

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DI RENTAL MOBIL CV. ILHAM MOTOR
GANDU MLARAK PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Disusun Oleh :

NAMA : DHIKA AMALIA K

N I M : 10412524

JURUSAN : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI RENTAL
MOBIL CV. ILHAM MOTOR GANDU MLARAK
PONOROGO

Nama : Dhika Amalia Kurniawan

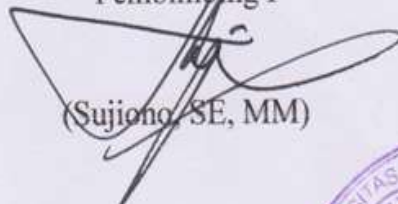
NIM : 10412524

Prodi : Manajemen

Isi dan formatnya telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

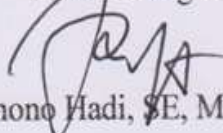
Ponorogo, 1 Maret 2014

Pembimbing I



(Sujiono, SE, MM)


Pembimbing II



(Sukmono Hadi, SE, MM)

Mengetahui

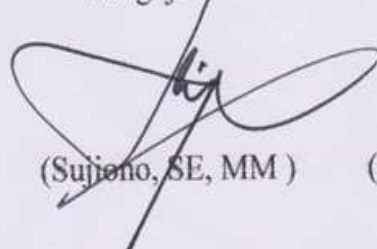
Dekan Fakultas Ekonomi



(Titi Rapini, SE, MM)

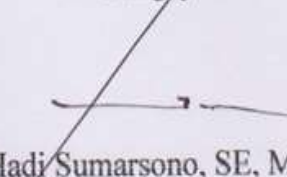
Dosen Penguji

Penguji I




(Sujiono, SE, MM)

Penguji II



(Hadi Sumarsono, SE, MM)

Penguji III



(Edi Santoso, SE, MM)

RINGKASAN

Pada saat ini adanya perkembangan zaman dan teknologi banyak sekali berdiri penyedia jasa berupa jasa persewaan mobil. Masyarakat banyak membutuhkan alat transportasi yang praktis, cepat dan mudah digunakan untuk menyelesaikan berbagai tujuannya, salah satunya menggunakan jasa rental mobil. Namun dari banyaknya rental mobil yang ada mereka mencari rental mobil yang memberikan pelayanan yang berkualitas, nyaman dan terpercaya. Sejalan dengan hal tersebut menjadi tantangan bagi perusahaan penyedia jasa khususnya rental mobil CV. ILHAM MOTOR Gandu Mlarak Ponorogo. Salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan diharapkan bisa memberikan kepuasan konsumen sehingga menjadikan loyalitas konsumen/ pelanggan. Penelitian ini merupakan study kasus di rental mobil CV. ILHAM MOTOR Gandu Mlarak Ponorogo, dengan judul “Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di rental mobil CV. ILHAM MOTOR Gandu Mlarak Ponorogo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan mengetahui faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan di rental mobil CV. ILHAM MOTOR. Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuisisioner, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan insidental sampling pada 100 pelanggan CV. ILHAM MOTOR. Metode analisa data yang digunakan penulis untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah analisa kuantitatif dengan uji validitas, uji reliabilitas, analisa regresi linier berganda, analisa koefisien korelasi, analisa koefisien determinasi. Sedangkan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah dengan menggunakan uji T dan uji F. Setelah melakukan pengujian dengan menggunakan uji korelasi product moment pearson ternyata seluruh item pertanyaan valid, karena R hitung > R tabel. Hasil pengujian reliabilitas dibandingkan dengan standar nilai Alpha Cronbach dan hasilnya menunjukkan bahwa kuisisioner reliabel dan layak digunakan. Hasil analisa regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y: 4,413 + 0,144 X_1 + 0,026 X_2 + 0,162 X_3 + 0,151 X_4 + 0,223 X_5 + e$. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 32.1% dan sisanya 67.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian. Berdasarkan uji t diperoleh hasil bahwa dari lima variabel kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terdapat satu variabel yang tidak berpengaruh yaitu *reliability* karena H_0 diterima dan H_a ditolak, sedangkan keempat variabel lainnya berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan karena H_a diterima dan H_0 ditolak. Hasil uji F menunjukkan bahwa *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* secara serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena F hitung > F tabel atau $8,898 > 2,33$.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahny-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Solawat dan salam senantiasa tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Adapun judul skripsi yang penulis ambil adalah ” **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI RENTAL MOBIL CV. ILHAM MOTOR GANDU MLARAK PONOROGO**

Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan guna mengakhiri studi jenjang Strata Satu Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidaklah akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan serta bimbingan yang telah penulis terima. Maka pada kesempatan ini, penulis sampaikan rasa hormat dan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Titi Rapini, SE, MM., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Hadi Sumarsono, SE, M.si., Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Sujiono, SE, MM., Selaku Dosen Pembimbing I
4. Bapak Sukmono H, SE, MM., Selaku Dosen Pembimbing II, yang dengan sabar bersedia membimbing penulis dan memberi petunjuk sehingga skripsi ini terselesaikan.
5. Bapak Hendi Sufyan, ST. Selaku Direktur CV. ILHAM MOTOR Gandu Mlarak Ponorogo, yang telah memberikan izin penelitian.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

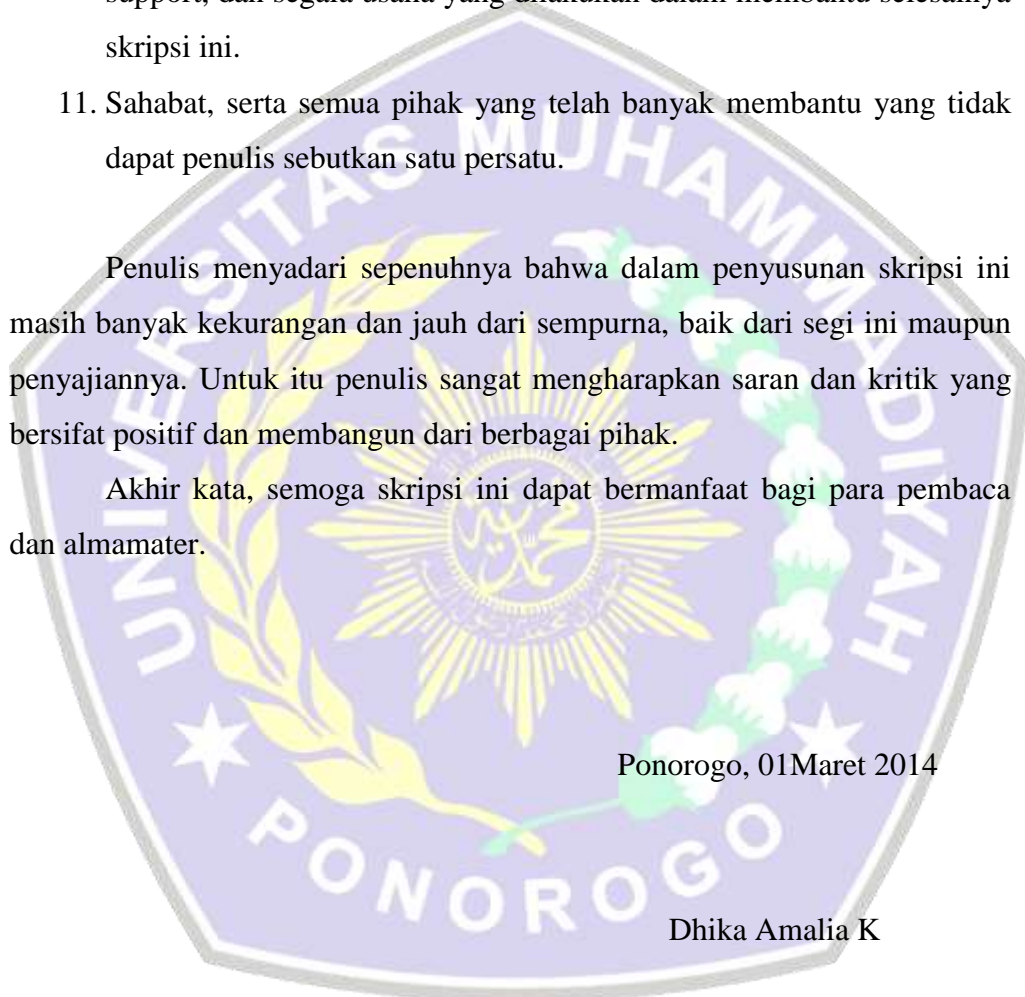
7. Bapak dan Ibu ku tercinta yang telah memberikan do'a, dukungan, materi dan kasih sayangnya kepadaku tentunya juga dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Keluarga besarku tercinta.
9. Suamiku Hendi Sufyan, Thanks buat support dan kesabarannya.
10. Teman-teman se-angkatanku manajemen prosus Thanks untuk do'a, support, dan segala usaha yang dilakukan dalam membantu selesainya skripsi ini.
11. Sahabat, serta semua pihak yang telah banyak membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, baik dari segi ini maupun penyajiannya. Untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat positif dan membangun dari berbagai pihak.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan almamater.

Ponorogo, 01Maret 2014

Dhika Amalia K



**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 1 Maret 2014

(Dhika Amalia K)

10412524



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : DHIKA AMALIA KURNIAWAN
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 1 Oktober 1991
Kebangsaan : Indonesia
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Gandu Mlarak Ponorogo

Nama Orang Tua

Ayah : GUNAWAN
Ibu : SAYUNINGSIH
Alamat : Gandu Mlarak Ponorogo

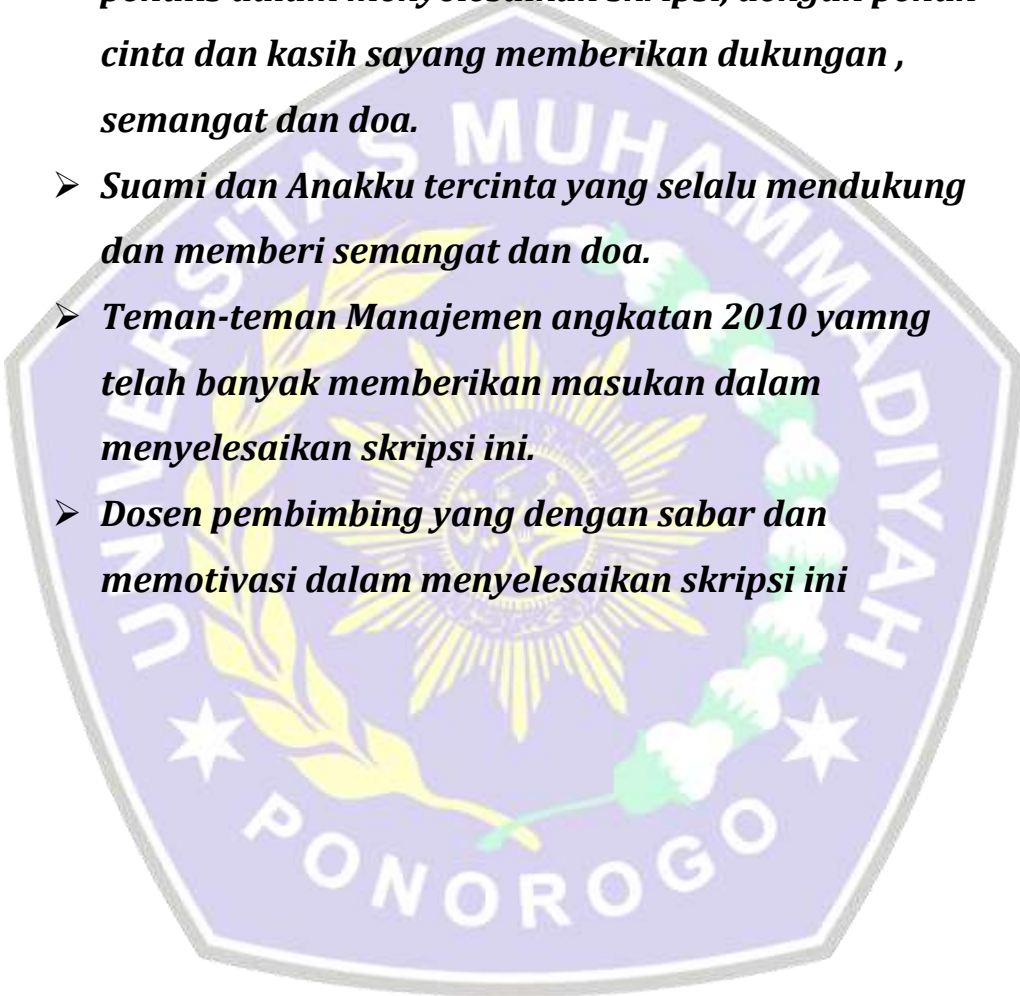
Daftar Riwayat Pendidikan

Tahun 2003 : Lulus MI Gandu Mlarak Ponorogo
Tahun 2006 : Lulus SMP Negeri 1 Siman Ponorogo
Tahun 2009 : Lulus MAN 2 Ponorogo
Tahun 2010 : Terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas
Ekonomi
Jurusan Manajemen Universitas
Muhammadiyah Ponorogo

PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan kepada :

- ***Allah SWT yang telah memberikan Nikmat-Nya***
- ***Ayah, Ibu dan Adikku tercinta yang menjadi inspirasi penulis dalam menyelesaikan skripsi, dengan penuh cinta dan kasih sayang memberikan dukungan, semangat dan doa.***
- ***Suami dan Anakku tercinta yang selalu mendukung dan memberi semangat dan doa.***
- ***Teman-teman Manajemen angkatan 2010 yang telah banyak memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.***
- ***Dosen pembimbing yang dengan sabar dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini***



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	7
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2. Konsep Pemasaran.....	10
2.1.3. Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.4. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	14
2.1.5. Pengertian Produk.....	16
2.1.6. Pengertian Barang.....	17
2.1.7. Pengertian Jasa.....	17
2.1.7.1. Karakteristik.....	18

2.1.7.2. Kualitas Jasa	19
2.1.8. Pemahaman Konsep Kualitas	22
2.1.9. Pengertian Pelayanan.....	22
2.1.10. Proses Pembelian.....	24
2.1.11. Pengertian Konsumen.....	27
2.1.11.1. Perilaku Konsumen.....	28
2.1.11.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku konsumen	28
2.1.12. Pengertian Pelanggan	33
2.1.12.1. Definisi Kepuasan Pelanggan	33
2.1.12.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	34
2.1.12.3. Komponen Utama Kepuasan Pelanggan	35
2.1.12.4. Loyalitas Pelanggan.....	37
2.2. Penelitian Terdahulu.....	39
2.3. Kerangka Pemikiran	40
2.4. Hipotesa	43
BAB III : METODE PENELITIAN	44
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
3.2. Populasi dan Sample Penelitian	44
3.3. Metode Pengambilan Data	45
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	47
3.5. Metode Analisis Data.....	52
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1. Hasil Penelitian	62
4.1.1. Keadaan Umum Perusahaan.....	62
4.1.1.1. Sejarah Perusahaan	62
4.1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	63
4.1.1.3. Lokasi Perusahaan.....	64
4.1.1.4. Bentuk Badan Hukum Perusahaan.....	64

4.1.1.5. Pemilik Perusahaan	65
4.1.2. Operasional Perusahaan.....	65
4.1.2.1. Alat-alat Produksi	65
4.1.2.2. Proses Produksi	67
4.1.2.3. Hasil Produksi	68
4.1.2.3.1. Target dan Realisasi Produksi.....	68
4.1.3. Aspek Pemasaran.....	69
4.1.3.1. Harga.....	69
4.1.3.2. Target dan Realisasi Penjualan	70
4.1.3.3. Daerah Pemasaran.....	72
4.1.3.4. Promosi	73
4.1.3.5. Peluang.....	75
4.1.3.6. Kondisi Persaingan	75
4.1.3.7. Strategi Bisnis	77
4.1.3.8. Resiko Usaha Persewaan Mobil.....	77
4.1.4. Aspek Sumber Daya Manusia	78
4.1.4.1. Jumlah Dan Tingkat Pendidikan Karyawan.....	79
4.1.4.2. Struktur Organisasi	80
4.1.4.3. Jam Kerja Dan Hari Kerja Karyawan	83
4.1.4.4. Upah Dan Sistem Penggajian.....	85
4.1.4.5. Tunjangan Karyawan	86
4.1.4.6. Pengembangan Karyawan.....	86
4.1.5. Aspek Keuangan.....	86
4.1.5.1. Sumber Dana Perusahaan	86
4.1.5.2. Neraca Perusahaan	87
4.1.5.3. Laporan Laba/Rugi	87
4.2. Data Yang Dikumpulkan.....	87
4.2.1. Deskripsi Hasil Penelitian	87
4.2.1.1. Karakteristik Responden.....	87
4.2.2. Tanggapan Responden Tentang Variabel Tangiable.....	88
4.2.3. Tanggapan Responden Tentang Variabel Reliability.....	90

4.2.4. Tanggapan Responden Tentang Variabel	
Responsivness	92
4.2.5. Tanggapan Responden Tentang Variabel Assurans	95
4.2.6. Tanggapan Responden Tentang Variabel Empaty	98
4.2.7. Tanggapan Responden Tentang Variabel	
Loyalitas Pelanggan	101
4.3. Uji Validitas Dan Reliabilitas Data/Instrumen	103
4.3.1. Uji Validitas.....	105
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	105
4.3.3. Hasil Analisa Regresi Linier Berganda	107
4.3.4. Koefisien Determinasi	111
4.3.5. Koefisien Korelasi	112
4.3.6. Pengujian Hipotesa (Uji T).....	113
4.3.6. Uji Simultan (Uji F).....	117
4.4. Pembahasan	119
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1. Kesimpulan.....	126
5.2. Saran	132
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 : Criteria of Alpha Reliabel.....	53
Tabel 4.1 : Jumlah Mobil CV.ILHAM MOTOR tahun 2009-2013.....	66
Tabel 4.2 : Target dan realisasi produksi persewaan mobil di CV.ILHAM MOTOR tahun 2009 sampai 2013.....	69
Tabel 4.3 : Jenis mobil dan harga sewa mobil	69
Tabel 4.4 : Target dan realisasi penjualan tahun 2009.....	70
Tabel 4.5 : Target dan realisasi penjualan tahun 2010.....	70
Tabel 4.6 : Target dan realisasi penjualan tahun 2011.....	71
Tabel 4.7 : Target dan realisasi penjualan tahun 2012.....	71
Tabel 4.8 : Target dan realisasi penjualan tahun 2013.....	72
Tabel 4.9 : Tingkat pendidikan karyawan CV.ILHAM MOTOR	79
Tabel 4.10 : Karakteristik Responden	88
Tabel 4.11 : Jawaban responden tentang variabel X1.1.....	88
Tabel 4.12 : Jawaban responden tentang variabel X1.2.....	89
Tabel 4.13 : Jawaban responden tentang variabel X1.3.....	89
Tabel 4.14 : Jawaban responden tentang variabel X2.1.....	90
Tabel 4.15 : Jawaban responden tentang variabel X2.2.....	91
Tabel 4.16 : Jawaban responden tentang variabel X2.3.....	91
Tabel 4.17 : Jawaban responden tentang variabel X3.1.....	92
Tabel 4.18 : Jawaban responden tentang variabel X3.2.....	93
Tabel 4.19 : Jawaban responden tentang variabel X3.3.....	94
Tabel 4.20 : Jawaban responden tentang variabel X4.1.....	95
Tabel 4.21 : Jawaban responden tentang variabel X4.2.....	96
Tabel 4.22 : Jawaban responden tentang variabel X4.3.....	97
Tabel 4.23 : Jawaban responden tentang variabel X5.1.....	98
Tabel 4.24 : Jawaban responden tentang variabel X5.2.....	99
Tabel 4.25 : Jawaban responden tentang variabel X5.3.....	100
Tabel 4.26 : Jawaban responden tentang variabel Y1.....	101
Tabel 4.27 : Jawaban responden tentang variabel Y2.....	102

Tabel 4.28	: Jawaban responden tentang variabel Y3.....	103
Tabel 4.29	: Hasil Uji Validitas	104
Tabel 4.30	: Criteria Of Alpha Reliability	106
Tabel 4.31	: Hasil Pengujian Koefisien Reliabilitas	106
Tabel 4.32	: Hasil Analisis Regresi Berganda	107
Tabel 4.33	: Hasil Uji Determinasi	111
Tabel 4.34	: Hasil Uji Anova	118



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 : Kerangka Pikir	41
Gambar 3.1 : Daerah penerimaan Ho pada Uji T	59
Gambar 3.2 : Daerah penerimaan Ho pada uji F	61
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi	81
Gambar 4.2 : Daerah penerimaan Ha untuk variabel tangible	114
Gambar 4.3 : Daerah penolakan Ha untuk variabel reliability	115
Gambar 4.4 : Daerah penerimaan Ha untuk variabel responsivness	115
Gambar 4.5 : Daerah penerimaan Ha untuk variabel assurance.	116
Gambar 4.6 : Daerah penerimaan Ha untuk variabel empathy	117
Gambar 4.7 : Uji F	119



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
Lampiran 2 : Data Nilai Skor Angket Per Item Pertanyaan
Lampiran 3 : Laporan Neraca rental mobil CV. ILHAM MOTOR
Lampiran 4 : Laporan Rugi/Laba rental mobil CV. ILHAM MOTOR
Lampiran 5 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran 6 : Tabel Korelasi Pearson Product Moment
Lampiran 7 : Tabel Distribusi t
Lampiran 8 : Tabel F $\alpha = 5\%$
Lampiran 9 : Hasil pengolahan SPSS



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi pasar bebas ASEAN tahun 2015 dimana berbagai negara, bebas melakukan perdagangan ekspor dan impor antar negara sehingga menuntut pelaku ekonomi untuk mempersiapkan diri menyusun strategi menghadapi pasar global dengan cara terampil dalam berbagai sektor. Indonesia sebagai salah satu negara di dunia yang memainkan peran ekonomi memperlihatkan perkembangan ekonomi yang cukup dinamis. Terbukti dengan semakin berkembang kehidupan perekonomiannya. Perkembangan perekonomian di Indonesia di topang oleh berbagai sektor, antara lain BUMN, KOPERASI dan BUMS.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) adalah badan usaha yang modalnya sebagian besar/seluruhnya milik pemerintah/negara. Tujuan BUMN adalah melayani dan mencukupi kebutuhan masyarakat umum, meningkatkan kemakmuran dan menambah kas negara untuk membiayai pembangunan, dan membuka lapangan pekerjaan. Bidang usaha dalam BUMN meliputi Perusahaan jawatan (PERJAN), Perusahaan Umum (PERUM) dan Perusahaan Perseroan (PERSERO). Perusahaan Jawatan (PERJAN) merupakan perusahaan milik negara yang bergerak di bidang jasa. Tujuannya untuk melayani kepentingan

umum/masyarakat luas (PUBLIC SERVICE), dan Perusahaan umum (PERUM) merupakan perusahaan milik negara yang tujuannya disamping melayani kepentingan umum juga diperbolehkan mencari keuntungan, sedangkan Perusahaan Perseroan (PERSERO) merupakan perusahaan Negara yang biasanya berbentuk PT (Perseroan Terbatas), tujuannya untuk mencari laba/keuntungan.

Selanjutnya Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang atau badan hukum yang melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat berdasarkan atas asas kekeluargaan. Tujuannya untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945

Sedangkan Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) adalah badan usaha yang seluruh modalnya berasal dari seorang, sekelompok orang tertentu, atau berasal dari masyarakat umum. Tujuannya adalah untuk mencari keuntungan semaksimal mungkin, mengembangkan usaha dan modalnya, serta membuka lapangan pekerjaan. Peranan BUMS dalam perekonomian nasional adalah menggali dan memanfaatkan potensi ekonomi yang belum terpenuhi oleh perusahaan negara, membantu pemerintah memenuhi kebutuhan masyarakat, meningkatkan penerimaan defisa negara dari perusahaan swasta yang melakukan kegiatan ekspor,

impor, membantu mempercepat pertumbuhan ekonomi, meningkatkan lapangan kerja dalam upaya mengatasi pengangguran.

Dalam perkembangannya kegiatan usaha BUMS meliputi :

a) *Badan Usaha atau Perusahaan Perseorangan*

Adalah usaha yang didirikan, dimiliki, dan dimodali oleh satu orang. Pemiliknya bertanggung jawab penuh atas segala utang atau kewajiban perusahaan dengan seluruh hartanya, baik harta yang ditanamkan pada perusahaan maupun harta pribadi lainnya.

b) *Persekutuan Firma (Fa)*

Menurut KUHD, persekutuan firma adalah persekutuan yang menjalankan perusahaan dengan memakai suatu nama salah seorang anggota firma atau nama lain untuk kepentingan bersama

c) *Perseroan Terbatas (PT)*

Adalah suatu persekutuan untuk menjalankan perusahaan yang mempunyai modal usaha yang terbagi atas beberapa saham, dimana setiap sekutu atau persero turut mengambil bagian sebanyak satu atau lebih saham.

d) *Perseroan Komanditer (CV)*

Perseroan Komanditer adalah suatu bentuk perjanjian kerja sama untuk berusaha bersama antara orang-orang yang bersedia memimpin, mengatur perusahaan, serta bertanggung jawab penuh dengan kekayaan pribadinya, dengan orang-orang

yang memberikan pinjaman dan tidak bersedia memimpin perusahaan serta bertanggung jawab terbatas pada kekayaan yang diikuti sertakan dalam perusahaan itu.

Adapun badan usaha yang bergerak di bidang Perseroan

Komanditer antara lain :

- *Badan Usaha Industri*

Adalah badan usaha yang kegiatannya mengolah dari bahan mentah menjadi barang jadi yang siap untuk dikonsumsi. Contohnya perusahaan tekstil, industri logam, kerajinan tangan, assembling, dan sebagainya.

- *Badan Usaha Niaga atau Perdagangan*

Adalah usaha yang kegiatannya menyalurkan barang dari produsen kepada konsumen, atau kegiatan pertukaran atau jual beli. Contohnya grosir, pedagang eceran, supermarket, perusahaan ekspor impor, dan sebagainya.

- *Badan Usaha Jasa*

Adalah badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa, yang memberikan pelayanan jasa kepada pihak-pihak yang membutuhkannya. Contoh : jasa salon, jasa dokter, jasa bengkel, jasa notaris, jasa asuransi, jasa bank, jasa akuntan, jasa telekomunikasi, jasa transportasi dan sebagainya.

Kegiatan badan usaha jasa transportasi meliputi :

transportasi darat, transportasi laut dan transportasi udara.

Transportasi darat contohnya becak, mobil, bus, sepeda motor, taxi, truk dll. Transportasi laut contohnya sampan, kapal laut, kapal layar, perahu dll. Sedangkan transportasi udara contohnya helikopter, pesawat terbang dll.

Pada saat ini dunia transportasi darat di Indonesia merangkak naik, baik angkutan umum maupun angkutan pribadi. Kebutuhan kendaraan semakin hari semakin meningkat, masyarakat saat ini menginginkan segala sesuatunya secara praktis dan mudah, sehingga mereka membutuhkan alat transportasi untuk menyelesaikan berbagai tujuannya. Namun dengan melihat keadaan masyarakat Indonesia yang sebagian besar masih tergolong kalangan menengah kebawah, kebanyakan masyarakat belum memiliki mobil, sehingga mereka memilih untuk menggunakan jasa persewaan / rental mobil.

Adanya tingkat persaingan yang ketat diantara penyedia jasa berupa rental mobil menyebabkan pengusaha rental mobil berorientasi untuk meningkatkan kualitas pelayanannya, salah satunya adalah CV. ILHAM MOTOR yang berkedudukan di Jl. Dahlia no. 21 Gandu Mlarak Ponorogo. Yang saat ini sedang berkembang dan berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas untuk memberikan kepuasan pelanggan, sehingga menciptakan sebuah loyalitas bagi pelanggannya.

Loyalitas merupakan kesetiaan atau komitmen pelanggan terhadap suatu merek berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Sehingga Loyalitas pelanggan merupakan kunci sukses tidak hanya dalam jangka pendek tetapi dalam jangka panjang yang berkelanjutan. Data yang ada menunjukkan banyak pelanggan dari kota Ponorogo dan berbagai daerah di Jawa Timur maupun Provinsi lain, sering memanfaatkan jasa rental mobil di CV. ILHAM MOTOR saat mereka berkunjung ke Ponorogo maupun ketempat lain. Hal ini menunjukkan bahwa mereka mau menggunakan jasa tersebut karena kualitas pelayanan yang bagus yang diberikan oleh CV. ILHAM MOTOR kepada pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI RENTAL MOBIL CV. ILHAM MOTOR GANDU MLARAK PONOROGO** ”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (Dimensi, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan empathy)

terhadap loyalitas pelanggan di rental mobil CV.ILHAM MOTOR Gandu Mlarak Ponorogo ?

2. Faktor mana yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan di rental mobil CV.ILHAM MOTOR Gandu Mlarak Ponorogo ?

1.3. Batasan Masalah

Adapun pembatas ruang lingkup penelitian ini ditetapkan agar dalam penelitian nanti terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian nanti tidak menyimpang dan keluar dari sarannya.

1. Kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi Yaitu Tangible, reliability, responsiveness, Assurance, dan Emphaty.
2. Pelanggan yang menyewa mobil di CV. ILHAM MOTOR selama 3 bulan sejak bulan September 2013 sampai bulan November 2013.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui besar nya pengaruh kualitas pelayanan (Dimensi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty) terhadap Loyalitas pelanggan di CV.ILHAM MOTOR Gandu Mlarak Ponorogo

2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan di CV. ILHAM MOTOR Gandu Mlarak Ponorogo.

1.3.1. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

a. Bagi Peneliti

Sebagai referensi dalam melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan serta lebih memahami pentingnya kualitas pelayanan untuk menciptakan loyaliti bagi pelanggan

b. Bagi CV. ILHAM MOTOR Gandu Mlarak Ponorogo

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak rental mobil dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih memuaskan sehingga dapat menjadikan loyaliti bagi pelanggan serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan di masa kini dan di masa depan yang akan datang.

c. Bagi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Hasil penelitian ini dapat menambah bahan bacaan perpustakaan dan sebagai informasi dalam penelitian dengan topik yang sama.

d. Bagi Pihak Lain

Sebagai informasi dan bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Dwi Handayani, 2013, **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Soribp Manakwari**, (tidak dipublikasikan), Skripsi S1 Jurusan Akuntansi, Universitas Negeri Papua Manokwari.
- Hasan Ali, 2008, **Marketing Cetakan Pertama**, MedPress, Yogyakarta.
- Imam Ghozali, 2009, **Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS**, Badan Penerbit Univeritas Diponegoro, Semarang.
- Indriyo Gitosudarmo, 1994, **Manajemen Pemasaran**, BPFE, Yogyakarta.
- Jeaneta Monlis Pretty, 2011, **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Calista Beauty Care Ponorogo**, (tidak dipublikasikan), Skripsi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Lucky Fibrianto, 2011, **Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Bus Damri Kota Semarang**, (tidak dipublikasikan), Skripsi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Philip Kotler, 1990, **Manajemen Pemasaran**, Erlangga, Jakarta.
- Philip Kotler, 2002, **Manajemen Pemasaran Edisi Milenium**, Prehallindo, Jakarta.
- Sofjan Assauri, 1987, **Manajemen Pemasaran**, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono, 2006. **Statistik untuk Penelitian**, Alfabeta, Bandung.
- Suharsimi Arikunto, 1998, **Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek**, Rineke Cipta, Jakarta.
- Tatik Suryani, 2008, **Perilaku Konsumen**, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Trisno Musanto, 2009, **Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di CV. Sarana Media Advertising Surabaya**, (tidak dipublikasikan), Skripsi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.