

## ABSTRAK

### ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN STUDI KASUS PADA ROSALIA INDAH TRAVEL SURAKARTA 1999

R. HERYANTO WAHYU SAMPURNO  
UNIVERSITAS SANATA DHARMA  
YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan yang diperoleh konsumen terhadap tiga atribut pelayanan yakni fasilitas pelayanan, ketepatan waktu dan kenyamanan selama perjalanan serta untuk mengetahui hubungan antara kepuasan dengan loyalitas konsumen.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, yaitu dengan mengadakan survei terhadap konsumen Rosalia Indah Travel. Analisis kuantitatif yang digunakan yaitu analisis korelasi *Rank Spearman* untuk menguji apakah ada hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan kepuasan yang dicapai konsumen: konsumen yang merasa sangat puas ada 60 orang konsumen (75%), konsumen yang merasa puas ada 6 orang konsumen (7,5%) dan konsumen yang merasa kurang puas ada 14 orang konsumen (17,5%). Konsumen yang merasa sangat puas disebabkan kinerja pelayanan telah melebihi apa yang mereka harapkan, konsumen yang merasa puas disebabkan kinerja pelayanan telah sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan konsumen yang kurang puas disebabkan kinerja pelayanan belum sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Hasil ini dapat dilihat dari: pertama berupa produk jasa yakni berupa pelayanan dan dari segi kebutuhan dan keinginan konsumen yang berupa harapan konsumen.

Hasil pengujian analisis korelasi *Rank Spearman* pada permasalahan kedua menunjukkan hasil perhitungan statistik lebih besar daripada harga  $t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% yaitu  $2,67 > 1,665$  yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap tiga atribut pelayanan dengan loyalitas konsumen. Hubungan ini bersifat positif yaitu semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen semakin tinggi pula tingkat loyalitas konsumen.

## ABSTRACT

### AN ANALYSIS OF CUSTOMERS' SATISFACTION AND LOYALTY A CASE STUDY AT ROSALIA INDAH TRAVEL SURAKARTA, 1999

R. HERYANTO WAHYU SAMPURNO  
SANATA DHARMA UNIVERSITY  
YOGYAKARTA

This research was aimed at finding out the level of satisfaction of the customers based on three service attributes: service facilities, preciseness of time schedule and the relationship between customers' satisfaction and their product loyalty.

This research is a field research done by arranging a survey of the customers . The quantitative analysis used in this research was primarily the Spearman rank correlation coefficient in order to know whether or not there was any correlation between the level of satisfaction and loyalty of the customers.

The result shows that the level of satisfaction was " very satisfied" according to 60 customers (75%) "satisfied" for 6 customers (7,5%) and "less satisfied" for 14 customers (17,5%) . The very satisfied customers felt that the quality of the service supplied was better than expected . The satisfied customers felt that the quality was equal to their expectations .The less satisfied customers felt that the quality was not in accordance with their expectations, as regards the service itself and customers' need.

The result of the Spearman rank correlation test on the second problem showed that the coefficient is higher than the  $t_{table}$  value for the level of significance of 5% ( $2,67 > 1,665$ ) This means that there is a significant correlation between customers' satisfaction and customers' loyalty . The positive correlation means that the greater the level of customers' satisfaction , the greater the customers' loyalty.