

## ABSTRAK

**Selly Selvia Diandara, 1002171, Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di PT. Jaya Prima Utama Lestari** (Sensus Pada *Sub Agent* Bidang Penjualan Tiket Taman Impian Jaya Ancol). Di bawah bimbingan HP. Dyah Setiyorini, MM dan dan Oce Ridwanudin., SE., MM.

Jaya Prima *Tour & Travel* merupakan salah satu usaha perjalanan wisata di Bandung yang merupakan salah satu agen resmi dari PT. Taman Impian Jaya Ancol. Jaya Prima *Tour and Travel* memiliki pelanggan bisnis salah satunya yaitu *sub agent* bidang penjualan tiket Taman Impian Jaya Ancol. Dari tahun ke tahun pangsa pasar tiket objek wisata Taman Impian Jaya Ancol dari Jaya Prima *Tour and Travel* semakin meningkat, tetapi meningkatnya penjualan Jaya Prima *Tour and Travel* jumlah *sub agent* dari tahun 2012 ke tahun 2013 mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pesaing. Dalam usahanya untuk membentuk loyalitas Jaya Prima *Tour and Travel* berusaha membentuk kualitas hubungan baik dengan pelanggan bisnisnya. Kualitas hubungan (*relationship quality*) terdiri dari *trust*, *commitment*, dan *satisfaction*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran *relationship quality* tingkat loyalitas pelanggan dan pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dan verifikatif dengan metode yang digunakan *explanatory survey*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 54 *sub agent* bidang penjualan tiket Taman Impian Jaya Ancol dengan teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu sampel jenuh. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *path analysis*. Variabel *independent* dalam penelitian ini yaitu *trust* ( $X_1$ ), *commitment* ( $X_2$ ), dan *satisfaction* ( $X_3$ ) sedangkan variabel *dependent* yaitu loyalitas pelanggan ( $Y$ ) yang terdiri dari *word-of-mouth communication*, *repurchase intention*, *price insentisitivity*, dan *complaint behavior*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh tertinggi terhadap loyalitas pelanggan yaitu *commitment* sebesar 0,540, kemudian *satisfaction* sebesar 0,247, dan *trust* memiliki pengaruh terendah terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,192. Tanggapan *sub agent* mengenai loyalitas dinilai tinggi. Indikator yang mendapat penilaian tertinggi yaitu *compalint behavior*. Sedangkan indikator yang mendapatkan nilai rendah yaitu *price insentisitivity*. Berdasarkan pengujian SPSS 20 menunjukkan adanya korelasi simultan dan parsial antara *relationship quality* dengan loyalitas pelanggan. Adapun saran untuk perusahaan adalah meningkatkan pelayanan dan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan membentuk komitmen

Selly Selvia Diandara, 2014

**Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pt. Jaya Prima Utama Lestari**

(Sensus Pada *Sub Agent* Bidang Penjualan Tiket Taman Impian Jaya Ancol)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yang akan menciptakan kepuasan pelanggan untuk selalu menggunakan produk dan jasa dari Jaya Prima *Tour & Travel* dibandingkan pesaing.

Kata Kunci : *Relationship Quality* dan Loyalitas Pelanggan

### **ABSTRACT**

**Selly Selvia Diandara, 1002171, *Influence of Relationship Quality on Customer Loyalty at PT. Jaya Prima Utama Lestari (Census to Sub Field Sales Agent Ticket PT. Taman Impian Jaya Ancol)*. Under the guidance of Dyah Setiyorini, MM and Oce Ridwanudin., SE., MM.**

*Jaya Prima Tour & Travel is travel agency in Bandung which is one of the authorized agent of PT. Taman Impian Jaya Ancol. Jaya Prima Tour & Travel has bussines customers one of which is a sub agent Taman Impian Jaya Ancol ticket sales. From year to year the market share attraction tickets PT. Taman Impian Jaya Ancol from Jaya Prima Tour and Travel is increasing, but the increase in sales of Jaya Prima Tour and Travel number of sub agent of the year 2012 to the year 2013 has decreased. This is caused by many competitors. In its efforts to establish loyalty Jaya Prima Tour and Travel trying to form good relationships quality with business customers. Relationship quality consisting of trust, commitment, and satisfaction. This research aim to to know relationship quality picture, mount customer loyalty and relationship quality influence to customer loyalty. The type of research used are descriptive and verifikatif with methods used is explanatory survey. The sample in this study as many as 54 sub agent field of the ticket sales Taman Impian Jaya Ancol sampling technique used is borring samples. Technique of data analysis used is path analysis. The independent variable in this study are trust (X1), commitment (X2), and satisfaction (X3) a dependent variable used is customer loyalty (Y) which word-of-mouth communication, repurchase intention, price insentisitivity, and complaint behavior. The results showed that the highest influence on customer loyalty is the commitment of 0.540, then the satisfaction of 0.247, and the trusts have the lowest effect on customer loyalty of 0.192. Responses sub agent of the highly rated customer loyalty. Indicator the highest rating is complaint behavior. While the indicator is getting low value is price insensitivity. Based on testing of SPSS 20 showed a simultaneous and partial correlation between relationship quality with customer loyalty. As for suggestion for the company to improve service and quality of product so that can improve trust and also form customer*

**Selly Selvia Diandara, 2014**

***Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pt. Jaya Prima Utama Lestari***

***(Sensus Pada Sub Agent Bidang Penjualan Tiket Taman Impian Jaya Ancol)***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*commitment that will create customer satisfaction to always use the products and services from Jaya Prima Tour & Travel over competitors.*

*Keyword : Relationship Quality and Customer Loyalty.*