

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Masing-masing dimensi pada kualitas jasa akan diteliti pengaruhnya pada kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dan juga meneliti pengaruh kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan.

Penelitian pendahuluan dilakukan pada pelanggan jalan tol yang ada di Jakarta dengan menyebar kuesioner sebanyak 50 eksemplar. Berdasarkan analisis faktor didapatkan 27 pertanyaan tidak valid dan harus dihilangkan agar memenuhi syarat untuk analisis selanjutnya.

Untuk penelitian inti digunakan analisis regresi berganda dengan menyebar kuesioner sebanyak 175 eksemplar. Hasil dari regresi pertama didapatkan bahwa dimensi yang memiliki nilai signifikan pada kepuasan yaitu hanya dimensi keamanan. Hasil dari regresi kedua didapatkan bahwa kepuasan memiliki nilai signifikan pada loyalitas pelanggan. Hasil regresi ketiga didapatkan bahwa dimensi yang memiliki nilai signifikan pada loyalitas pelanggan yaitu kenyamanan, keamanan, dan kedisiplinan. Dalam penelitian ini juga menguji peran kepuasan sebagai mediator antara kualitas jasa dengan loyalitas pelanggan, dengan hasil yang didapatkan yaitu hanya terjadi mediasi parsial antara kualitas jasa dengan loyalitas pelanggan melalui dimensi keamanan, sementara pada dimensi yang lain tidak terjadi mediasi.

Kata kunci: kualitas jasa, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, jalan tol

ABSTRACT

This research aims to study the effect of service quality to customer satisfaction and customer loyalty. Each dimension in service quality will be investigated the effects on customer satisfaction and loyalty, and also investigate the effect of customer satisfaction on customer loyalty.

Preliminary research conducted at the existing toll road customers in Jakarta and its spread as many as 50 copies of the questionnaire. Based on factor analysis found 27 questions are not valid and should be eliminated in order to qualify for further analysis.

To study the core used multiple regression analysis with a spread of 175 copies of questionnaires. Results from the first regression shows that the dimension that has significant value on the satisfaction that is only a security dimension. Results from the second regression shows that satisfaction has a significant value on customer loyalty. The third regression results showed that the dimension that has significant value to the customer loyalty that is comfort, safety, and discipline. In this study also examines the role of satisfaction as a mediator between service quality and loyalty of customers, with the result obtained is only partial mediation between service quality and loyalty of customers through the security dimension, while the other dimensions did not occur mediation.

Keywords: *service quality, customer satisfaction, customer loyalty, toll roads*