

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS JASA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS PELANGGAN JASA TRANSPORTASI
DARAT CV. PARADEP TAXI MEDAN**

TESIS

OLEH

**MELLA YUNITA
117019015/IM**



**SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
MEDAN
2013**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS JASA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS PELANGGAN JASA TRANSPORTASI
DARAT CV. PARADEP TAXI MEDAN**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains
Dalam Program Studi Ilmu Manajemen pada Sekolah Pascasarjana
Universitas Sumatera Utara**

OLEH

**MELLA YUNITA
117019015/IM**

**SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
MEDAN
2013**

**Judul Tesis : PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS
JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS
PELANGGAN JASA TRANSPORTASI DARAT CV.
PARADEP TAXI MEDAN**

Nama Mahasiswa : MELLA YUNITA
NIM : 117019015
Program Studi : ILMU MANAJEMEN

**Menyetujui,
Komisi Pembimbing :**

(Dr. Beby Karina. F. Sembiring, SE, MM) (Dr. Jhonny Manurung, MS)
Ketua Anggota

Ketua Program Studi,

Direktur,

(Prof. Dr. Paham Ginting, MS)

(Prof. Dr. Erman Munir, M.Sc)

Tanggal lulus : 27 Agustus 2013

Telah diuji pada :

Tanggal : 27 Agustus 2013

PANITIA PENGUJI TESIS :

Ketua : Prof. Dr. Paham Ginting, MS
Anggota : 1. Dr. Beby Karina. F. Sembiring, SE, MM
2. Dr. Jhonny Manurung, MS
3. Dr. Endang SulistyaRini, M.Si
4. Dr. Arlina Nurbaity Lubis, MBA

PERNYATAAN

Judul Tesis

PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN JASA TRANSPORTASI DARAT CV. PARADEP TAXI MEDAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa tesis ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains pada Program Sekolah Pascasarjana Magister Ilmu Manajemen Universitas Sumatera Utara adalah benar hasil karya penulis sendiri.

Adapun pengutipan-pengutipan yang penulis lakukan pada bagian-bagian tertentu dari hasil karya orang lain dalam penulisan tesis ini, telah penulis cantumkan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya penulis sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang penulis sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Medan, Oktober 2013
Penulis

Mella Yunita

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN KUALITAS JASA TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS PELANGGAN JASA TRANSPORTASI
DARAT CV. PARADEP TAXI MEDAN**

ABSTRAK

Perkembangan bisnis transportasi darat sebagai bagian dari industri jasa, pada kondisi saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini ditandai dengan semakin tingginya perusahaan jasa transportasi dengan menawarkan produk sejenis serta untuk mendukung bisnisnya tersebut perusahaan jasa transportasi darat juga mengikuti perubahan teknologi khususnya transportasi darat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara positif dan signifikan variabel atribut produk dan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan, dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian ini bersifat kausal (sebab-akibat) terdiri dari variabel atribut produk dan kualitas jasa (eksogen) serta kepuasan pelanggan (*intervening*) dan loyalitas pelanggan (endogen). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 pelanggan jasa transportasi darat CV.Paradep Taxi Medan. Teknik analisis menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan program *Analysis Moment of Structural* (AMOS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, atribut produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Atribut Produk, Kualitas Jasa, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.

**THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTE AND SERVICE
QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND ITS
IMPACT TO THE LOYALTY OF THE CUSTOMERS
OF LAND TRANSPORTATION SERVICE
CV. PARADEP TAXI MEDAN**

ABSTRACT

Currently, land transportation business as part of service industry experiences a rapid development which can be seen through how higher the transportation service companies offer the products of the same kinds and to support their business, the land transportation service companies also follow the technology change especially the one in the field land transportation. The purpose of this was to positively and significantly find out and analyze the influence of the variable of product attribute and service quality on customer satisfaction, and the direct influence of the variable of customer satisfaction on the loyalty of customer. This causal study consisted of the variables of product attribute and service quality (exogen) and customer satisfaction (intervening) and the loyalty of customer (endogen). The data for this study were obtained through distributing questionnaires to 100 customers of land transportation service CV. Paradep Taxi Medan. The data obtained were analyzed through Structural Equation Modelling (SEM) supported by Analysis Moment of Structural (AMOS). The result of this study showed that product attribute had a positive and significant on customer satisfaction, service quality had a positive and significant on the loyalty of customers, the product attribute did not have positive and significant influence on the loyalty of customers, and customer satisfaction had a positive and significant influence on the loyalty of customers.

Keywords: *Product Attribute, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,

Alhamdulillah dan puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Darat CV. Paradep Taxi Medan” dapat terselesaikan dengan tepat waktu dan tanpa ada suatu hambatan yang berarti.

Tesis ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains di Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara. Pada kesempatan ini pula, penulis tidak lupa mengucapkan rasa terima kasih kepada :

- 1) Bapak Prof. Dr. dr. Syahril Pasaribu, DTM & H., M.Sc., (CTM)., Sp. A (K) selaku Rektor Universitas Sumatera Utara.
- 2) Bapak Prof. Dr. Erman Munir, M.Sc selaku Direktur Sekolah Program Pascasarjana Universitas Sumatera Utara.
- 3) Bapak Prof. Dr. Paham Ginting, M.S, selaku Ketua Program Studi Ilmu Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara dan sekaligus Komisi Pembanding yang telah memberikan pengarahan serta saran yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
- 4) Ibu Dr. Arlina Nurbaity Lubis, MBA, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara dan sekaligus Komisi Pembanding yang telah memberikan saran dan kritik demi kesempurnaan penulisan tesis ini.

- 5) Ibu *Dr. Endang Sulistyia Rini*, M.Si selaku Komisi Pembanding yang telah memberikan petunjuk, pengarahan dan saran membangun demi kesempurnaan tesis ini.
- 6) Ibu *Dr. Beby Karina. F. Sembiring*, SE, MM selaku Komisi Pembimbing atas waktu dan kesempatan untuk membimbing hingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
- 7) Bapak *Dr. Jhonny Manurung*, MS selaku Komisi Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dukungan selama penyusunan tesis ini.
- 8) Seluruh Dosen Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara khususnya Program Studi Ilmu Manajemen
- 9) Pegawai Administrasi yakni Kak Juli dan Bang Galih yang melayani penulis dengan baik dan ramah.
- 10) Kepada orang tua penulis Ayahanda *Wendy Marjon*, S.Kep, NS dan Ibunda *Lafiatusyahdiah* yang telah melahirkan dan membesarkan penulis.
- 11) Seluruh sahabat dan teman-teman Sekolah Pascasarjana Ilmu Ekonomi Program Studi Ilmu Manajemen angkatan XXI tahun 2011 baik reguler dan paralel yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, serta teman-teman dalam Himpunan Mahasiswa Ilmu Manajemen (HIM) atas segala dukungan moriil dan semangat yang diberikan untuk menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat waktu sesuai dengan harapan penulis.

Penulis menyadari bahwa tiada suatu yang dapat penulis berikan sebagai tanda terima kasih dan balas jasa sepantasnya selain berdoa semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlimpah atas segala budi baik yang telah diberikan

kepada penulis. Atas segala kritik dan saran untuk penyempurnaan tesis ini,
penulis ucapkan terima kasih.

Medan, Oktober 2013

Penulis

Mella Yunita

RIWAYAT HIDUP

Universitas Sumatera Utara

MELLA YUNITA, lahir di Pematangsiantar pada tanggal 9 Juni 1988 anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Ayahanda Wendy Marjon, S. Kep, NS dan Ibunda Lafiatusyahdiah.

Menyelesaikan Pendidikan di Sekolah Dasar Swasta Muhammadiyah Pematangsiantar tahun 2000 tamat dan lulus, melanjutkan Pendidikan Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama Swasta PTPN IV Taman Asuhan di Pematangsiantar tahun 2003 tamat dan lulus, melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas Negeri II di Pematangsiantar tahun 2006 tamat dan lulus, melanjutkan Studi S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran di Universitas Islam Sumatera Utara, tahun 2010 tamat dan lulus. Terakhir melanjutkan pendidikan di Program Studi Ilmu Manajemen Sekolah Pascasarjana Ekonomi di Universitas Sumatera Utara pada tahun 2011.

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
RIWAYAT HIDUP	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Atribut Produk	11
2.2.2 Komponen Atribut Produk	12
2.2.3 Kualitas Jasa	14
2.2.4 Konsep Pelayanan Prima	15
2.2.5 Kepuasan Pelanggan	16
2.2.6 Faktor yang menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	17
2.2.7 Loyalitas Pelanggan.....	19
2.3 Kerangka Berpikir	22
2.4 Hipotesis Penelitian	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5 Jenis Sumber Data	27
3.6 Identifikasi dan Definisi Operasionalisasi Variabel	28
3.6.1 Identifikasi Variabel	28
3.6.2 Definisi Variabel.....	28
3.7 Skala Pengukuran	33
3.8 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	33
3.9 Teknis Analisis Data.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	43
----------------------------	----

4.1.1	Gambaran Umum CV. Paradep Taxi Medan.....	43
4.1.2	Hasil Penelitian Statistik Deskriptif Responden 44	
4.1.2.1	Hasil Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.2.2	Hasil Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	45
4.1.2.3	Hasil Deskriptif Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	46
4.1.2.4	Hasil Deskriptif Responden Berdasarkan Penghasilan	47
4.1.2.5	Hasil Deskriptif Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	48
4.1.2.6	Hasil Deskriptif Responden Berdasarkan Intensitas Pelanggan	49
4.1.3	Hasil Penelitian Statistik Deskriptif Variabel.....	50
4.1.3.1	Hasil Jawaban Kuesioner Atribut Produk	50
4.1.3.2	Hasil Jawaban Kuesioner Kualitas Jasa.....	51
4.1.3.3	Hasil Jawaban Kuesioner Kepuasan Pelanggan	52
4.1.3.4	Hasil Jawaban Kuesioner Loyalitas Pelanggan	53
4.1.4	Hasil <i>Variance Extracted</i> dan <i>Construct Reliability</i>	54
4.1.5	Hasil Evaluasi Estimasi Model (Asumsi) SEM.....	57
4.1.5.1	Evaluasi Ukuran Sampel	57
4.1.5.2	Evaluasi Normalitas Data	58
4.1.5.3	Evaluasi <i>Outlier</i>	59
4.1.5.4	Evaluasi Multikolinearitas (<i>Multicollinearity</i>)	60
4.1.6	Hasil Penelitian Analisis Model SEM	61
4.1.6.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Variabel Eksogen	61
4.1.6.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Variabel Endogen	63
4.1.6.3	<i>Full Model Structural Equation Modelling</i> (SEM)	65
4.1.7	Pengujian Hipotesis Penelitian	67
4.1.7.1	Hipotesis Penelitian Atribut Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	68
4.1.7.2	Hipotesis Penelitian Kualitas Jasa Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	69
4.1.7.3	Hipotesis Penelitian Kualitas Jasa Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	69
4.1.7.4	Hipotesis Penelitian Atribut Produk Tidak Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	69
4.1.7.5	Hipotesis Penelitian Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap	

	Loyalitas Pelanggan.....	70
4.1.8	Pengaruh Total, Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung.....	70
4.2	Pembahasan.....	71
4.2.1	Atribut Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	71
4.2.2	Kualitas Jasa Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
4.2.3	Kualitas Jasa Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	75
4.2.4	Atribut Produk Tidak Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	76
4.2.5	Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	78
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	81
 DAFTAR PUSTAKA.....		83

DAFTAR TABEL

No.	Tabel	Halaman
-----	-------	---------

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel, Definisi, Indikator dan Model Skala	32
Tabel 3.2	Pengujian Validitas Instrumen Indikator Atribut Produk	33
Tabel 3.3	Pengujian Validitas Instrumen Indikator Kualitas Jasa.....	34
Tabel 3.4	Pengujian Validitas Instrumen Indikator Kepuasan Pelanggan	35
Tabel 3.5	Pengujian Validitas Instrumen Indikator Loyalitas Pelanggan	35
Tabel 3.6	Pengujian Reliabilitas.....	36
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	46
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Penghasilan.....	47
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	48
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan Intensitas Pelanggan	49
Tabel 4.7	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Atribut Produk.....	50
Tabel 4.8	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Jasa.....	51
Tabel 4.9	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	52
Tabel 4.10	Frekuensi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan	53
Tabel 4.11	Hasil Nilai <i>Construct Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	57
Tabel 4.12	<i>Assessment Of Normality</i> (Group number 1)	58
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Outlier</i>	59
Tabel 4.14	<i>Sample Covariances</i> (Group number 1)	60
Tabel 4.15	Hasil <i>Regression Weights Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	62
Tabel 4.16	Hasil <i>Regression Weights Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	64
Tabel 4.17	Hasil Uji Full Model SEM	66
Tabel 4.18	Hasil <i>Regression Weights</i> Full Model SEM.....	67
Tabel 4.19	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	68
Tabel 4.20	Pengaruh Total, Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Eksogen	70

DAFTAR GAMBAR

No.	Gambar	Halaman
-----	--------	---------

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	24
Gambar 3.1	Indikator Variabel Atribut Produk.....	28
Gambar 3.2	Indikator Variabel Kualitas Jasa.....	29
Gambar 3.3	Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan.....	30
Gambar 3.4	Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan	31
Gambar 3.5	Diagram Alur Penelitian	37
Gambar 4.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Variabel Eksogen	61
Gambar 4.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Variabel Endogen.....	63
Gambar 4.3	<i>Full Model Structural Equation Modelling</i> (SEM)	65

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Lampiran	Halaman
-----	----------	---------

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 2	<i>Output</i> SPSS Pengujian Instrumen 30 Responden	89
Lampiran 3	<i>Frequency Table</i> Jawaban 100 Responden.....	91
Lampiran 4	<i>Output</i> AMOS.....	96