

**Pengaruh Kepuasan Atas Dimensi Kualitas Pelayanan  
Transportasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada  
CV. Tranex Mandiri (Padang-Bukittinggi)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh:  
Doni Efrianto  
43059/2003  
Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2008**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

### **Pengaruh Kepuasan Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Transportasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Tranex Mandiri (Padang-Bukittinggi)**

**Nama : Doni Efrianto**  
**Nim/Bp : 43059/2003**  
**Program Studi : Manajemen**  
**Keahlian : Pemasaran**  
**Fakultas : Ekonomi**

**Padang, Maret 2008**

**Disetujui Oleh:**

**Pembimbing I**

**Dr. Susi Evanita, MS**  
**NIP. 131 668 038**

**Pembimbing II**

**Abror, SE, ME**  
**NIP. 132 230 421**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

**Dinyatakan lulus Ujian Skripsi Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang**

**Judul : Pengaruh Kepuasan Atas Dimensi Kualitas Pelayanan  
Transportasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV.  
Tranex Mandiri (Padang-Bukittinggi)**

**Nama : Doni Efrianto**

**Nim/Bp : 43059/2003**

**Program Studi : Manajemen**

**Keahlian : Pemasaran**

**Fakultas : Ekonomi**

**Padang, Maret 2008**

### **Tim Penguji**

|                      | <b>Nama</b>                              | <b>Tanda Tangan</b> |
|----------------------|--|---------------------|
| <b>1. Ketua</b>      | <b>: Dr. Susi Evanita, MS</b>            | <b>1. _____</b>     |
| <b>2. Sekretaris</b> | <b>: Abror, SE, ME</b>                   | <b>2. _____</b>     |
| <b>3. Anggota</b>    | <b>: Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs, Msi</b> | <b>3. _____</b>     |
| <b>4. Anggota</b>    | <b>: Rosyeni Rasyid, SE, ME</b>          | <b>4. _____</b>     |
| <b>5. Anggota</b>    | <b>: Firman, SE</b>                      | <b>5. _____</b>     |

## ABSTRAK

**Doni Efrianto (43059/2003): Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Transportasi Terhadap Loyalitas pelanggan Pada CV. Tranex Mandiri (Padang-Bukittinggi). Skripsi Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang. Dibawah bimbingan Ibuk Dr. Susi Evanita, MS dan Bapak Abror, SE, ME.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Sejauh mana pengaruh kepuasan atas dimensi bukti fisik (*Tangibles*) terhadap loyalitas pelanggan Transportasi CV. Tranex Mandiri (Padang-Bukittinggi) (2) Sejauh mana pengaruh kepuasan atas dimensi keandalan (*Reliability*) terhadap loyalitas pelanggan Transportasi CV. Tranex Mandiri (Padang-Bukittinggi) (3) Sejauh mana pengaruh kepuasan atas dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap loyalitas pelanggan Transportasi CV. Tranex Mandiri (Padang-Bukittinggi) (4) Sejauh mana pengaruh kepuasan atas dimensi jaminan (*Assurance*) terhadap loyalitas pelanggan Transportasi CV. Tranex Mandiri (Padang-Bukittinggi) (5) Sejauh mana pengaruh kepuasan atas dimensi empati (*Emphaty*) terhadap loyalitas pelanggan Transportasi CV. Tranex Mandiri (Padang-Bukittinggi)

Jenis penelitian ini digolongkan kepada penelitian kausatif. Tempat dan waktu penelitian adalah di kantor perwakilan CV. Tranex Mandiri jalan Sumatera Komplek Indah Theatre Ulak Karang Padang yang dilaksanakan dari bulan Januari-Februari 2008. Jenis data adalah data kuantitatif dan kualitatif dengan teknik pengumpulan data dengan wawancara dan kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif dan induktif yang terdiri dari analisis regresi berganda, uji t, uji Multikolinearitas, dan uji Normalitas.

Hasil penelitian menunjukan bahwa kepuasan atas dimensi bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri. Kepuasan atas keandalan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri. Kepuasan atas daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri. Kepuasan atas jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri. Dan kepuasan atas dimensi jaminan berpengaruh signifiakn terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka disarankan (1) Agar pihak CV. Tranex mandiri lebih meningkatkan pelayanan untuk penyediaan toilet dan meningkatkan kebersihan toilet, selain toilet pihak CV. Tranex Mandiri hendaknya juga meningkatkan pelayanan pada kebersihan loket, ruang ibadah, warung atau mini market dan melengkapi sarana komunikasi di loket seperti telepon umum. (2) Agar pihak CV. Tranex Mandiri lebih meningkatkan pelayanan pada lamanya perjalanan dari Padang-Bukittinggi agar pelanggan merasa lebih puas dari segi ketepatan waktu

yang dimiliki pihak CV. Tranex Mandiri. (3) CV. Tranex Mandiri tidak perlu meningkatkan pelayanan atas dimensi daya tanggap dan dimensi jaminan, seperti kecepatan tanggapan karyawan dan sopir membantu penumpang menaiki mobil (anak-anak, orang tua, orang sakit) karena tidak efektif dilakukan dan tidak akan mempengaruhi loyalitas pelanggan. (4) Agar pihak CV. Tranex Mandiri lebih meningkatkan pemahaman perusahaan atau karyawan dan sopir terhadap kebutuhan dan keinginan para pelanggannya. (5) Agar pihak CV. Tranex Mandiri selalu menjaga konsistensi kualitas pelayanan yang telah mereka capai atau yang telah mereka hasilkan seperti keluasan tempat duduk mobil, desain interior mobil Tranex Mandiri, kedinginan AC mobil Tranex Mandiri, kelengkapan seragam karyawan dan kenyamanan penumpang selama di perjalanan.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis sembahkan kehadiran Allah SWT, atas karunia yang dilimpahkan sebagai sumber dari segala solusi dan rahmat yang dicurahkan sebagai peneguh hati, penguat niat sampai akhirnya penulis dapat menuntaskan skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Kepuasan Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Transportasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Tranex Mandiri (Padang-Bukittinggi)”*** Shalawat kepada nabi Muhammad SAW, dian dalam kegelapan dan pelopor kemajuan umat di muka bumi.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang. Dalam pembuatan dan penyusunan skripsi ini penulis telah banyak diberi motivasi, arahan, bimbingan dan nasehat oleh berbagai pihak. Pada kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Orang tua tercinta yang telah memberikan bantuan moril dan materil pada penulis dalam mengikuti studi dan penyelenggaraan skripsi ini.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang Bapak Prof. Dr. Syamsul Amar B.MS yang telah memberikan fasilitas dan izin dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Susi Evanita, MS, sebagai ketua program Studi Manajemen dan sekaligus sebagai pembimbing I yang telah banyak membantu, dengan ikhlas dan tulus memberikan bimbingan, semangat, dan kemudahan kepada penulis untuk mencapai yang terbaik.
4. Bapak Abror, SE, ME, sebagai pembimbing II yang telah dengan ikhlas dan tulus serta sabar memberikan bimbingan, arahan dan semangat kepada penulis untuk mencapai yang terbaik.

5. Bapak Drs. Zulfahmi, Dipl. IT, sebagai penasehat akademik yang telah dengan ikhlas, tulus, dan sabar memberikan bimbingan, arahan dan semangat kepada penulis untuk mencapai yang terbaik.
6. Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan sarannya demi kesempurnaan skripsi ini. 1) Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Msi 2) Ibuk Rosyeni Rasyid, SE, ME dan 3) Bapak Firman, SE.
7. Bapak dan Ibuk Dosen staf pengajar serta karyawan di Fakultas Ekonomi UNP yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di Universitas Negeri Padang.
8. Bapak Drs. Akhirmen, M.si, yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis.
9. Bapak Pimpinan CV. Tranex Mandiri beserta karyawan yang telah membantu dan memberikan kemudahan kepada penulis selama melaksanakan penelitian.
10. Teman-teman Program studi Manajemen angkatan 2003 yang selama ini telah memberi penulis semangat dan motivasi.

Di penghujung kata penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap pihak dan penulis berharap kritik dan saran dari pembaca demi kelengkapan skripsi ini. Semoga bantuan, kritikan dan saran yang telah di berikan menjadi catatan positif bagi penulis.

Padang, Mei 2008

Penulis

**Doni Efrianto**

## DAFTAR ISI

### Halaman

#### HALAMAN JUDUL

#### HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>ABSTRAK .....</b>   | <b>i</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                   | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                       | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                    | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                    | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                                  | <b>ix</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang Masalah.....                               | 1           |
| B. Identifikasi Masalah.....                                 | 8           |
| C. Pembatasan Masalah .....                                  | 9           |
| D. Perumusan Masalah .....                                   | 10          |
| E. Tujuan Penelitian .....                                   | 10          |
| F. Manfaat Penelitian .....                                  | 11          |
| <b>BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL</b>              |             |
| <b>DAN HIPOTESIS .....</b>                                   | <b>12</b>   |
| A. Kajian Teori .....  | 12          |
| 1. Loyalitas .....   | 12          |
| 1. Pengertian Loyalitas .....                                | 12          |
| 2. Indikator Loyalitas .....                                 | 17          |
| 2. Kepuasan Pelanggan .....                                  | 19          |
| 1. Pengertian Kepuasan.....                                  | 19          |
| 2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....                       | 21          |
| 3. Konsep Kualitas Jasa.....                                 | 23          |
| 4. Hubungan Kepuasan Atas Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas . | 31          |



|  |           |
|--|-----------|
| B. Kerangka Konseptual .....                       | 35        |
| C. Hipotesis.....                                  | 38        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>             | <b>39</b> |
| A. Ruang Lingkup Penelitian.....                   | 39        |
| B. Tempat dan Waktu Penelitian .....               | 39        |
| C. Populasi Penelitian Dan Sampel Penelitian ..... | 39        |
| D. Jenis Dan Sumber Data .....                     | 41        |
| E. Teknik Pengumpulan Data.....                    | 41        |
| F. Definisi Operasional .....                      | 42        |
| G. Instrumen Penelitian .....                      | 48        |
| H. Pengujian Instrumen Penelitian.....             | 49        |
| I. Teknik Analisis Data.....                       | 51        |
| <b>BAB IV HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....</b>     | <b>56</b> |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....            | 56        |
| 1. Sejarah Perusahaan.....                         | 56        |
| 2. Struktur Organisasi Perusahaan .....            | 58        |
| B. Temuan .....                                    | 60        |
| 1. Karakteristik Responden .....                   | 60        |
| 2. Deskripsi Variabel Penelitian.....              | 63        |
| C. Pembahasan .....                                | 84        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>               | <b>92</b> |
| A. Simpulan .....                                  | 92        |
| B. Saran.....                                      | 93        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                              |           |

## DAFTAR TABEL

| Tabel   | Halaman |
|---|---------|
| 1.1 Perkembangan Market Share (MS) Dan Perkembangan Jumlah Penumpang Transportasi (Padang-Bukittinggi) Pada Mobil AKDP Kelas Mini Bus Eksekutive Tahun 2007 ..... | 5       |
| 1.2 Perkembangan Jumlah Mobil dan Jumlah Penumpang CV Tranex Mandiri Trayek (Padang-Bukittinggi) Tahun 2007 .....   | 7       |
| 3.1 Definisi Operasional .....  | 45      |
| 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....   | 60      |
| 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....  | 61      |
| 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....   | 61      |
| 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan .....   | 62      |
| 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....  | 62      |
| 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas .....   | 64      |
| 4.7 Distribusi Frekuensi Bukti Fisik .....  | 66      |
| 4.8 Distribusi Frekuensi Keandalan .....  | 69      |
| 4.9 Distribusi Frekuensi Daya Tanggap .....   | 71      |
| 4.10 Distribusi Frekuensi Jaminan .....   | 74      |
| 4.11 Distribusi Frekuensi Empati .....  | 76      |
| 4.12 Uji Multikolinearitas .....  | 79      |
| 4.13 Coefficients .....   | 80      |

## DAFTAR GAMBAR

| <b>Gambar</b>   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| 2.1 Model Pengukuran Kepuasan dan Loyalitas .....           | 15             |
| 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan .....                         | 20             |
| 2.3 Hubungan antara kualitas Jasa Dan Minat Berprilaku..... | 27             |
| 2.4 Model Kualitas Jasa .....                               | 30             |
| 4.1 Sruktur Organisasi CV. Tranex Mandiri.....              | 58             |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### **Lampiran**

1. Angket Penelitian
2. Uji Validitas Dan Reliabilitas
3. Tabulasi Data
4. Tabel Frekuensi
5. Hasil Analisis Regresi
6. Surat Izin Penelitian

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dengan semakin banyaknya barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak, dengan demikian kekuatan tawar menawar konsumen menjadi lebih besar. Hak-hak konsumen pun mulai mendapat perhatian besar terutama aspek keamanan dalam memakai barang atau jasa tertentu. Persaingan semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menyebabkan setiap perusahaan harus menetapkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, dengan terciptanya kepuasan pelanggan akan memberikan manfaat yang berarti bagi perusahaan yaitu hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis yang memberikan kesan baik kepada pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, sehingga terciptanya loyalitas pelanggan, dengan terciptanya loyalitas akan memberikan manfaat yang banyak pada perusahaan, selain meningkatkan laba perusahaan, pelanggan yang loyal juga akan merekomendasikan dari mulut ke mulut terhadap suatu barang atau jasa yang telah mereka terima atau rasakan.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pelayanan yang diberikan kepada pelanggan merupakan hal utama yang harus diperhatikan, oleh karena itu kita harus memperlakukan pelanggan atau pengguna jasa sebaik mungkin.

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi setiap jenis usaha, terutama usaha yang menawarkan jasa dimana tidak ada produk riil yang diperjualbelikan secara langsung sebagai pemuas kebutuhan sebagaimana dalam usaha jenis lain yang menawarkan benda sebagai pemuas kebutuhan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama setiap perusahaan, yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Kualitas jasa yang baik adalah jasa yang diberikan kepada pelanggan lebih baik atau tinggi kualitasnya dibandingkan pesaingnya, cara mencapainya adalah dengan memenuhi atau bahkan melampaui kualitas jasa yang diharapkan oleh para pelanggan.

Kemajuan teknologi yang sangat pesat dalam era globalisasi menjadikan informasi dapat diperoleh dengan cepat dan perusahaan saling berlomba menguasai teknologi komunikasi sesuai dengan spesifikasi informasi yang mereka butuhkan. Mengingat informasi adalah kunci kemajuan perusahaan, penguasaan informasi menjadikan perusahaan mampu bertahan dan bersaing dalam intensitas yang semakin ketat. Pada kondisi saat ini, dimana persaingan semakin ketat dan kompetitif menuntut suatu kerja keras bagi perusahaan jasa angkutan penumpang agar mampu bertahan dan sukses dalam memenangkan persaingan.

Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perusahaan angkutan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini, dapat

dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan, harga dan promosi diantara sekian banyaknya perusahaan angkutan.

Dalam hal ini CV Tranex Mandiri merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi yang melayani trayek ke beberapa daerah, salah satunya adalah trayek Padang - Bukittinggi, CV Tranex Mandiri ini merupakan anak perusahaan dari PO.Transport Exspress dimana perusahaan ini didirikan pada tahun 1977 sedangkan CV Tranex Mandiri ini mulai dibuka pada tanggal 6 Mei 2006.

Pada saat ini dengan semakin meningkatnya tingkat kehidupan dan tingkat pendapatan masyarakat menyebabkan tingkat mobilitas penduduk dari satu daerah ke daerah lain semakin meningkat pula, hal itu dapat kita lihat dari fenomena yang ada dimana pengguna jasa transportasi trayek Padang - Bukittinggi ramai, mulai dari para pekerja, mahasiswa serta masyarakat umum lainnya.

Namun disini CV Tranex Mandiri bukan satu-satunya produsen yang melayani dan memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut, tetapi banyak produsen lainnya yang menawarkan jasa yang serupa. Ketatnya persaingan dalam meraih pangsa pasar menuntut agar CV Tranex Mandiri memberikan jasa yang berkualitas pada pelanggan dimana kualitas pelayanan ini dapat dilihat dari lima dimensi kualitas jasa yakni dimensi bukti fisik yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi seperti desain interior mobil CV. Tranex Mandiri, pengharum dalam mobil CV. Tranex Mandiri dan dimensi yang kedua adalah dimensi keandalan yaitu kemampuan

pihak CV. Tranex Mandiri memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan seperti keberangkatan mobil sesuai dengan jadwal yang ditentukan kemudian dimensi yang ketiga adalah dimensi daya tanggap yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap seperti kecepatan tanggapan karyawan menanggapi keluhan penumpang misalnya AC yang lupa dihidupkan selanjutnya dimensi jaminan yakni mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya oleh staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan seperti kehati-hati sopir mengemudi mobil kemudian dimensi empati yakni meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan seperti kemudahan penumpang memesan tiket. Apabila pihak CV. Tranex Mandiri mampu memberikan pelayanan yang baik atas kelima dimensi kualitas jasa tersebut dengan kata lain mampu mencapai atau memenuhi harapan pelanggan maka hal itu akan dapat membuat pelanggan merasa puas, jika kepuasan pelanggan sudah tercipta maka akan dapat menimbulkan persepsi atau kesan yang baik sehingga nantinya bisa melahirkan pelanggan yang loyal.

Dari bulan Mei 2006 sampai pada bulan Juli 2007 CV. Tranex Mandiri memegang pangsa pasar 100% karena CV. Tranex Mandiri merupakan satu-satunya perusahaan yang bergerak di kelas transportasi AKDP (Antar Kota Dalam Provinsi) jenis mini bus eksekutif. Untuk lebih jelasnya lihat tabel dibawah ini:



**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Market share (MS) dan Perkembangan jumlah penumpang transportasi (Padang-Bukittinggi) Pada mobil AKDP (Antar Kota Dalam Provinsi) kelas mini bus eksekutive tahun 2007**

| No | Bulan     | Keterangan                           | Tranex          | ANS           | Sakato        | CAN            | Penjualan industri |
|----|-----------|--------------------------------------|-----------------|---------------|---------------|----------------|--------------------|
| 1. | Januari   | Jumlah penumpang<br>Market share(MS) | 5712<br>100%    | -<br>-        | -<br>-        | -<br>-         | 5712<br>100%       |
| 2  | Februari  | Jumlah penumpang<br>Market share(MS) | 6480<br>100%    | -<br>-        | -<br>-        | -<br>-         | 6480<br>100%       |
| 3  | Maret     | Jumlah penumpang<br>Market share(MS) | 7561<br>100%    | -<br>-        | -<br>-        | -<br>-         | 7561<br>100%       |
| 4  | April     | Jumlah penumpang<br>Market share(MS) | 8645<br>100%    | -<br>-        | -<br>-        | -<br>-         | 8645<br>100%       |
| 5  | Mei       | Jumlah penumpang<br>Market share(MS) | 8940<br>100%    | -<br>-        | -<br>-        | -<br>-         | 8940<br>100%       |
| 6  | Juni      | Jumlah penumpang<br>Market share(MS) | 9184<br>100%    | -<br>-        | -<br>-        | -<br>-         | 9184<br>100%       |
| 7  | Juli      | Jumlah penumpang<br>Market share(MS) | 11242<br>100%   | -<br>-        | -<br>-        | -<br>-         | 11242<br>100%      |
| 8  | Agustus   | Jumlah penumpang<br>Market share(MS) | 12750<br>96.57% | -<br>-        | 453<br>3.43%  | -<br>-         | 13203<br>100%      |
| 9  | September | Jumlah penumpang<br>Market share(MS) | 13500<br>77.58% | -<br>-        | 975<br>5.61%  | 2925<br>16.81% | 17400<br>100%      |
| 10 | Oktober   | Jumlah penumpang<br>Market share(MS) | 14421<br>69.25% | 95<br>0.47%   | 1920<br>9.22% | 4387<br>21.06% | 20824<br>100%      |
| 11 | November  | Jumlah penumpang<br>Market share(MS) | 13759<br>69.54% | 1610<br>8.13% | 1145<br>5.78% | 3271<br>16.55% | 19785<br>100%      |

(Sumber)    -CV.Tranex Mandiri        - PO. CAN  
                   -PO.ANS                        - Data diolah  
                   -PO. Sakato

Dari tabel 1.1 diatas dapat terlihat bahwa pada bulan Januari 2007 sampai bulan Juli 2007, CV. Tranex Mandiri menguasai pangsa pasar sebesar seratus persen (100%) karena pada waktu tersebut CV. Tranex Mandiri merupakan satu-satunya perusahaan transportasi AKDP (Antar Kota Dalam Provinsi) di kelas mini bus eksekutif. Akan tetapi pada bulan Agustus muncul pesaing dari CV. Tranex Mandiri yaitu PO. Sakato, sehingga pangsa pasar dari CV. Tranex Mandiri berkurang menjadi 96.57%. dan pada bulan September muncul satu pesaing lagi yaitu PO. CAN (Citra Aroma Niaga) serta pada bulan Oktober PO. ANS memasuki kelas mobil mini bus eksekutif. Sehingga persaingan transportasi AKDP (Antar Kota Dalam Provinsi) kelas mini bus eksekutif Padang menuju Bukittinggi semakin ketat, dan secara tidak langsung market share atau pangsa pasar yang dimiliki oleh CV. Tranex Mandiri semakin berkurang karena pelanggan atau konsumen transportasi memiliki banyak pilihan untuk naik mobil kelas mini bus eksekutif dan CV. Tranex Mandiri bukan lagi satu-satunya perusahaan AKDP (Antar Kota Dalam Provinsi) di kelas mini bus eksekutif.

Untuk mengetahui perkembangan penjualan dan jumlah mobil CV. Tranex Mandiri trayek Padang – Bukittinggi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel. 1.2**  
**Perkembangan Jumlah Mobil dan Jumlah Penumpang CV. Tranex Mandiri**  
**Trayek Padang – Bukittinggi Tahun 2007**

| <b>Bulan</b> | <b>Mobil<br/>(unit)</b> | <b>Penjualan<br/>Perusahaan (org)</b> | <b>Persentase<br/>Penjualan (%)</b> |
|--------------|-------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| Januari      | 14                      | 5712                                  | -                                   |
| Februari     | 18                      | 6480                                  | 13.46                               |
| Maret        | 18                      | 7561                                  | 16.68                               |
| April        | 18                      | 8645                                  | 14.33                               |
| Mei          | 18                      | 8940                                  | 3.41                                |
| Juni         | 18                      | 9184                                  | 2.72                                |
| Juli         | 24                      | 11242                                 | 22.40                               |
| Agustus      | 24                      | 12750                                 | 13.41                               |
| September    | 24                      | 13500                                 | 5.88                                |
| Oktober      | 30                      | 14421                                 | 6.82                                |
| November     | 30                      | 13759                                 | -4.59                               |

(Sumber) CV. Tranex Mandiri

Dari tabel 1.2 diatas terlihat bahwa jumlah mobil CV. Tranex Mandiri pada bulan Januari 2007 berjumlah sebanyak 14 unit, kemudian pada bulan Februari mobil bertambah sebanyak 4 unit menjadi 18 unit, pada bulan Juli terjadi lagi penambahan mobil sebanyak 6 unit menjadi 24 unit dan pada bulan Oktober CV. Tranex Mandiri menambah lagi mobilnya sebanyak 6 unit sehingga menjadi 30 unit.

Pada kolom penjualan perusahaan terlihat bahwa penjualan terus mengalami peningkatan dari bulan ke bulan, peningkatan penjualan yang cukup tinggi terlihat pada bulan Juli yaitu sebanyak 11242 orang, dan pada bulan November jumlah penumpang CV. Tranex mandiri mengalami

penurunan dari bulan sebelumnya yaitu dari 14421 orang menjadi 13759 orang. Dan pada kolom persentase terlihat bahwa adanya peningkatan dan penurunan persentase penjualan dimana pada bulan Mei penurunan persentase cukup jauh yakni dari 14.33% menjadi 3.41% dan persentase yang cukup tinggi terjadi peningkatannya yaitu pada bulan Juli sebesar 22.40%, dan pada bulan November terjadi penurunan persentase jumlah penumpang yaitu sebesar -4.59%.

Berdasarkan pada uraian diatas, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang sejauh mana pengaruh dimensi kualitas pelayanan transportasi terhadap loyalitas pelanggan, untuk itu penulis mengangkat judul penelitian ini dan menyajikannya dalam bentuk skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Kepuasan Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Transportasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Tranex Mandiri (Padang-Bukittinggi)”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Sehubungan dengan latar belakang masalah dan judul penelitian yang telah dirumuskan, maka ada beberapa masalah yang ada pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan, dimana pihak CV Tranex Mandiri hendaknya mengetahui persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak CV. Tranex Mandiri itu sendiri, apakah pelanggan memiliki persepsi yang baik atau kurang baik terhadap pelayanan yang diberikan oleh CV. Tranex Mandiri, dan pada bulan Agustus sampai bulan Oktober pangsa pasar CV. Tranex Mandiri

mengalami penurunan dan hal itu merupakan masalah bagi pihak CV. Tranex Mandiri karena mengapa pangsa pasar tranex Mandiri mengalami penurunan, apakah hal tersebut disebabkan oleh adanya pesaing baru dari CV. Tranex Mandiri atau pelayanan dari CV. Tranex Mandiri itu sendiri yang mengalami penurunan sehingga pelanggan merasa kurang puas terhadap pelayanan yang mereka terima. Dan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri hendaknya memberikan jasa yang berkualitas pada pelanggan, dimana kualitas jasa itu terdiri dari lima dimensi yakni dimensi bukti fisik (*Tangibles*), dimensi keandalan, (*Reliability*), dimensi daya tanggap (*Responsiveness*), dimensi jaminan (*Assurance*), dan dimensi empati (*Emphaty*). Namun disini pihak CV. Tranex Mandiri hendaknya mempertimbangkan apakah kelima dimensi kualitas jasa tersebut berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Apabila tidak berpengaruh maka peningkatan kualitas jasa yang dilakukan oleh pihak CV. Tranex Mandiri akan menjadi sia-sia karena biaya yang dikeluarkan untuk meningkatkan kualitas jasa tersebut tidak mampu meningkatkan loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri tersebut. Kemudian C.V Tranex Mandiri harus membuat kebijakan yang tepat dan strategi baru dalam memberikan pelayanan pada pelanggan dalam rangka memepertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan pada identifikasi masalah diatas mengingat keterbatasan pengetahuan dan kesempatan penulis dalam melakukan penelitian maka

permasalahan yang akan diteliti, penulis batasi pada kelima dimensi kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Emphaty*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan transportasi CV. Tranex Mandiri (Padang-Bukittinggi).

#### **D. Perumusan Masalah**

1. Sejauh mana pengaruh kepuasan atas dimensi bukti fisik (*tangibles*) terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri (Padang - Bukittinggi)?
2. Sejauh mana pengaruh kepuasan atas dimensi keandalan (*reliability*) terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri (Padang - Bukittinggi)?
3. Sejauh mana pengaruh kepuasan atas dimensi daya tanggap (*responsiveness*) terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri (Padang - Bukittinggi)?
4. Sejauh mana pengaruh kepuasan atas dimensi jaminan (*assurance*) terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri (Padang - Bukittinggi)?
5. Sejauh mana pengaruh kepuasan atas dimensi empati (*emphaty*) terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri (Padang - Bukittinggi)?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Pengaruh kepuasan atas dimensi bukti fisik (*tangibles*) terhadap loyalitas pelanggan transportasi CV. Tranex Mandiri (Padang – Bukittinggi).

2. Pengaruh kepuasan atas dimensi keandalan (*reliability*) terhadap loyalitas pelanggan transportasi CV. Tranex Mandiri (Padang – Bukittinggi).
3. Pengaruh kepuasan atas dimensi daya tanggap (*responsiveness*) terhadap loyalitas pelanggan transportasi CV. Tranex Mandiri (Padang – Bukittinggi).
4. Pengaruh kepuasan atas dimensi jaminan (*assurance*) terhadap loyalitas pelanggan transportasi CV. Tranex Mandiri (Padang – Bukittinggi).
5. Pengaruh kepuasan atas dimensi empati (*emphaty*) terhadap loyalitas pelanggan transportasi CV. Tranex Mandiri (Padang – Bukittinggi).

#### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Penulis sendiri yaitu sebagai proses belajar dalam melakukan penelitian atas ilmu yang telah penulis terima di bangku perkuliahan dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di Fakultas Ekonomi
2. Bagi ilmu pengetahuan, sebagai salah satu pengembangan ilmu pengetahuan bidang manajemen pemasaran.
3. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan dalam meningkatkan pelayanan pada pelanggan di masa yang akan datang.
4. Masyarakat umum yaitu sebagai sumbangsih informasi dan pengetahuan bagi yang mungkin punya rencana untuk mendirikan perusahaan transportasi.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan uraian dan analisis hasil penelitian maka dalam bagian ini akan dikemukakan beberapa kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan masalah loyalitas pelanggan yaitu: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri.

#### **A. Simpulan**

1. Kepuasan atas dimensi bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri
2. Kepuasan atas keandalan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri.
3. Kepuasan atas daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri.
4. Kepuasan atas jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri
5. Kepuasan atas empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan CV. Tranex Mandiri.



## **B. SARAN**

Bertitik tolak dari hasil analisis penelitian ini masih terdapat kelemahan-kelemahan. Maka berdasarkan pada kesempatan ini penulis menyarankan beberapa hal agar CV. Tranex Mandiri mampu meningkatkan loyalitas pelanggannya. yaitu:

1. Agar pihak CV. Tranex mandiri lebih meningkatkan pelayanan untuk penyediaan toilet dan meningkatkan kebersihan toilet, selain toilet pihak CV. Tranex Mandiri hendaknya juga meningkatkan pelayanan pada kebersihan loket, ruang ibadah, warung atau mini market dan melengkapi sarana komunikasi di loket seperti telepon umum.
2. Agar pihak CV. Tranex Mandiri lebih meningkatkan pelayanan pada lamanya perjalanan dari Padang-Bukittinggi agar pelanggan merasa lebih puas dari segi ketepatan waktu yang dimiliki pihak CV. Tranex Mandiri.
3. CV. Tranex Mandiri tidak perlu meningkatkan lagi pelayanan atas dimensi daya tanggap dan dimensi jaminan, seperti kecepatan tanggapan karyawan dan sopir membantu penumpang menaiki mobil (anak-anak, orang tua, orang sakit) karena tidak efektif dilakukan dan tidak akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.
4. Agar pihak CV. Tranex Mandiri lebih meningkatkan pemahaman perusahaan atau karyawan dan sopir terhadap kebutuhan dan keinginan para pelanggannya.

5. Agar pihak CV. Tranex Mandiri selalu menjaga konsistensi kualitas pelayanan yang telah mereka capai atau yang telah mereka hasilkan seperti keluasan tempat duduk mobil, desain interior mobil Tranex Mandiri, kedinginan AC mobil Tranex Mandiri, kelengkapan seragam karyawan dan kenyamanan penumpang selama di perjalanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2004). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Cetakan ke 8*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Darmaisutri, (2003). Analisis Loyalitas Pelanggan Bahan Bangunan Pada Toko Banio Padang. *Tesis MM*. UNP.
- Hair, Joseph F.Jr.Rolph E Anderson,R L Tatham, dan W C Black.(1998). *Multivariate Data Analysis: Fith Edision*. Upper Saddle River New Jersey: Prentice Hall international.
- Idris. (2007). *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif Dengan Program SPSS*. Padang: Program Magister Manajemen UNP.
- Istijanto. (2005). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid II*. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- . (1999). *Manajemen Pemasaran I*. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Prehalindo.
- Kuncoro, Mudrajad. (2003). *Metode Riset Untuk bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Masri. (2007). Pengaruh Kepuasan Atas Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Service Mobil Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Elang Perkasa Motor Padang. *Skripsi* UNP Tidak Dipublikasikan.
- Rangkuti, Freddy (2003). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- . (1999). *Riset Pemasaran*. Cetakan ketiga. Jakarta: Gramedia
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Alfa beta.