

909

06

SOSIAL

**LAPORAN HASIL PENELITIAN
HIBAH BERSAING XVII PERGURUAN TINGGI
Tahun Anggaran 2008/2009**



**MODEL DETEKSI LOYALITAS PELANGGAN DAN
FORMULASI STRATEGI PENGUATANNYA
BERBASIS KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
(STUDI KASUS MODA TRANSPORTASI KERETA API DI JEMBER)**

Peneliti:

**Drs. Bambang Irawan, M.Si
Drs. H. Suwardi, MM
Drs. Sunardi, MM**

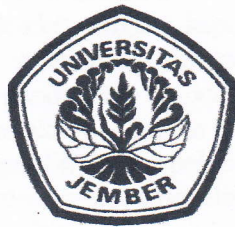
2009

2008

**DIDANAI DIPA UNIVERSITAS JEMBER NOMOR: 0175.0/023-042/XV/2009
TANGGAL 31 DESEMBER 2008**

SOSIAL

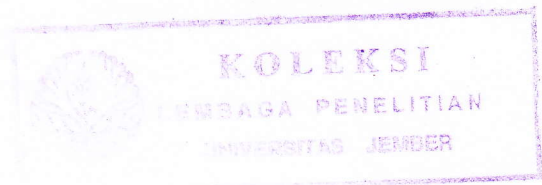
**LAPORAN HASIL PENELITIAN
HIBAH BERSAING XVII PERGURUAN TINGGI
Tahun Anggaran 2008/2009**



**MODEL DETEKSI LOYALITAS PELANGGAN DAN
FORMULASI STRATEGI PenguATANNYA
BERBASIS KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
(STUDI KASUS MODA TRANSPORTASI KERETA API DI JEMBER)**

Peneliti:

**Drs. Bambang Irawan, M.Si
Drs. H. Suwardi, MM
Drs. Sunardi, MM**



**DIDANAI DIPA UNIVERSITAS JEMBER NOMOR: 0175.0/023-042/XV/2009
TANGGAL 31 DESEMBER 2008**

**Model Deteksi Loyalitas Pelanggan dan Formulasi Strategi Penguatannya
Berbasis Kepuasan dan Kepercayaan
(Studi Kasus Moda Transportasi Kereta Api di Jember)**

Bambang Irawan, Suwardi; dan Sunardi

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah: (1) mendeteksi kinerja kualitas layanan yang dirasakan pelanggan kereta api; (2) mendeteksi tingkat kepuasan pelanggan kereta api; (3) mendeteksi tingkat kepercayaan pelanggan kereta api; (4) mendeteksi loyalitas pelanggan kereta api, dengan pendekatan model yang berbasis kepuasan dan kepercayaan. Populasi penelitian adalah pelanggan kereta api yang tersebar di seluruh wilayah kabupaten Jember, pengambilan sampel *purposive non random sampling* dengan ukuran sampel 100 responden, metode penelitian menggunakan analisis model persamaan struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) sebagian besar pelanggan adalah berjenis kelamin laki-laki, berusia antara 34-41 tahun, berpendidikan setingkat sarjana, pegawai negeri atau swasta, menjadi pelanggan lebih dari setahun, dalam seminggu minimal delapan kali naik kereta, dan berpenghasilan minimal Rp 1,2 juta perminggu; (2) penumpang kereta api pada umumnya memberikan apresiasi yang baik terhadap kualitas layanan kereta api; (3) penumpang kereta api merasa puas terhadap kualitas layanan adalah tinggi; (4) penumpang juga percaya terhadap kereta api sebagai moda transportasi ketika melakukan perjalanan jauh; (5) penumpang juga menunjukkan sikap yang loyal; (6) tingginya tingkat loyalitas penumpang tidak secara langsung hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan, akan tetapi juga melalui variabel kepuasan dan kepercayaan. Disarankan bahwa (1) pihak manajemen kereta api perlu lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya terutama dari aspek bukti fisik misalnya dengan melakukan *replacement* terhadap sarana dan prasarana yang telah habis umur ekonomisnya; (2) pelanggan yang loyal hendaknya dipertahankan untuk jangka waktu lama, dan yang masih belum loyal perlu dipersuasi melalui kegiatan pemasaran hubungan (*marketing relationship*), maupun strategi perusahaan dan kegiatan yang peduli terhadap sosial kemasyarakatan sebagai perwujudan dari CSR (*corporate social responsibility*).

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Model Deteksi Loyalitas Pelanggan dan Formulasi Strategi Penguatannya Berbasis Kepuasan dan Kepercayaan (Studi Kasus Moda Transportasi Kereta Api)
2. Ketua Peneliti
- a. Nama : **Drs. Bambang Irawan, M.Si**
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki
- c. Gol/Pangkat/NIP. : III d/ Penata Tk. I/ 196103171988021001
- d. Jabatan : Lektor
- e. Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Manajemen
- d. Alamat Rumah/e-mail : Jl. Semeru IX/O – 10 Jember (68121)
Telepon: (0331) 332480/ mbangir17@yahoo.co.id
- e. Perguruan Tinggi : Universitas Jember
- f. Jumlah Anggota Peneliti : 2 (dua) orang

No	Nama	Bid Keahlian	Jurusan	Perguruan Tinggi
1.	Drs. H.Suwardi, MM	Perilaku Konsumen	Manajemen	UNEJ
2.	Drs. Sunardi, MM	Manajemen	Manajemen	UNEJ

3. Jangka Waktu Penelitian : 2 (dua) Tahun 2009 s/d Tahun 2010
4. Pembiayaan
- a. Jumlah biaya yang diajukan ke UNEJ : Rp.82.975.000 (*delapan puluh dua juta sembilan ratus tujuh puluh lima ribu rupiah*)
- b. Biaya tahun 1 (2008/2009) : Rp. 37.475.000 (*tiga puluh tujuh juta empat ratus tujuh puluh lima ribu rupiah*)
- c. Biaya tahun 2 (2009/2010) : Rp. 45.500.000 (*empat puluh lima juta lima ratus ribu rupiah*)
5. Sumber Dana : DIPA Universitas Jember Nomor:
0175.0/023-042/XV/2009

Jember, 15 Desember 2009

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember,

Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc
NIP. 195608311984031002

Ketua Peneliti,

Drs. Bambang Irawan, M.Si
NIP. 196103171988021001

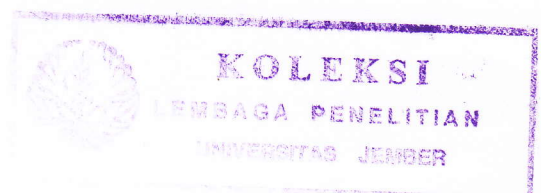
Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian
Universitas Jember,
Dr. Ir. Cahyoadi Bowo
NIP. 196103161989021001

**Detection Model of Customer Loyalty and
Its the Strengthen Strategic Formulation base on Trust and Satisfaction
(Case Study of Train Transportation Moda in Jember)**

Bambang Irawan, Suwardi; dan Sunardi

ABSTRACT

Purpose of research is: (1) detects quality of service performance felt by train customer; (2) detects level of customer satisfaction of train; (3) detects level of train customer trust; (4) detects train customer loyalty, with approach of model is being based on satisfaction and trust. Population of research is customer of train which spread over in all sub-province Jember region, sampling technique is purposive non random sampling of the size sample 100 respondents, research method applies structural equation model analysis. Result of research indicates that (1) most of customer is men gender, having age between 34-41 years, education as of level of master, public servant or private sector, becomes customer more than one year, within a week minimum eight times train rising, and having production minimum of Rp 1,2 million; (2) train passenger in general gives good appreciation to train quality of service; (3) train passenger satisfies to service quality is height; (4) passenger also believes to train as moda transportation when journey; (5) passenger also shows position which loyal; (6) height of level of passenger loyalty is not directly only influenced by service quality, however also through through satisfaction variable and trust. Suggested that (1) the side of management of train needed more increases again quality of its(the service is especially from evidence aspect physical of for example by doing replacement to facilities and basic facilities which has used finished its economic age; (2) customer which loyal shall be defence for the duration of stripper, and which still loyal have not needed persuasion by through marketing activity of marketing relationship, and also care corporate strategy and social activity as materialization from CSR (Corporate Social Responsibility).



RINGKASAN

Sebagai moda transportasi darat yang banyak diminati oleh masyarakat mulai dari golongan bawah sampai golongan atas, maka manajemen kereta api sudah sepatutnya untuk lebih memperhatikan kepuasan penumpangnya, di era persaingan yang semakin ketat. Tingkat kepuasan penumpang dipengaruhi oleh faktor kualitas layanan, baik faktor yang bersifat fisik maupun non fisik. Melalui kepuasan dan kepercayaan pelanggan akan tercipta loyalitas. Tujuan penelitian adalah: (1) mendeteksi kinerja kualitas layanan yang dirasakan pelanggan kereta api; (2) mendeteksi tingkat kepuasan pelanggan kereta api; (3) mendeteksi tingkat kepercayaan pelanggan kereta api; (4) mendeteksi loyalitas pelanggan kereta api, dengan pendekatan model yang berbasis kepuasan dan kepercayaan.

Populasi penelitian adalah pelanggan kereta api yang tersebar di seluruh wilayah kabupaten Jember, pengambilan sampel *purposive non random sampling* dengan ukuran sampel 100 responden, metode penelitian menggunakan analisis model persamaan struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) sebagian besar pelanggan adalah berjenis kelamin laki-laki, berusia antara 34-41 tahun, berpendidikan setingkat sarjana, pegawai negeri atau swasta, menjadi pelanggan lebih dari setahun, dalam seminggu minimal delapan kali naik kereta, dan berpenghasilan minimal Rp 1,2 juta perminggu; (2) penumpang kereta api pada umumnya memberikan apresiasi yang baik terhadap kualitas layanan kereta api; (3) penumpang kereta api merasa puas terhadap kualitas layanan adalah tinggi; (4) penumpang juga percaya terhadap kereta api sebagai moda transportasi ketika melakukan perjalanan jauh; (5) penumpang juga menunjukkan sikap yang loyal; (6) tingginya tingkat loyalitas penumpang tidak secara langsung hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan, akan tetapi juga melalui melalui variabel kepuasan dan kepercayaan.

Disarankan bahwa (1) pihak manajemen kereta api perlu lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya terutama dari aspek bukti fisik misalnya dengan melakukan *replacement* terhadap sarana dan prasarana yang telah habis umur ekonomisnya; (2) pelanggan yang loyal hendaknya dipertahankan untuk jangka waktu lama, dan yang masih belum loyal perlu dipersuasi melalui kegiatan pemasaran hubungan (*marketing relationship*), maupun strategi perusahaan dan kegiatan yang peduli terhadap sosial kemasyarakatan sebagai perwujudan dari CSR (*corporate social responsibility*).

SUMMARY

As moda transportation of land which many enthused by public to start from under faction until upper crust, hence management of train has deservedly to be more pays attention to satisfaction of its passenger, in emulation era that is increasingly stringency. Level of satisfaction of passenger influenced by service quality factor, good of factor having the character of physical and also non physical. Pass satisfaction and customer trust will be created loyalty.

Purpose of research is: (1) detects quality of service performance felt by train customer; (2) detects level of customer satisfaction of train; (3) detects level of train customer trust; (4) detects train customer loyalty, with approach of model is being based on satisfaction and trust.

Population of research is customer of train which spread over in all sub-province Jember region, sampling technique is purposive non random sampling of the size sample 100 respondents, research method applies structural equation model analysis. Result of research indicates that (1) most of customer is men gender, having age between 34-41 years, education as of level of master, public servant or private sector, becomes customer more than one year, within a week minimum eight times train rising, and having production minimum of Rp 1,2 million; (2) train passenger in general gives good appreciation to train of service quality; (3) train passenger satisfies to quality of service is height; (4) passenger also believes to train as moda transportation when journey; (5) passenger also shows position which loyal; (6) height of level of passenger loyalty is not directly only influenced by service of quality, however also through through satisfaction variable and trust.

Suggested that (1) the side of management of train needed more increases again quality of its(the service is especially from evidence aspect physical of for example by doing replacement to facilities and basic facilities which has used finished its economic age; (2) customer which loyal shall be defence for the duration of stripper, and which still loyal have not needed persuasion by through marketing activity of marketing relationship, and also care corporate strategy and social activity as materialization from CSR (Corporate Social Responsibility).