pelanggan. Perusahaan saat ini harus berusaha mengembangkan ikatan lebih kuat dan loyalitas dengan pelanggannya. Oleh karena itu penelitian ini berusaha untuk meneliti tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Angkasa Rent a Car Surabaya.

Data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari jawaban para responden dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Angkasa Rent a Car Surabaya. Teknik penentuan sample menggunakan teknik Simple Random Sampling yaitu cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut. Pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan analisis permodelan SEM (*Structural Equation Modelling*).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan, Sehingga hipotesis penelitian ini dapat diterima kebenarannya.

Keywords : *Kualitas layanan, Kepuasan pelanggan, Loyalitas*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern ini, aktivitas dan tuntutan gaya hidup seseorang semakin meningkat. Perkembangan dunia usaha saat ini telah diwarnai oleh persaingan yang semakin ketat. Hal ini disebabkan karena adanya arus globalisasi yang terbuka lebar bagi setiap pelaku bisnis. Timbulnya persaingan tersebut menyebabkan kalangan dunia usaha saling berlomba untuk menghadapi serta mencari cara-cara baru dalam menghadapi persaingan. Salah satu cara menghadapi persaingan adalah melalui pengelolaan pemasaran secara tepat dan upaya untuk mempertahankan pelanggan. Perusahaan saat ini harus berusaha mengembangkan ikatan lebih kuat dan loyalitas dengan pelanggannya.

Dalam rangka merespon tujuan dari didirikannya perusahaan yaitu untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh dunia usaha, maka perusahaan yang bergerak dibidang jasa, pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan kunci pokok untuk meraih sukses perusahaan. Pelayanan diberikan melalui kontak langsung dengan pelanggan karena sangat diperlukan mengingat calon pelanggan dan pelanggan perlu informasi mengenai jasa maupun produk yang ditawarkan. Jasa merupakan suatu aktifitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai

tambah atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen. Kualitas layanan digambarkan sebagai suatu bentuk sikap (*attitude*), berhubungan namun tidak persis sama dengan kepuasan, yang diperoleh dengan membandingkan harapan dengan performa yang dirasakan. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa yaitu **Angkasa Rent a Car** yang bertempat di jalan Rajawali no : 98, Surabaya. Perusahaan ini bergerak dalam bidang persewaan mobil. Di perusahaan ini kualitas Layanan dan kepuasan pelanggan lebih diutamakan, disamping untuk mempertahankan pelanggan tetap juga untuk menarik pelanggan yang baru. Karena Kepuasan pelanggan merupakan salah satu motto daripada perusahaan tersebut. Setiap hari Perusahaan ini juga berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan kepuasan pelanggan-pelanggannya, Dengan membuat program-program seperti : Pelayanan yang baik, Kenyamanan yang terjamin, Diskon, dan lain sebagainya. Menurut perusahaan ini dengan dipertahankannya pelanggan yang loyal dapat mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik yang positif terhadap perusahaan.

Angkasa Rent a Car merupakan salah satu perusahaan jasa didalam memasarkan jasanya perusahaan lebih mengutamakan kepuasan pelanggan atas jasa tersebut. Dengan kualitas pelayanan yang baik diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan atas jasa tersebut. Ini yang pertama - tama harus disadari setiap karyawan. Kepuasan pelanggan relevan untuk kita semua, apapun pekerjaan kita, jadi kepuasan pelanggan

bukan semata-mata urusan dan tanggung jawab divisi pemasaran dan pelayanan purna jual. Langkah pertama dalam usaha memuaskan pelanggan adalah menentukan dan mengantisipasi kebutuhan-kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang berbeda dapat pula berlainan kebutuhannya dan juga berbeda prioritasnya, tetapi pada dasarnya kebutuhan-kebutuhan umum hampir sama. Oleh karena itu kepuasan pelanggan sangat dijunjung tinggi dalam perusahaan persewaan mobil ini.

Berdasarkan sumber yang diperoleh dari perusahaan diketahui data penyewa sebagai berikut :

Angkasa Rent a Car	
Jl. Rajawali no : 98 surabaya	
Data Penyewa pada bulan Januari - Juni tahun 2009	
Bulan	Σ Jumlah penyewa
Januari	190
Februari	130
Maret	150
April	130
Mei	120
Juni	100

Sumber : Data Persewaan Angkasa Rent a Car.

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa, jasa penyewaan pada beberapa bulan terakhir mengalami penurunan. Misalnya pada bulan Maret – Mei jumlah penyewa di Angkasa Rent a Car cenderung menurun. Dikarenakan pada bulan tersebut hari libur minim sekali, dengan kondisi demikian maka tingkat penyewaan relative rendah atau kualitas layanan yang kurang baik. Berdasarkan saran dan keluhan pelanggan kualitas

layanan sedikit mengalami penurunan misal : kurang bersihnya kondisi mobil saat disewa pelanggan, mengalami keterlambatan dalam pengiriman mobil kepelanggan, serta masih minimnya jasa sopir pada rental tersebut.

Kualitas layanan adalah permulaan dari kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas, apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. menurut Boone dan Kurtz (1995 : 439) dalam Kesumawatie (2005).

Menurut Griffin (1996) dalam Dharmayanti (2006), pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal.

Dari penjelasan fenomena diatas, sangat disayangkan bila persewaan mobil “ANGKASA” mengalami penurunan penyewaan, padahal kepuasan pelanggan sangat diprioritaskan pada perusahaan jasa tersebut. Berdasarkan alasan diatas, sebagai peneliti saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan pada Angkasa Rent a Car di Surabaya”**, yaitu untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan oleh ”Angkasa Rent a Car” di Surabaya terhadap kepuasan pelanggan jasa persewaan mobil.

1.2 Perumusan Masalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian :

Berdasarkan Latar Belakang masalah dan Perumusan masalah diatas ; maka Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat pada pembaca antara lain :

1. Bagi Peneliti

Berkesempatan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan peneliti dapat mengembangkan pengetahuan dan wawasan, menetapkan teori-teori ekonomi khususnya mengenai pemasaran yang diterima selama dibangku kuliah terhadap masalah-masalah aktual dilapangan. Dan

sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana strata satu Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen.

2. Bagi peneliti lain

Dipergunakan sebagai tambahan informasi untuk penelitian lebih lanjut, khususnya penelitian yang berkaitan dengan mempertahankan pelanggan.

3. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai masukan berupa informasi yang diharapkan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan yang berkaitan dengan peningkatan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.