

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
DAN PERSEPSI ATAS HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Konsumen Bus Pariwisata PO Jaya Indah Semarang)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)

Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

RIYAN INDRA PRAMANA

NIM. 1201010120075

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Riyan Indra Pramana
N I M : 12010110120075
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
DAN PERSEPSI ATAS HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN (Studi Kasus pada Bus Pariwisata PO
Jaya Indah Semarang)**
Dosen Pembimbing : I Made Sukresna, SE., MSi., Ph.D

Semarang, 4 Maret 2016

Dosen Pembimbing

I Made Sukresna, SE., MSi., Ph.D

NIP.197501252000121001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Riyan Indra Pramana
N I M : 12010110120075
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
DAN PERSEPSI ATAS HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN (Studi Kasus pada Bus Pariwisata PO
Jaya Indah Semarang)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 16 Maret 2016

Tim Penguji

1. I Made Sukresna, SE., MSi., Ph.D (.....)
2. Rizal Hari Magnadi. SE, MM (.....)
3. I Made Bayu Dirgantara, SE, MM (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya Riyan Indra Pramana, menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI ATAS HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus pada Bus Pariwisata PO Jaya Indah Semarang)”**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau menulis ulang dalam bentuk rangkaian kalimat yang merupakan pemikiran atau gagasan atau pendapat orang lain, yang seolah-olah saya akui sebagai hasil karya atau tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan yang saya salin atau tulis ulang atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan atau nama penulis aslinya.

Apabila saya melakukan perbuatan yang bertentangan dengan hal diatas tersebut, baik yang disengaja maupun tidak, maka dengan ini saya menyatakan akan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya atau hasil tulisan saya sendiri. Apabila kemudian saya terbukti melakukan kecurangan, melakukan tindakan menyalin atau menulis ulang tulisan orang lain yang seolah-olah merupakan hasil pemikiran saya sendiri, berarti ijazah dan gelar yang akan saya peroleh dari universitas batal saya terima.

Semarang, 4 Maret 2016

Pembuat pernyataan,

Riyan Indra Pramana

NIM. 12010110120075

ABSTRAK

Latar Belakang penelitian ini adanya penurunan penjualan PO Jaya Indah Semarang dalam kurun waktu 2012-2014. Penurunan penjualan ini dapat dirumuskan bahwa bagaimana konsumen merasakan loyal setelah menggunakan PO Jaya Indah Semarang ditengah fenomena bisnis yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan, persepsi atas harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada bus pariwisata PO Jaya Indah Semarang.

Sampel penelitian ini adalah konsumen bus pariwisata PO Jaya Indah Semarang yang berjumlah 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Metode kuantitatif meliputi validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis melalui uji F, uji t dan koefisien determinasi (R^2). Dan pada penelitian ini menggunakan uji sobel untuk mendeteksi variabel interveningnya yaitu kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan dan Perepsi atas Harga menunjukkan pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Konsumen, selanjutnya Kepuasan Konsumen diterima sebagai variabel intervening dalam memediasi Kualitas Layanan dan Persepsi atas Harga terhadap Loyalitas Konsumen.

Kata Kunci: Kualitas layanan, persepsi atas harga, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

The background of this research is the sales decline PO Jaya Indah Semarang in the period 2012-2014. , The decline in sales can be formulated that how consumers feel satisfied and loyal after using PO Jaya Indah Semarang amid increasingly fierce competition phenomenon. This study aimed to examine the effect of Quality of Service , Perception of Price on Consumer Loyalty through Customer Satisfaction on tourist buses PO Jaya Indah Semarang.

Samples were consumers buses PO Jaya Indah Semarang, amounting to 100 people. Data analysis method used is quantitative analysis using multiple linear regression analysis. Quantitative methods include the validity and reliability, the classic assumption test, testing hypothesis through F test, t test and the coefficient of determination (R²). And in this study using Sobel test to detect Customer Satisfaction as intervening variable.

The results showed that the Quality of Service and Perception of Price showed a positive influence on Customer Satisfaction, Customer Satisfaction subsequently accepted as an intervening variable in mediating the Quality of Service and Perception of Price to Consumer Loyalty.

Keywords: Quality of service, perception of price, customer satisfaction, consumer loyalty.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jadilah Seseorang Yang Tidak Menyerah Pada Impianmu
Kejarlah Dengan Doa Dan Usaha
(Ibnu Prabowo)

Teruslah Belajar...
Jika kau tidak sanggup menahan lelahnya
Belajar,,
Maka kau akan merasakan pedihnya
Kebodohan...
(Imam Syafii)

Rahasia Kesuksesan
ADALAH
Konsisten Terhadap Tujuan
(Bramaseto)

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Orang tuaku tercinta

Saudara dan teman-temanku tercinta

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul : “**Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi atas Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Bus Pariwisata PO Jaya Indah Semarang)**”. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Penulisan skripsi ini tidak dapat mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Suharnomo, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak I Made Sukresna, SE., MSi., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasihat dan pengarahan kepada penulis hingga terselesainya skripsi ini.
3. Bapak Harjum Muharam, S.E., M.K. selaku dosen wali yang telah memberikan pengarahan kepada penulis.
4. Bapak dan ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis.
5. Seluruh responden yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian ini.

6. Kedua orang tua dan keluarga yang kusayangi dan yang telah memberikan dukungan, perhatian, doa, dan kasih sayang yang tidak ternilai.
7. Teman-teman Anggarin, Bramaseto, Bowo, Arie, Rizal, Gilang, Jendra, Fajar, Uud, Norman, Daksa, Edvin, Agus, Lia, serta seluruh teman-teman seperjuangan Manajemen Reguler 1 angkatan 2010 yang telah membantu memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini.
8. Semua teman-teman dari TK sampai kuliah yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
9. Teman-teman Majelis Dzikir dan Tasbih Indonesia atas dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Dan semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat penulis sebut satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Semarang, 4 Maret 2016

Penulis

Riyan Indra Pramana.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	9

1.4 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Loyalitas Konsumen	12
2.1.2 Kualitas Layanan	13
2.1.3 Persepsi Kualitas	17
2.1.4 Kepuasan Konsumen	23
2.2 Hubungan Antar Variabel	26
2.2.1 Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Konsumen.....	26
2.2.2 Hubungan Persepsi atas Harga dengan Kepuasan Konsumen	27
2.2.3 Hubungan Kualitas Layanan dengan Loyalitas Konsumen.....	28
2.2.4 Hubungan Persepsi atas Harga dengan Loyalitas Konsumen	29
2.2.5 Hubungan Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen.....	31
2.3 Penelitian Terdahulu	32
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	35
2.5 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	38
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	40

3.2.1 Populasi	40
3.2.2 Sampel	40
3.3 Jenis dan Sumber Data	41
3.3.1 Data primer	41
3.3.2 Data Sekunder	41
3.3.3 Metode Pengumpulan Data	42
3.4 Teknik Analisis Data	43
3.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
3.4.1.1 Uji Validitas	43
3.4.1.2 Uji Realiabilitas	44
3.4.2 Uji Asumsi Klasik	44
3.4.2.1 Uji Multikolinieritas	44
3.4.2.2 Uji Heterokedastisitas	45
3.4.2.3 Uji Normalitas	46
3.4.3 Uji Regresi Berganda	47
3.4.3.1 Pengujian Hipotesis	47
3.4.3.2 Uji Parameter Individual (Uji T)	48
3.4.3.3 Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)	48

3.4.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3.4.5 Uji Sobel.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	51
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	51
4.2 Gambaran Umum Responden	53
4.2.1 Kuesioner Responden	53
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	53
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	55
4.3 Analisis Hasil Penelitian	56
4.3.1 Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	57
4.3.1.1 Uji Validitas	57
4.3.1.2 Uji Realibilitas	58
4.3.2 Analisis Deskriptif.....	59
4.3.2.1 Jawaban Responden mengenai Kualitas Layanan	60
4.3.2.2 Jawaban Responden mengenai Persepsi atas Harga.....	62
4.3.2.3 Jawaban Responden mengenai Kepuasan Konsumen	64

4.3.2.4 Jawaban Responden mengenai Loyalitas Konsumen.....	67
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	69
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	69
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas	73
4.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	75
4.5 Persamaan Regresi	77
4.6 Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit).....	79
4.6.1 Hasil Uji F	79
4.6.2 Hasil Uji T	81
4.7 Koefisien Determinasi (R^2)	83
4.8 Uji Variabel Intervening (Uji Sobel).....	84
4.9 Hasil Analisis Regresi.....	90
4.10 Pembahasan.....	91
4.11 Pengaruh Mediasi.....	97
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Keterbatasan.....	101
5.3 Saran	102
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	102

5.3.2 Analisis Implikasi Kebijakan	102
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Bulanan Bus Pariwisata PO Jaya Indah.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	38
Tabel 4.1 Kategori Umur Responden.....	53
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.3 Jenis Pekerjaan Responden	55
Tabel 4.4 Tingkat Pengeluaran Responden.....	56
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas.....	57
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Realibilitas	58
Tabel 4.7 Tanggapan Responden mengenai Kualitas Layanan	60
Tabel 4.8 Deskripsi Indeks Jawaban atas Kualitas Layanan.....	61
Tabel 4.9 Tanggapan Responden mengenai Persepsi atas Harga	62
Tabel 4.10 Deskripsi Indeks Jawaban atas Persepsi atas Harga	64
Tabel 4.11 Tanggapan Responden mengenai Kepuasan Konsumen	65
Tabel 4.12 Deskripsi Indeks Jawaban atas Kepuasan Konsumen.....	66
Tabel 4.13 Tanggapan Responden mengenai Loyalitas Konsumen	67
Tabel 4.14 Daftar Indeks Jawaban atas Loyalitas Konsumen.....	68

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas Model 1	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas Model 2	74
Tabel 4.17 Hasil Regresi Model 1.....	77
Tabel 4.18 Regresi Model 2	78
Tabel 4.19 Hasil Uji f Model 1	79
Tabel 4.20 Hasil Uji f Model 2	80
Tabel 4.21 Hasil Uji t Model 1.....	81
Tabel 4.22 Hasil Uji t Model 2.....	82
Tabel 4.23 Hasil Koefisien Determinasi Model 1.....	83
Tabel 4.24 Hasil Koefisien Determinasi Model 2.....	84
Tabel 4.25 Koefisien Variabel Kualitas Layanan, Persepsi atas Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	85
Tabel 4.26 Koefisien Variabel Kualitas Layanan, Persepsi atas Harga, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	86
Tabel 4.27 Koefisien Variabel Kualitas Layanan, Persepsi atas Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	88
Tabel 4.28 Koefisien Variabel Kualitas Layanan, Persepsi atas Harga, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	36
Gambar 4.1 Histogram Kualitas Layanan dan Persepsi atas Harga terhadap Kepuasan Konsumen	70
Gambar 4.2 Histogram Kualitas Layanan, Persepsi atas Harga, Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	71
Gambar 4.3 Grafik Kurva Normal P-P Plot Kualitas Layanan dan Persepsi atas Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
Gambar 4.4 Grafik Kurva Normal P-P Plot Kualitas Layanan, Persepsi atas Harga , Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	73
Gambar 4.5 Uji Heterokedastisitas Kualitas Layanan dan Persepsi atas Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	75
Gambar 4.6 Uji Heterokedastisitas Kualitas Layanan, Persepsi atas Harga, Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	76
Gambar 4.7 Analisis Regresi.....	90
Gambar 4.8 Hasil Analisis Regresi Kualitas Layanan, Persepsi atas Harga terhadap Kepuasan Konsumen	92
Gambar 4.9 Hasil Analisis Regresi Kualitas Layanan Persepsi atas Harga terhadap Loyalitas Konsumen	93

Gambar 4.10 Hasil Analisis Regresi Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas

Konsumen 94

Gambar 5.1 Pengaruh Langsung Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen 100

Gambar 5.2 Pengaruh Tidak Langsung Kualitas Layanan terhadap Loyalitas

Konsumen..... 100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner dan Tabulasi Hasil Kuesioner	116
Lampiran B Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas	121
Lampiran C Hasil Uji Asumsi Klasik	124

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya jaman, transportasi di Indonesia semakin diperlukan bagi semua kalangan. Keberadaan sebuah sarana transportasi dalam kehidupan manusia menjadi cukup signifikan karena sebagai penunjang kelancaran kehidupan. Transportasi sangat dibutuhkan dalam kehidupan seseorang untuk menjalankan serangkaian aktifitas ketika melakukan perjalanan jarak dekat maupun jarak jauh. Hal tersebut terlihat dari berbagai perkembangan industri jasa dalam sektor transportasi yang terdiri dari maskapai penerbangan, kapal laut, kereta api, armada bus, serta jasa transportasi darat lainnya yang ada di Indonesia. Jasa transportasi sektor darat memiliki jumlah konsumen tertinggi dibanding transportasi udara dan laut (dephub.go.id , 2015)

Salah satu jenis jasa transportasi darat adalah Bus, dimana Bus yang beroperasi di Indonesia memiliki tiga jenis tipe transportasi yang didasarkan pada daerah atau wilayah yang dilaluinya , yaitu : Antar Kota Dalam Propinsi (AKDP), Antar Kota Antar Propinsi (AKAP) & pariwisata. jasa transportasi bus merupakan bentuk pelayanan jasa yang diberikan perusahaan kepada konsumen untuk

mengantarkan konsumen dari satu tempat ke tempat lain dengan memberikan tingkat pelayanan dan kepuasan yang terbaik selama perjalanan.

Dalam era saat ini semakin banyak PO yang mengubah diri mereka berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan tidak hanya fokus pada jasa transportasi darat saja (Antar Kota Antar Propinsi atau Dalam Propinsi atau Pariwisata), tetapi semakin mengembangkan sayapnya dengan merambah bidang usaha lain misalnya jasa titipan paket baik domestik, atau jasa Travel, hal ini telah dilakukan oleh beberapa perusahaan besar misalnya PO Pahala Kencana, PO Eka Sari Lorena, PO Rosalia Indah, dsb. Ini membuktikan persaingan Perusahaan Jasa transportasi darat khususnya bus semakin tahun semakin ketat dan tidak hanya berbentuk PO lagi tetapi telah menjelma menjadi perusahaan yang lebih besar lagi dengan berbentuk PT.

Semakin berkembangnya jumlah penduduk dan semakin besarnya minat masyarakat menggunakan jasa transportasi darat khususnya jasa transportasi bus untuk melakukan tour atau bepergian ke berbagai daerah, menyebabkan semakin banyak para pengusaha baru yang melirik peluang bisnis dalam bidang jasa transportasi bus dalam bentuk Perusahaan Otobus yang selanjutnya disebut PO. Hal ini diikuti pula dengan perkembangan usaha dalam bentuk jasa transportasi khususnya PO yang semakin pesat, ini dibuktikan dengan semakin banyaknya jumlah bus pariwisata yang singgah di objek daerah tujuan wisata dan semakin banyak PO baru yang bermunculan sehingga menyebabkan persaingan antar PO semakin ketat

dalam melayani Antar Kota Dalam Propinsi (AKDP), Antar Kota Antar Propinsi (AKAP), dan Pariwisata

. Melihat semakin pesatnya industri pariwisata di Indonesia pada salah satu provinsi di Jawa Tengah terdapat obyek wisata seperti Borobudur, Prambanan, Kopeng, Candi Mendut, Candi Gedongsongo, Baturaden, Dieng, Guci, Pantai Bandengan yang menarik untuk dikunjungi konsumen.

Di dalam aspek perekonomian, transportasi memiliki pengaruh yang sangat besar. Semakin berkembangnya perekonomian menuju arah globalisasi menuntut sebagian masyarakat melakukan mobilitas yang sangat tinggi, sehingga masyarakat akan semakin jeli menentukan pilihannya. Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan dan berusaha merebut minat konsumen untuk menggunakan produk dan atau jasa yang ditawarkan dari sebuah perusahaan transportasi. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini disebabkan kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa itu diberikan.

Kepuasan konsumen merupakan kunci keberhasilan perusahaan, hal itu mengingat dengan konsumen puas, maka konsumen tersebut akan loyal. Loyalitas konsumen diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Konsumen yang loyal adalah konsumen yang sangat puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan. Hal ini sesuai pernyataan Aacker (1987) dalam Maylina bahwa konsumen akan setia atau loyal terhadap suatu produk bila ia mendapatkan kepuasan dari produk

tersebut. Untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu system untuk memperoleh konsumen yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan konsumennya. Kepuasan dan loyalitas konsumen menjadi penting karena pada dasarnya perusahaan akan selalu berhadapan dengan dua macam konsumen yaitu konsumen baru dan konsumen lama. Oleh karena itu, mempertahankan konsumen adalah lebih penting dari pada menarik konsumen baru. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa transportasi, diantaranya adalah kualitas pelayanan dan persepsi atas harga.

Kualitas pelayanan dapat diartikan kepedulian perusahaan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan bersifat dinamis yaitu berubah menurut tuntutan konsumen. Semakin tinggi jasa transportasi dalam memberikan kualitas pelayanan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Hal ini sesuai pernyataan Lupiyoadi (2001) bahwa salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Untuk menilai kualitas pelayanan, para ahli pemasaran seperti Parasuraman, Zeithaml, Berry Tjiptono (2001) telah mengajukan 5 faktor yang digunakan dalam menilai kualitas jasa, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*.

Persepsi atas harga sangat menentukan kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa, karena besarnya tarif yang ditetapkan berkaitan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh konsumen. Semakin tingginya tarif akan

mengakibatkan penumpang harus berpikir dua kali dalam penggunaan jasa angkutan, demikian sebaliknya apabila tarif semakin rendah maka konsumen cenderung memanfaatkan sarana transportasi tanpa melakukan pertimbangan lebih banyak. Hal ini sesuai pernyataan Lupiyoadi (2001) bahwa harga merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Berawal pada saat tahun 1973, Bapak Anas dan Ibu Wartini membangun usahanya dengan mendirikan sebuah travel jurusan Semarang-Pekalongan kemudian pada tahun 1977 kemudian membuka travel jurusan Semarang- Purwokerto kemudian berkembang.

Dengan Ridho Allah SWT, pada tahun 1984 pemilik memutuskan untuk mengembangkan usahanya dengan membeli bus besar, jenis mesin mercedes benz dengan modal dari bank serta modal sendiri, beliau membeli bus tersebut dengan harga 45 juta rupiah di sebuah karoseri bus laksana di kota Ungaran Kabupaten Semarang.

Usaha berjalan dengan baik dan menjanjikan serta permintaan dari konsumen yang meningkat sehingga beliau memutuskan pada tahun 1986 membeli kembali sebuah bus dengan jenis yang sama pula. Dan itu dilakukan hingga saat ini.

Selama beroperasi dari tahun 1984 beliau memutuskan untuk membeli sebuah lahan letaknya di daerah pedurungan kidul yang nantinya di pergunakan untuk garasi atau pool bus tersebut. Pada tahun 1988 beliau membeli dengan harga 16 juta rupiah

dengan luas 1300 meter. Seiring perkembangan yang semakin pesat dan armada yang semakin besar beliau memutuskan untuk membeli kembali lahan di daerah Bangetayu seluas 800 meter dengan 400 juta rupiah.

Melihat perkembangan sarana transportasi yang semakin pesat serta permintaan konsumen yang meningkat beliau pada tahun 2009 membeli kembali satu unit armada bus besar jenis Mercedes Benz type 1518 dengan harga sasis sebesar Rp 525.000.000 serta harga karoseri di Morodadi Malang seharga Rp.300.000.000.

Pada tahun 2012 beliau membeli jenis mini bus dengan mesin Mitsubishi type PS 136 dengan total harga Rp 750.000.000 dan tahun 2013 beliau kembali membeli bus besar baru jenis Hino RK 260 dan satu mengkaroseri bus tahun 2007 dengan jumlah biaya mencapai Rp 2.000.000.000 dan jenis bus tersebut AC semua.

Tarif pada bus besar dengan jurusan Magelang beliau mematok harga Rp.2000.000 sedangkan Jogja beliau mematok harga sebesar Rp. 2.200.000 kapasitas seat 59,50,48. Dan bus medium jurusan Magelang mematok harga sebesar Rp 1500.000 dan Jogja perusahaan mematok harga sebesar Rp 1.900.000 dengan fasilitas yang diberikan kepada konsumen yaitu reclining seat, tv lcd, dvd, tape, karaoke, full ac. Dan pelayanan yang baik dan memuaskan.

Berikut adalah data yang menunjukkan jumlah konsumen bus pariwisata PO Jaya Indah pada tahun 2012-2014 sebagai berikut:

Tabel 1.1

Data Penjualan Bulanan Bus Pariwisata PO Jaya Indah di Tahun 2012-2014

Bulan	2012	2013	2014
Januari	Rp 109.677.675	Rp 107.622.875,00	Rp 69.487.688
Februari	Rp 56.222.876	Rp 54.233.937,50	Rp 37.265.688
Maret	Rp 95.452.875	Rp 91.523.625,00	Rp 133.718.750
April	Rp 115.231.355	Rp 113.620.812,50	Rp 67.461.375
Mei	Rp 252.721.428	Rp 237.938.397,50	Rp 225.503.750
Juni	Rp 346.928.563	Rp 335.593.462,50	Rp 353.965.438
Juli	Rp 217.776.375	Rp 173.789.125,00	Rp 53.861.813
Agustus	Rp 176.854.688	Rp 311.851.962,50	Rp 299.049.313
September	Rp 291.844.563	Rp 138.567.312,50	Rp 188.526.125
Oktober	Rp 181.832.563	Rp 127.195.812,50	Rp 113.539.313
November	Rp 74.362.750	Rp 138.160.875,00	Rp 155.552.125
Desember	Rp 265.916.313	Rp 221.810.937,50	Rp 215.911.000
Jumlah	Rp 2.184.822.020,00	Rp 2.051.909.135,00	Rp 1.913.842.375

Sumber: PO Jaya Indah 2014

Berdasarkan pada tabel data penjualan di atas diketahui bahwa terjadi penurunan pada jumlah penjualan pada bus pariwisata PO Jaya Indah dari tahun 2012 hingga tahun 2014. Penurunan tersebut disebabkan oleh beberapa masalah yang terjadi. Faktor tersebut dapat terjadi dari kondisi bus yang tidak beroperasi, dikarenakan mengalami kerusakan dan penetapan harga sewa yang tidak sesuai. Hal tersebut tentunya sangat berpengaruh terhadap konsumen yang tidak puas dengan kualitas layanan yang telah disediakan sehingga menyebabkan turunnya kepuasan konsumen dan berkurangnya loyalitas konsumen pada bus pariwisata PO Jaya Indah. Selanjutnya dalam tabel penjualan bulanan dapat dilihat bahwa terdapat beberapa bulan tertentu yang penjualannya tinggi dibandingkan oleh bulan yang lain, itu terjadi

karena pada bulan Mei dan Juni tersebut saat liburan akhir semester sekolah atau bulan Juli dan Agustus menjelang hari raya Idul Fitri.

Bus pariwisata PO Jaya Indah menyadari bahwa pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Kepuasan seseorang untuk tetap menggunakan jasa merupakan suatu proses yang kompleks sehingga dipengaruhi banyak faktor. Selain kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumennya, perusahaan juga harus mempunyai beberapa kelebihan seperti menetapkan standar kualitas yang memuaskan bagi konsumen, dapat memenuhi apa yang menjadi harapan para konsumen, sehingga para konsumen akan tetap loyal menggunakan produk jasa tersebut. Selain itu juga perlu adanya usaha pemasaran, yaitu berupa melalui media sosial (*Facebook, Line, Whats Up*), dan melalui iklan yang berupa brosur, poster, pamphlet serta melalui word of mouth dari konsumen yang telah menggunakan dan karyawan PO Jaya Indah. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan konsumen. Hal tersebut menjadi latar belakang dalam melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI ATAS HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN BUS PARIWISATA PO JAYA INDAH SEMARANG.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan data jumlah konsumen yang diperoleh menunjukkan suatu masalah bahwa terjadi penurunan maka menyebabkan berkurangnya jumlah pendapatan bus pariwisata PO Jaya Indah. Dari masalah penelitian tersebut maka dimunculkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi bus pariwisata PO Jaya Indah ?
2. Bagaimana pengaruh persepsi atas harga sewa terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi bus pariwisata PO Jaya Indah ?
3. Bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi bus pariwisata PO Jaya Indah ?
4. Bagaimana pengaruh langsung dan tidak langsung antara persepsi atas harga sewa terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi bus pariwisata PO Jaya Indah ?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pengguna jasa transportasi bus pariwisata PO Jaya Indah ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan tentunya memiliki tujuan-tujuan tertentu. Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi bus pariwisata PO Jaya Indah.
2. Menganalisis pengaruh persepsi atas harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi bus pariwisata PO Jaya Indah.
3. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa transportasi bus pariwisata PO Jaya Indah.
4. Menganalisis pengaruh persepsi atas harga terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa transportasi bus pariwisata PO Jaya Indah.
5. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa transportasi bus pariwisata PO Jaya Indah.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baik kalangan akademis (mahasiswa) maupun masyarakat umum terutama yang berkaitan tentang loyalitas konsumen.

2. Manfaat praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan objektif berupa kajian/penelitian mengenai permasalahan aktual yang terjadi khususnya pada permasalahan yang berkaitan dengan strategi yang harus dilakukan perusahaan jasa untuk meningkatkan pelayanan (*service*) kepada konsumen serta dapat

digunakan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

1.5. Sistematika penulisan

Untuk mengetahui secara jelas isi dari skripsi ini maka sistematika penulisan disusun sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan pustaka

Bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir serta hipotesis.

Bab III : Metode penelitian

Bab ini berisi penentuan sampel, sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, jenis dan, metode analisis serta uji hipotesis.

Bab IV : Hasil dan pembahasan

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan, deskripsi obyek penelitian, hasil analisis data, pengujian hipotesis serta pembahasannya.

Bab V : Penutup

Berisi kesimpulan dan saran yang sesuai dengan penelitian.