

ABSTRAK

Cipaganti merupakan perusahaan publik yang bergerak di dalam bidang jasa khususnya Transportasi dan bermarkas di Bandung. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1985. Dalam memanfaatkan jalur tol Cipularang, Cipaganti membuat trayek Jakarta-Bandung dan mendirikan sebuah *shuttle* travel Cipaganti. Dalam memanfaatkan trayek tersebut Cipaganti membangun sebuah tempat pemberhentian *Shuttle* Travel Cipaganti di kawasan Pasteur Bandung. Pelayanan yang dilakukan oleh Cipaganti ternyata masih ada keluhan yang datang dari konsumen berupa kebersihan dan kerapian bus, keamanan dan kenyamanan *Shuttle & Travel* Minibus. dan didalam minibus, serta lokasi *Shuttle & Travel* minibus Cipaganti yang tergolong kurang strategis. Dari penjelasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan travel Cipaganti Pasteur Bandung.

Jenis penelitian ini adalah *Kausalitas* (sebab-akibat) dan *deskriptif*. Objek dalam penelitian ini adalah Cipaganti Pasteur Bandung sedangkan subjek penelitian yang digunakan ialah pengguna atau pelanggan Cipaganti Pasteur Bandung. Variabel penelitian dalam penelitian ini meliputi variabel X dan Y, yaitu *tangible* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (DayaTanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empathy* (Empati) sedangkan kepuasan pelanggan (Y) yaitu *Fitur produk dan jasa*. sampel yang diambil sebanyak 400 responden dengan menggunakan teknik *Non-probability sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan regresi linear berganda.

Hasil akhir dari penelitian ini dapat diketahui bahwa Variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh sebesar 28,3% terhadap kualitas layanan, Pengaruh yang di hasilkan oleh kepuasan pelanggan cukup besar, dan sebanyak 71,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil pengujian seluruh variabel memiliki pengaruh secara parsial terutama variabel *assurance* yang memiliki nilai signifikansi 0,00.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Marketing komunikasi, jasa, dan Efektifitas

ABSTRACT

Cipaganti is a public company engaged in the field of transport and services, especially those based in Bandung. The company was founded in 1985. In making use of toll lanes Cipularang, Cipaganti make the route Jakarta-Bandung and set up a shuttle Cipaganti travel. In the stretch pemanfaatan Cipaganti build a stopping point in the Shuttle Travel Cipaganti Pasteur Bandung. Services performed by Cipaganti there are still complaints coming from the consumer in the form of bus cleanliness and tidiness, safety and comfort Shuttle & Travel Minibus. and in the minibus, as well as the location of Shuttle & Travel minibus belonging Cipaganti less strategis. Dari the explanation, this study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction Cipaganti Pasteur Bandung travel.

This type of research is causality (cause and effect) and descriptive. The object of this research is Cipaganti Pasteur Bandung while the subject of the research is that users or customers Cipaganti Pasteur Bandung. Variabel research in this study include the variables X and Y, tangible (physical evidence), Reliability (reliability), Responsiveness (DayaTanggap), Assurance (Assurance), Emphaty (Empathy) while satisfaction subscribers (Y) which features products and services. samples taken by 400 respondents using non-probability sampling technique. The analysis used in this study is a descriptive analysis and multiple linear regression.

The end result of this research can be seen that customer satisfaction has a variable effect of 28.3% on the quality of service, influence generated by a large enough customer satisfaction, and as much as 71.7% influenced by other variables not examined in this study.

Based on the results of testing all variables have a partial effect especially variable assurance that has significant value 0.00 .

Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction, Marketing communications, services, and Effectiveness