

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen pada PO.LISA JAYA.

Data dikumpulkan dari 205 responden yang merupakan penumpang bus PO. LISA JAYA. Dari responden 205 ini, yang layak dianalisis ternyata hanya 186 responden. Untuk mengukur pengaruh dimensi *tangible* digunakan kuesioner 10 item dengan $\alpha = 0,855$, dimensi *reliability* 6 item dengan $\alpha = 0,676$, dimensi *responsiveness* 8 item dengan $\alpha = 0,801$, dimensi *assurance* 11 item dengan $\alpha = 0,811$, dimensi *empathy* 8 item dengan $\alpha = 0,801$ dan kepuasan konsumen 5 item dengan $\alpha = 0,610$.

Analisis regresi SPSS for windows ver.12 telah digunakan dalam menguji pengaruh pengaruh kualitas layanan yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian dengan 186 responden tersebut menunjukkan hasil sebagai berikut : (1). Secara simultan kualitas layanan dimensi-dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; (2) Secara individual kualitas layanan dimensi *tangible* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; (3) dimensi *reliability* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; (4) dimensi *responsiveness* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; (5) dimensi *assurance* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; dan (6) dimensi *emphaty* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Key Words: tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, konsumen

ABSTRACT

The goal of this research was to examine the effects of service quality which are including tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy on customer satisfaction at PO. LISA JAYA.

Data was collected from 205 respondents who are PO, LISA JAYA bus passengers. From this respondent 205 only 186 respondents which has been feasible to be analyzed. For measuring the effect of tangible dimension was used 10 items questionnaires with $\alpha = 0,855$, *reliability* dimension 6 items with $\alpha = 0,676$, *responsiveness* dimension 8 items with $\alpha = 0,801$, *assurance* dimension 11 items with $\alpha = 0,811$, *empathy* dimension 8 items with $\alpha = 0,801$ and customer satisfaction 5 items with $\alpha = 0,610$.

A regression analysis of SPSS for windows ver.12 was used to test the interaction of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy on customer satisfaction. The 186 respondents indicated that : (1) Simultaneously the dimensions of service quality of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy have significant effects on customer satisfaction; (2) Individually tangible dimension has significant effects on customer satisfaction; (3) Reliability dimension has significant effects on customer satisfaction; (4) Responsiveness dimension has significant effects on customer satisfaction; (5) Assurance dimension has significant effects on customer satisfaction; and (6) Empathy dimension has significant effects on customer satisfaction.

Keywords: tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, customer