

ABSTRAK

Kata kunci : Kualitas Layanan, Harga, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

Kemajuan zaman dan perubahan gaya hidup masyarakat pada saat ini akan kebutuhan alat transportasi khususnya bus sangat pesat, hal ini dapat dilihat dengan semakin banyak dan bermunculan PO (perusahaan otobus) baru yang berlomba-lomba melayani kebutuhan sektor ini untuk masyarakat dengan segala layanan dan fasilitas yang berbeda untuk setiap PO. Akhirnya persaingan antar PO pun terjadi, beberapa PO yang tidak kuat mungkin secara finansialnya untuk memenuhi layanan fasilitas armadanya tidak jarang pula akhirnya gulung tikar. Strategi pemasaran menjadi salah satu kunci bagi PO untuk tetap bertahan kuat dan mewujudkan kepuasan bagi konsumen atau pelanggannya agar terus menggunakan jasa dari PO tersebut dan tidak berpaling ke PO lain atau bisa jadi berpindah ke moda transportasi lain. Seorang pelanggan akan merasa puas jika dia memperoleh *value* dari produsen atau penyedia jasa yang dipilihnya. Selanjutnya, memahami perilaku dan mengenal lebih dekat dengan pelanggan merupakan kunci untuk tetap mempertahankan eksistensi perusahaan. Sekarang ini hampir semua kota di Indonesia sudah bisa dijangkau dengan bus, bukan hanya di pulau Jawa saja namun juga menjangkau pulau-pulau diluar Jawa. Salah satunya yaitu PT Tiara Mas Transport (PO Tiara Mas) sebagai perusahaan penyedia jasa angkutan bus Antar Kota Antar Provinsi (AKAP) dan bus Pariwisata di Indonesia, khususnya melayani wilayah pulau Jawa, Bali dan NTB.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisa tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Subjek penelitian ini adalah PT Tiara Mas Transport (PO Tiara Mas) yang melayani trayek Surabaya – Mataram – Bima sebanyak 5 Armada Bus. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuisisioner kepada penumpang bis PO Tiara Mas Jurusan Surabaya – Sumbawa sejumlah 50 responden, dengan menggunakan skala *likert*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan po tiara mas dengan nilai koefisien positif. (2) harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan po tiara mas dengan nilai koefisien positif. (3) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan po tiara mas dengan nilai koefisien positif. (4) harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan po tiara mas dengan nilai koefisien positif. (5) kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan po tiara mas dengan nilai koefisien positif. (6) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan po tiara mas melalui kepuasan pelanggan, dengan nilai pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung. (7) harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan po tiara mas melalui kepuasan pelanggan, dengan nilai pengaruh langsung lebih besar dari pada pengaruh tidak langsung.

ABSTRACT

Keywords : Service Quality, Price, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

Progress of the times and changes in people's lifestyles at this time will need the means of transportation, especially buses very rapidly, this can be seen with more and more emerging PO (Otobus company) vying to serve the needs of this sector to the community with all the services and facilities different for each PO. The real competition between PO also occurred, some PO are not strong may be financial to service the fleet facility is not infrequently also end up out of business. Marketing strategy becomes one of the keys for PO to stay strong and realize satisfaction for consumers or customers to continue to use the services of these PO and not to turn to other PO or may move to other modes of transportation. A customer will be satisfied if he gets the value of the manufacturer or service provider he chooses. Furthermore, understanding behavior and getting to know closer to the customer is the key to maintaining the company's existence. Today almost all cities in Indonesia are reachable by bus, not only on the island of Java but also reach the islands outside Java. One of them is PT Tiara Mas Transport (PO Tiara Mas) as a provider of Inter-City Inter-City bus service (AKAP) and Tourism buses in Indonesia, especially serving the islands of Java, Bali and NTB.

This research is conducted with the aim to know and analyze about the influence of service quality and price to customer loyalty through customer satisfaction. The subject of this research is PT Tiara Mas Transport (PO Tiara Mas) serving route Surabaya - Mataram - Bima as much as 5 Fleet Bus. The data was collected by distributing questionnaires to passengers of PO Tiara Mas route Surabaya - Sumbawa with 50 respondents using *Likert* scale.

The result of this research shows that (1) service quality has a significant effect to customer satisfaction with positive coefficient value. (2) price has a significant effect to customer satisfaction with positive coefficient value. (3) the quality of service has a significant effect to customer loyalty po tiara mas with positive coefficient value. (4) price has a significant effect to customer loyalty po tiara mas with positive coefficient value. (5) customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty po tiara mas with positive coefficient value. (6) service quality significantly influences customer loyalty through customer satisfaction, with the value of direct influence is greater than indirect influence. (7) the price has a significant effect to customer loyalty through the customer satisfaction, with the value of direct influence is greater than the indirect effect.