

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **3.1. Data Umum**

##### **3.1.1. Sejarah Singkat Organisasi**

Sejarah singkat berdirinya UNISIA Transport, UNISIA Transport berkaitan erat dengan Gedung Auditorium Kahar Muzakir, karna kedua unit bisnis ini dikelola langsung oleh satu direktur atau struktural, maka dari itu penulis menguraikan sejarah singkat ini diurut dari Auditorium lalu UNISIA Transport.

##### **1. Auditorium**

Auditorium dibangun pada tahun 1995 dan selesai pada tahun 2000. Pada awalnya Gedung Auditorium berfungsi untuk kegiatan internal Universitas Islam Indonesia (UII). Seiring berjalannya waktu gedung tersebut banyak yang berminat untuk digunakan sebagai keperluan pribadi, seperti acara Pernikahan, Perkumpulan, Pameran dan sebagainya, sehingga dibentuklah Pengelola Auditorium yang mengurus seluruh kegiatan yang diselenggarakan di Auditorium. Sehingga pada tahun 2002 sampai sekarang, Gedung Auditorium disewakan untuk umum.

##### **2. UNISIA Transport**

Selain persewaan gedung Auditorium, ada juga perusahaan jasa yang dikelola oleh pihak UII, yaitu UNISIA Transport. UNISIA Transport merupakan cikal bakal dari Bus UII yang awalnya dikelola oleh LAZIZ UII. Ketika itu, LAZIZ UII belum begitu baik mengurus Bus UII, dan tumpang tindih antara dikelola profesional dan

dikelola berbasis sosial. Maka mulai tahun 2012 pihak Rektorat menginginkan pengelolaan UNISIA Transport digabung dengan pengelolaan Auditorium yang sama-sama unit bisnis UII.

### **3.1.2. Visi dan Misi Perusahaan**

Visi :

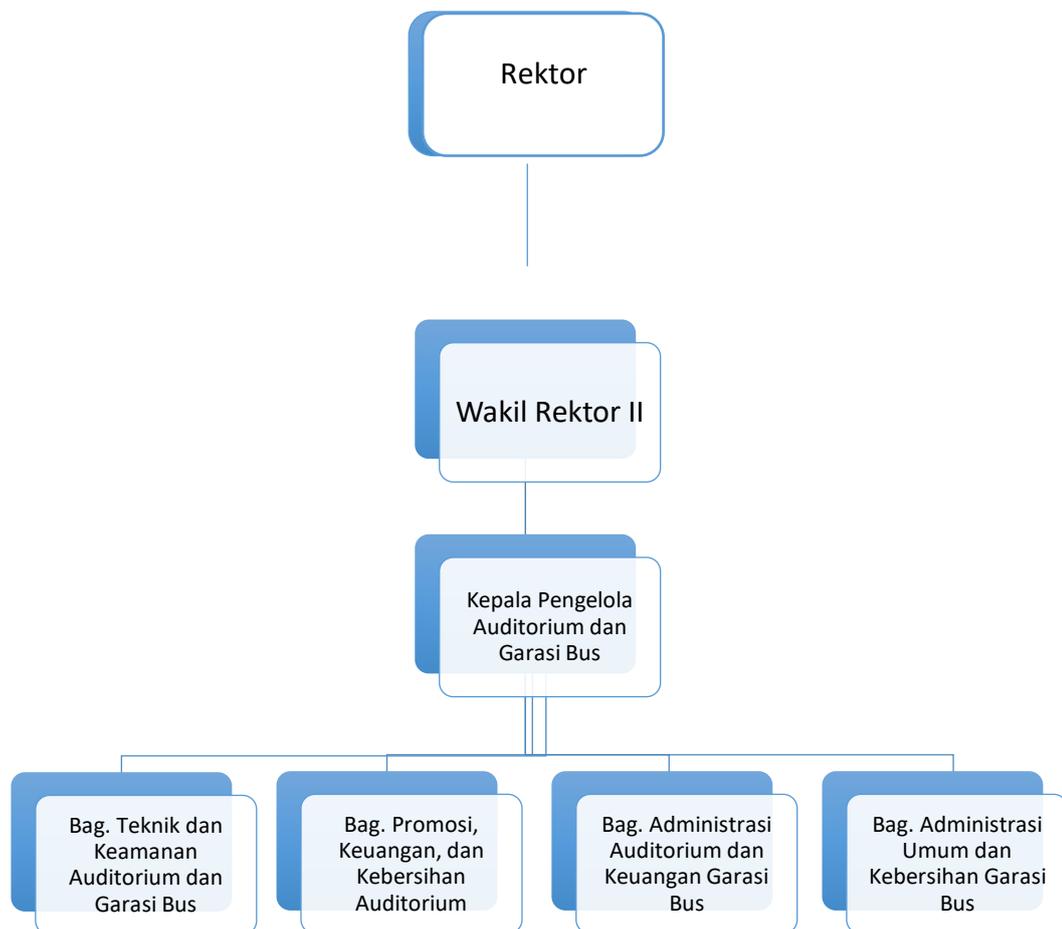
1. Menjadi pengelola Auditorium yang dapat menyediakan layanan sewa gedung dan perlengkapan berstandar sesuai prinsip bangunan
2. Menjadi pengelola layanan sewa bus dan cuci kendaraan yang ekonomis dan mampu bersaing dengan kompetitor di sekitar kampus terpadu UII.
3. Menjadi unit pendukung yang profesional dalam memberikan pelayanan civitas akademika dan masyarakat di bidang sarana, prasarana dan transportasi

Misi :

1. Memberikan layanan sarana gedung multi guna kepada internal dan eksternal UII dengan harga kompetitif
2. Menggunakan fasilitas gedung yang tersertifikasi, layak dan mengakomodir kebutuhan penyewa.
3. Menyediakan layanan sewa bus yang menjamin kenyamanan dan keselamatan konsumen.
4. Memberikan layanan jasa cuci kendaraan dengan cermat, ekonomis dan bertanggung jawab sesuai kebutuhan konsumen.
5. Menyediakan layanan transportasi yang menjamin kenyamanan dan keselamatan konsumen.

### 3.1.3 Struktur dan Tata Kerja Organisasi

**Tabel 3. 1 Strukur Organisasi Auditorium Kahar Muzakir dan Garasi Bus  
Universitas Islam Indonesia**



### **3.1.4 Tugas dan Tanggung Jawab**

#### **Kepala Pengelola Auditorium dan Garasi**

1. Bertanggungjawab terhadap semua kekayaan yang ada dan melekat di gedung Auditorium dan Garasi Bus
2. Bertanggungjawab terhadap perbaikan dan pemeliharaan gedung dan fasilitas yang ada pada Auditorium dan Garasi Bus
3. Bertanggungjawab terhadap pemeliharaan lingkungan Auditorium dan Garasi Bus
4. Bertanggungjawab terhadap penggunaan gedung dan bus
5. Bertanggungjawab dalam pembuatan dan pengoperasian prosedur/mekanisme kerja yang berhubungan dengan pengelolaan gedung Auditorium dan Garasi Bus
6. Bertanggungjawab terhadap sistem kebersihan dan keamanan di Auditorium dan Garasi Bus
7. Merencanakan dan mengajukan Rencana Kerja Anggaran Tahunan kepada Wakil Rektor II
8. Melaporkan laporan realisasi penggunaan anggaran kepada Wakil Rektor II
9. Mengkoordinasikan penyiapan penyusunan Rencana Kerja Anggaran Tahunan Garasi Bus

#### **Bagian Teknik dan Keamanan**

1. Bertanggungjawab terhadap perbaikan dan pemeliharaan instalasi listrik/lampu-lampu yang rusak/putus, sound system, telepon, AC,

perlengkapan cuci kendaraan dan pompa untuk menaikkan air dari ground water tank ke resarvoar di lingkungan Auditorium dan Garasi Bus

2. Bertanggungjawab terhadap perbaikan dan pemeliharaan bus
3. Bertanggungjawab atas pekerjaan menghidupkan dan mematikan lampu-lampu penerangan luar di lingkungan Auditorium dan Garasi Bus
4. Bertanggungjawab terhadap penggunaan AC
5. Bertanggungjawab terhadap penggunaan hidran
6. Bertanggungjawab terhadap berfungsinya instalasi kebakaran
7. Mengkoordinasikan penyiapan penyusunan Rencana Kerja Anggaran Tahunan Garasi Bus

#### Bagian Promosi, Keuangan dan Kebersihan Auditorium

1. Mengkoordinasikan sistem penggunaan gedung
2. Mengkoordinasikan promosi penggunaan gedung baik oleh pihak intern UII maupun pihak luar UII
3. Mengkoordinasikan penyiapan penyusunan Rencana Kerja Anggaran Tahunan Auditorium
4. Mengkoordinasikan penyiapan dan penyusunan laporan keuangan Auditorium
5. Membuat laporan penggunaan gedung Auditorium setiap bulan kepada Kepala Pengelola
6. Mengkoordinasikan pemeliharaan tanaman di lingkungan Auditorium
7. Bertanggungjawab terhadap kebersihan gedung dan sekitarnya
8. Melayani konsumen pengguna gedung

#### Bagian Administrasi Auditorium dan Keuangan Garasi Bus

1. Mengkoordinasikan dan membuat surat masuk dan keluar di auditorium
2. Melayani konsumen pengguna gedung
3. Mengkoordinasikan dan menyusun laporan keuangan Garasi Bus
4. Melakukan perhitungan dan pembayaran gaji karyawan Garasi Bus
5. Mengkoordinasikan pengelolaan anggaran operasional penggunaan bus

#### Bagian Administrasi Umum dan Kebersihan Garasi Bus

1. Bertanggungjawab terhadap kebersihan bus dan gedung Garasi Bus
2. Mengkoordinasikan dan membuat surat masuk dan keluar di Garasi Bus
3. Bertanggungjawab terhadap kondisi kelayakan bus sebelum digunakan
4. Mengkoordinasikan sistem penggunaan bus
5. Mengkoordinasikan pencucian kendaraan
6. Mengkoordinasikan promosi penggunaan bus baik oleh pihak intern UII maupun pihak luar UII
7. Membuat laporan penggunaan bus Auditorium setiap bulan kepada Kepala Pengelola
8. Mengkoordinasikan pemeliharaan tanaman di lingkungan Garasi Bus
9. Bertanggungjawab terhadap kebersihan Garasi Bus dan sekitarnya
10. Melayani konsumen pengguna bus

### **3.2 Data Khusus**

Data khusus ini menjelaskan hasil analisis tentang “Penerapan Kualitas Pelayanan Guna Memenuhi Kepuasan Pelanggan UNISIA Transport”. Penulis disini menguraikan dua pembahasan. pertama menjelaskan penerapan kualitas pelayanan di UNISIA Transport. Kedua akan menjelaskan hasil identifikasi tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan di UNISIA Transport.

#### **3.2.1 Penerapan Kualitas Pelayanan di UNISIA Transport**

UNISIA Transport adalah salah satu Unit bisnis UII yang bergerak di bidang transportasi. UNISIA Transport melayani pencucian kendaraan (*car wash*) dan penyewaan bus (*Bus Rental*). Penulis memfokuskan observasinya terhadap kualitas pelayanan *car wash* mengingat peluangnya yang cukup besar. Sasaran utama UNISIA Transport adalah mahasiswa, dosen/karyawan dan masyarakat sekitar UII,

Melihat banyaknya pesaing bisnis yang jenis, membuat persaingan sangat ketat dalam merebut minat masyarakat agar mau menggunakan jasa yang ditawarkan, maka perusahaan UNISIA Transport berusaha untuk menarik minat masyarakat dengan cara mengedepankan kualitas pelayanan guna memenuhi kepuasan pelanggan. kualitas layanan yang diterapkan di UNISIA Transport yaitu: *Responsiveness, Assurance, Tangible, Empathy* dan *Reliability* atau yang sering kali di sebut ”RATER”.

Supaya mempermudah pembaca, penulis menguraikan konsep “RATER” sebagai berikut:

### **1. Keandalan (*Reliability*)**

UNISIA Transport merupakan perusahaan jasa yang tergolong baik dan formal karena perusahaan ini dikelola secara profesional dengan struktural yang tersusun dengan baik dan rapi. begitupun dengan pembagian tugas dan tanggung jawabnya sudah dibagi dengan rinci dan jelas, sehinggakan karyawan tidak bingung dalam melayani pelanggan. Semua karyawan memiliki kemampuan yang andal, mengetahui mekanisme kerja dan seluk-beluk prosedur kerja. Hal itu dapat menumbuhkan kepercayaan dan menimbulkan *image* yang baik di benak konsumen bahwa UNISIA Transport mampu mencuci kendaraan dengan bersih. Kepercayaan pelanggan akan pemberian pelayanan *carwash* yang bersih harus dipertahankan karena jika hal itu tidak bisa dipertahankan lantas apalagi yang mau dibanggakan oleh perusahaan. Maka dari itu, kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus benar-benar memuaskan agar pelanggan loyal dalam waktu yang lama terhadap UNISIA Transport.

Berikut ini adalah salah satu gambar keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan.



Gambar 3. 1 Proses Pengecekan Kebersihan

Gambar 3.1 di atas merupakan salah satu proses pengecekan kebersihan mobil yang sudah dicuci. Sebelum mobil diserahkan ke pemiliknya, karyawan mengecek kebersihannya terlebih dahulu. Hal tersebut untuk menunjukkan kehandalan karyawan dalam memberikan pelayanan dan untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan bahwa hasil cucian di UNISIA Transport memang benar-benar bersih.

## **2. Jaminan dan kepastian (*Assurance*)**

Perilaku karyawan mampu menumbuhkan rasa percaya dan menjaga kepercayaan pelanggan terhadap UNISIA Transport. Karyawan juga memberikan jaminan keamanan atas barang dan atau kendaraan yang dicuci di UNISIA Transport. Ketika sewaktu-waktu ada barang yang hilang atau ada masalah kerusakan kendaraan yang disebabkan kesilapan karyawan, maka perusahaan akan bertanggung jawab, Karena karyawan UNISIA Transport mengutamakan etika yang baik dalam bertindak dan sopan santun dalam bertutur kata. Hal itu bertujuan

untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan atau bisa dikatakan untuk menjaga loyalitas pelanggan.

### **3. Berwujud (*Tangible*)**

UNUSIA Transport memiliki gedung / bangunan yang memadai dan luas. di dalam gedung tersebut ada kantor untuk karyawan, ruang tunggu untuk pelanggan yang dilengkapi sofa set dilengkapi WIFI gratis dan TV sehingga pelanggan bisa bersantai sambil menunggu pelayanan selesai dan juga disediakan garasi yang luas sehingga bisa memarkir kendaraan dengan mudah.

UNUSIA Transport juga memiliki kelengkapan alat cuci motor dan mobil yaitu:

1. Penyedot Debu (*Vacuum Cleaner*), digunakan untuk membersihkan bagian interior dalam mobil seperti tempat duduk dan karpet dari debu dan kotoran lainnya yang menempel.
2. Hidrolik cuci mobil/motor(*Single Post Lift Hidrolik*), digunakan untuk mengangkat kendaraan bermotor. sehingga lebih mudah dalam proses pencucian, terutama bagian kolong kendaraan, karena dengan adanya hidrolik kita bisa menjangkau sampai ke bagian bawah kendaraan yang sulit dijangkau.
3. Mesin Steam Air (*Water Pressure*), berfungsi untuk mencuci / menyemprot kendaraan bermotor.
4. Tabung *Snowwash* (Tabung untuk Cuci Salju), menghasilkan busa berwarna yang bergumpalan seperti salju yang menutupi kendaraan ketika disemprotkan. Hasilnya tentu saja berbeda dari sabun cuci biasa. Kesan atau

efek *wax* yang membuat kendaraan terlihat licin pada setiap bagian kendaraan dapat terlihat dengan jelas.

5. Kompresor Udara (*Air Compressor*), untuk menaikkan hidrolik saat melakukan pencucian kendaraan bermoto dan juga bisa digunakan untuk memberikan tekanan pada tabung *snowwash* (tabung salju), untuk membantu waktu pengeringan kendaraan bermotor misalnya untuk meniup atau mengeluarkan air yang tidak dapat dijangkau dengan lap serta untuk menambah angin bagi kendaraan pelanggan yang kekurangan angin.
6. Lap Chamois digunakan untuk menyeka sisa air khusus kendaraan.
7. Sikat untuk membersihkan bagian-bagian tertentu seperti ban dan velg.
8. Spon (Busa), untuk mencuci atau menggosok kendaraan ketika kendaraan disemprot menggunakan busa salju sehingga dapat menjangkau seluruh permukaan kendaraan.

Berikut ini adalah salah gambar proses pencucian



Gambar 3. 2 Proses Pencucian Mobil

UNISIA Transport merupakan perusahaan yang menitik beratkan terhadap kualitas pelayanan, hal ini dibuktikan dengan penyediaan pelayanan antar jemput mobil/motor pelanggan yang mau dicuci. Pelayanan antar jemput yang diterapkan disini merupakan salah satu inovasi baru yang menjadi nilai plus di perusahaan ini dalam memberikan pelayanan yang baik karena hal ini sangat mempermudah pelanggan yang membutuhkan pelayanan jasa *car wash* di UNISIA Transport. Pelanggan tidak perlu repot-repot lagi mengantarkan dan menunggu kendaraannya hingga selesai dicuci. pelanggan tinggal melakukan order melalui *Telephone* (2525) ataupun melalui sosial media lainnya seperti *Instagram* (@*unisia\_transport*), *WhatsApp* dan SMS (+6287839985803).

#### **4. Empati (*Empathy*)**

Karyawan UNISIA Transport memberikan perhatian yang tulus kepada setiap pelanggan dengan harapan bisa mengetahui segala kebutuhan konsumen. Setiap pelanggan yang datang dipersilahkan untuk duduk dan disuguhkan minuman. Karyawan seringkali melakukan pendekatan dengan cara menyesuaikan kultural dan emosional sehingga karyawan dan pelanggan merasa sangat dekat dan bisa melakukan komunikasi dengan cair. Tidak jarang disana sering ada tawa renyah diantara mereka, sehingga hal itu dapat membuat pelanggan loyal. Ketika pelanggan sudah loyal terhadap perusahaan, itu menandakan bahwa pelanggan sudah puas dengan pelayanan yang diberikan.

Setiap pelanggan menginginkan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pribadinya. Maka dalam hal ini karyawan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keinginannya. Karyawan selalu berusaha memberikan pelayanan yang prima untuk mewujudkan kepuasan kepada pelanggan. Ketika kepuasan dapat diwujudkan, maka pelanggan akan loyal terhadap perusahaan.

#### **5. Ketanggapan (*Responsiveness*)**

Karyawan UNISIA Transport mempunyai daya tanggap dalam melayani karyawan, responsif dalam mengatasi keluhan pelanggan, memberikan solusi yang tepat dan cepat kepada pelanggan, misalnya ketika pelanggan membutuhkan pelayanan *carwash* maka pelanggan diberi kemudahan dengan cara melakukan order lewat *Telephone* (2525) ataupun melalui sosial media lainnya seperti *Instagram* (@*unisia\_transport*), *WhatsApp* dan *SMS* (+6287839985803). Setelah pelanggan melakukan order maka karyawan akan menjemput kendaraan ketempat pelanggan dan mengantarkan setelah selesai dicuci.

Berikut ini adalah salah gambar saat melayani order melalui telephone.



Gambar 3. 3 Pelayanan Melalui Telephone

### 3.2.2 Identifikasi Kepuasan Pelanggan UNISIA Transport

#### a. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam menyaring data adalah kuisisioner. Kuisisioner merupakan media pengumpulan data berupa daftar beberapa pertanyaan tertulis yang diajukan pada responden penelitian. Dalam kuisisioner ini disediakan alternatif jawaban dari setiap butir pernyataan sehingga responden dapat memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat dan keadaan yang responden alami dengan cara membubuhkan tanda ceklis (  $\surd$  ). Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dielaborasi menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel tersebut dijadikan sebagai barometer dalam menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Jawaban	Nilai
1	Sangat Tidak Puas (STP)	1
2	Tidak Puas (TP)	2
3	Puas (P)	3
4	Sangat Puas (SP)	4

Tabel 3. 3 Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Butir
Kualitas Pelayanan	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi	1,2,3
	Jaminan dan kepastian ( <i>Assurance</i> )	Berhubungan dengan kemampuan karyawan dalam hal: Komunikasi ( <i>comunicatio</i> ), kredibilitas ( <i>credibility</i> ), keamanan ( <i>security</i> ), kompetensi ( <i>competence</i> ), dan sopan santun ( <i>courtesy</i> ).	4,5,6
	Berwujud ( <i>Tangible</i> )	Penampilan dan kemampuan sarana dan prasaran fisik perusahaan yang dapat dapat diandalkan. Hal ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawainya	7,8,9
	Empati ( <i>Empathy</i> )	Perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan dan berusaha memahami keinginan pelanggan.	11,12, 13

Lanjutan Tabel 3.3

	Dayatanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat	14,15
--	--	--	-------

Sumber: Lupiyoadi dan Hamdani (2013).

### b. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah Pelanggan yang menggunakan jasa *CarWash* di UNISIA Transport dan masih aktif dalam periode 5 Februari 2018 hingga 20 Juli 2018 yang berjumlah sekitar 100 pelanggan. Namun pihak perusahaan tidak dapat memberikan data pelanggan secara rinci untuk penelitian ini dikarenakan alasan rahasia perusahaan.

Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012). Dengan teknik tersebut setiap responden dalam penelitian ini dipilih melalui *screening question* yaitu dengan menentukan kriteria responden harus sudah lebih dari dua kali menggunakan jasa *Car Wash* di UNISIA Transport, penulis disini mendapatkan sampel 30 responden karna sampel yang diambil adalah pelanggan yang sering menggunakan pelayanan jasa di UNISIA Transport atau pelanggan yang menggunakan pelayanan jasa sudah lebih dari dua kali.

### c. Uji Reliabilitas dan Validitas

Sebelum instrument penelitian digunakan, maka perlu dilakukan uji validitas terlebih dahulu guna mendapatkan instrument penelitian yang valid serta reliable agar dapat digunakan sebagai sumber data penelitian.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dengan menggunakan bantuan Statistical Product and Service Solution (SPSS) agar memudahkan dalam melakukan penghitungan. Item pernyataan dikatakan valid jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  table ( $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel).

**Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Terhadap Kualitas Pelayanan**

Variabel	No. Item	R Hitung	R Table	Keterangan
<i>Reliability</i>	1	0,681	0,553	Semua valid
	2	0,555	0,553	
	3	0,557	0,553	
<i>Assurance</i>	4	0,563	0,553	Semua valid
	5	0,615	0,553	
	6	0,561	0,553	
<i>Tangible</i>	7	0,554	0,553	Semua Valid
	8	0,558	0,553	
	9	0,563	0,553	
<i>Empathy</i>	10	0,650	0,553	Semua Valid
	11	0,782	0,553	
	12	0,720	0,553	
<i>Responsivene</i>	13	0,557	0,553	Semua Valid
	14	0,554	0,553	
	15	0,560	0,553	

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Dari Tabel 3.4 diatas dapat disimpulkan bahwa semua item tersebut semuanya valid, karena nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  table ( $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel).

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkain alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan berulang. Suatu konstrukstur atau variabel dikatakan reliabel, jika memiliki nilai alpha cronbach  $\geq 0,50$  (Sugiyono,2009). Berikut ini merupakan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap 30 orang responden yang dinilai memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

Untuk lebih jelasnya, berikut penulis cantumkan tabel hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap semua item instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data.

**Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Kualitas Pelayanan**

<b>Variabel</b>	<b>No. Item</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Status</b>
<i>Responsiveness</i>	1-3	0,558	Reliabel
<i>Assurance</i>	4-6	0,623	Reliabel
<i>Tangible</i>	7-9	0,557	Reliabel
<i>Empathy</i>	9-12	0,623	Reliabel
<i>Reliability</i>	13-15	0,875	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan tabel 3.5 dapat dilihat bahwa uji reabilitas yang dilakukan terhadap 30 orang responden menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel. Hal ini disimpulkan dengan melihat bahwa setiap variabel memiliki nilai alpha

cronbach 43 sama dengan atau lebih dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh pernyataan yang dibuat dinilai layak dan dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

#### **d. Pembahasan**

##### **1. Profil Responden**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 30 responden, maka dapat diidentifikasi karakteristik responden sebagai berikut :

##### **1. Jenis Kelamin**

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

**Tabel 3. 6 Jenis Kelamin Responden**

<b>No</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
1	Laki-laki	18	60%
2	Perempuan	12	40 %
Total		30	100%

Sumber : Data Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 3.6 di atas dapat diketahui bahwa dari 30 responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah laki-laki sebanyak 18 responden atau 60% dan perempuan sebanyak 12 responden atau 40%. Tabel tersebut menunjukkan bahwa pelanggan UNISIA Transport lebih banyak jenis kelamin laki-laki. Hal ini senada

dengan asumsi yang menyatakan bahwa laki-laki kebanyakan suka koleksi kendaraan, suka touring menggunakan kendaraan bermotor dan suka otomotif, oleh sebab itu laki-laki sangat menjaga kebersihan kendaraan.

### 1. Usia

Berdasarkan jenis kelamin, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 3. 7 Usia Responden**

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	> 15 s/d 20 tahun	3	10%
2	> 20 s/d 25 tahun	21	70%
3	> 25 s/d 30 tahun	3	10%
4	> 30 s/d 40 tahun	3	10%
Total		30	100%

Sumber : Data Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 3.7 di atas dapat diketahui bahwa terdapat 3 atau 10% responden berusia > 15 s/d 20 tahun, 21 atau 70% responden berusia > 20 s/d 25 tahun, 3 atau 10% responden berusia > 25 s/d 30 tahun, dan 3 atau 10% responden berusia > 30 s/d 40 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan UNISIA Transport lebih banyak yang berusia dewasa, karena memang pangsa pasar yang ditarget adalah mahasiswa dan dosen UII.

## 2. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

**Tabel 3. 8 Tingkat Pendidikan Responden**

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMA / sederajat	2	7%
2	D3 / sederajat	13	43%
3	S-1 sederajat	13	43%
4	S-2 sederajat	2	7%
Total		30	100%

Sumber : Data Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 3.8 di atas dapat diketahui bahwa terdapat 2 atau 7% responden berpendidikan SMA / sederajat, 13 atau 43% responden berpendidikan D3 / sederajat, 13 atau 43% responden berpendidikan S-1 sederajat, dan 2 responden berpendidikan S-2 sederajat. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pendidikan pelanggan UNISIA Transport mayoritas mempunyai pendidikan tingkat Diploma 3 dan Sarjana.

### 3. Pekerjaan

Berdasarkan tingkat pekerjaan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

**Tabel 3. 9 Kasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Mahasiswa/pelajar	21	70%
2	Dosen/Karyawan	7	24%
3	Pengusaha/Wiraswasta	1	3%
4	Lain-lain	1	3%
Total		30	100%

Sumber : Data Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 3.9 tersebut dapat diketahui bahwa responden dalam survei ini adalah sebagian besar Mahasiswa sebanyak 21 atau 70% responden, 7 atau 24% responden bekerja sebagai dosen/Karyawan, 1 atau 3% responden bekerja sebagai Pengusaha/Wiraswasta dan lain-lain sebanyak 1 atau 3% responden atau 3.3%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pekerjaan pelanggan UNISIA Transport mayoritas mahasiswa/pelajar yaitu sebanyak 70% dan sebagai dosen/karyawan sebanyak 24%. Hal ini menunjukkan bahwa dari segi pekerjaan pelanggan UNISIA Transport mayoritas masih kuliah dan sebagian sebagai dosen dan karyawan.

#### 4. Penghasilan

Berdasarkan penghasilan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut

**Tabel 3. 10 Kasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Penghasilan	Jumlah	Persentase
1	<=Rp1.000.000,-	9	30%
2	> Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 2.000.000,-	6	20%
3	> Rp. 2.000.000,- s/d Rp. 3.000.000,-	4	13%
4	> Rp. 3.000.000,- s/d Rp. 5.000.000,-	4	13%
5	Lain-lain	7	24%
Total		30	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 3.10 di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 9 atau 30% responden berpenghasilan <=Rp. 1.000.000,00. 6 atau 20% responden berpenghasilan > Rp. 1.000.000,00 s/d Rp. 2.000.000,00. 4 atau 13% responden berpenghasilan > Rp. 2.000.000,- s/d Rp. 3.000.000,- dan 4 atau 13% responden berpenghasilan > Rp. 3.000.000,- s/d Rp. 5.000.000,- sedangkan yang menjawab lain-lain sebanyak 7 atau 24% responden. dari keterangan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar karyawan atau 30% responden memiliki pendapatan <=Rp1.000.000,00, sedangkan 24% responden yang menjawab lain-lain dapat diartikan memiliki pendapatan lebih dari 5.000.000,00. Hal itu sangat sesuai dengan pekerjaan responden sebagai mahasiswa/pelajar dan sebagian dari dosen dan karyawan.

## 5. Jasa yang diterima di UNISIA Transport

Berdasarkan Jasa yang diterima di UNISIA Transport, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut.

**Tabel 3. 11 Kasifikasi Responden Berdasarkan Jasa Yang Diterima**

No	Jasa yang diterima	Jumlah	Persentase
1	Cuci motor	15	50%
2	Cuci mobil	9	30%
3	Cuci motor dan mobil	6	20%
Total		30	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 3.11 di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 15 atau 50% responden sudah menerima pelayanan jasa cuci motor, 9 atau 30% responden sudah menerima pelayanan jasa cuci mobil dan 6 atau 20% responden sudah menerima pelayanan jasa cuci motor dan mobil. Dari hasil pemaparan hasil tersebut simpulkan bahwa responden sebagian besar sebagai pelanggan cuci motor yaitu sebanyak 50%. Hal ini sangat logis jika dikaitkan dengan pendapatan dan pekerjaan responden tersebut.

## 2. Analisis Deskripsi Kepuasan Pelanggan

Berikut ini terdapat tabel hasil penilaian terhadap variabel penelitian:

**Tabel 3. 12 Kasifikasi Responden Berdasarkan Keandalan (*Reliably*)**

NO	Pernyataan	STP	TP	P	SP	Total
1	Kecepatan teknisi/karyawan UNISIA Transport dalam melayani pelanggan	1 3%	0 0%	18 60%	11 37%	30 100%
2	Pelayanan UNISIA Transport dapat di percaya oleh pelanggan	0 0%	0 0%	17 57%	13 43%	30 100%
3	UNISIA Transport mampu mencuci kendaraan dengan bersih	1 3%	0 0%	17 57%	12 40%	30 100%
Rata-rata		1 2%	0	17 58%	12 40%	30 100%

Sumber : Data Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 3.12 di atas dari jawaban untuk pernyataan no. 1 sebanyak 1 atau 3% responden menjawab sangat tidak puas, 18 atau 60% responden menyatakan puas, dan 11 atau 37% responden menjawab sangat puas. Dan untuk pernyataan no. 2 sebanyak 17 atau 57% responden menjawab puas, dan 13 atau 43% responden menjawab sangat puas. Sedangkan untuk pernyataan no. 3 sebanyak 1 atau 3% responden menjawab sangat tidak puas, 17 atau 57% responden menjawab puas, dan 12 atau 40% responden menjawab sangat puas. Dari hasil tabel terkait keandalan dapat kita lihat bahwa responden lebih banyak yang menyatakan puas cenderung sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa

kecepatan teknisi/karyawan UNISIA Transport dalam melayani pelanggan sudah baik, pelayanan UNISIA Transport sudah dapat di percaya oleh pelanggan, dan UNISIA Transport mampu mencuci kendaraan dengan bersih

**Tabel 3. 13 Penilaian Responden terhadap Jaminan dan kepastian  
(Assurance)**

<b>NO Kuisisioner</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>STP</b>	<b>TP</b>	<b>P</b>	<b>SP</b>	<b>Total</b>
<b>4</b>	UNISIA Transport menjamin keamanan barang dan atau kendaraan pelanggan	0 0%	0 0%	<b>18</b> <b>60%</b>	<b>12</b> <b>40%</b>	30 100%
<b>5</b>	UNISIA Transport menjaga loyalitas pelanggan	<b>1</b> <b>3%</b>	0 0%	<b>21</b> <b>70%</b>	<b>8</b> <b>27%</b>	30 100%
<b>6</b>	UNISIA Transport mengutamakan kesopanan dan etika dalam melayani pelanggan	0 0%	0 0%	<b>18</b> <b>60%</b>	<b>12</b> <b>40%</b>	30 100%
Rata-rata		0 <b>1%</b>	0	<b>19</b> <b>63%</b>	<b>11</b> <b>36%</b>	30 100%

Sumber : Data Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 3.13 di atas dari jawaban untuk pernyataan no. 4 sebanyak 18 atau 60% responden menjawab puas, dan 12 atau 40% responden menyatakan sangat puas. Dan untuk pernyataan no. 5 sebanyak 1 atau 3% responden menjawab puas, dan 21 atau 70% responden menjawab sangat puas, 8 atau 27% responden menjawab sangat puas. Sedangkan untuk pernyataan no. 6 sebanyak 18 atau 60% responden menjawab puas, dan 12 atau 40% responden menjawab sangat puas. Dari hasil tabel terkait jaminan dapat kita lihat bahwa responden lebih banyak yang menyatakan puas. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian pelayanan kepada

pelanggan UNISIA Transport sudah baik, barang dan atau kendaraan pelanggan dijaga dengan baik sehingga keamanannya terjamin, karyawan menjaga loyalitas pelanggan, kesopanan dan etika yang diterapkan dalam melayani pelanggan sudah baik.

**Tabel 3. 14 Penilaian Responden terhadap Bukti fisik (*Tangible*)**

<b>NO Kuisisioner</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>STP</b>	<b>TP</b>	<b>P</b>	<b>SP</b>	<b>Total</b>
<b>7</b>	UNISIA Transport Memiliki kelengkapan alat cuci motor dan mobil (Vakum, hidrolik dan kompresor)	<b>1</b> <b>3%</b>	<b>0</b> <b>0%</b>	<b>17</b> <b>57%</b>	<b>12</b> <b>40%</b>	<b>30</b> <b>100%</b>
<b>8</b>	UNISIA Transport memberikan ruang tunggu yang nyaman di lengkapi dengan wifi gratis	<b>3</b> <b>10%</b>	<b>0</b> <b>0%</b>	<b>16</b> <b>53%</b>	<b>11</b> <b>37%</b>	<b>30</b> <b>100%</b>
<b>9</b>	UNISIA Transport memberikan pelayanan antar jemput kendaraan	<b>4</b> <b>13%</b>	<b>0</b> <b>0%</b>	<b>15</b> <b>50%</b>	<b>11</b> <b>37%</b>	<b>30</b> <b>100%</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>3</b> <b>9%</b>	<b>0</b> <b>0%</b>	<b>16</b> <b>53%</b>	<b>11</b> <b>38%</b>	<b>30</b> <b>100%</b>

Sumber : Data Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 3.14 di atas dari jawaban untuk pernyataan no. 7 sebanyak 1 atau 3% responden menjawab sangat tidak puas, 17 atau 57% responden menyatakan puas, dan 12 atau 40% responden menjawab sangat puas. Dan untuk pernyataan no. 8 sebanyak 3 atau 10% responden menjawab sangat tidak puas, 16 atau 53% responden menjawab puas, dan 11 atau 37% responden menjawab sangat puas. Sedangkan untuk pernyataan no. 9 sebanyak 4 atau 13% responden menjawab

sangat tidak puas, 15 atau 50% responden menjawab puas, dan 11 atau 37% responden menjawab sangat puas. Dari hasil tabel terkait bukti fisik dapat kita lihat bahwa responden lebih banyak yang menyatakan puas. Hal ini menunjukkan bahwa kelengkapan alat cuci motor dan mobil sudah memadai, penyediaan ruang tunggu yang nyaman dan dilengkapi *wifi* gratis sudah memenuhi kebutuhan pelanggan, pemberian pelayanan antar jemput kendaraan pelanggan sudah sudah baik.

**Tabel 3. 15 Penilaian Responden terhadap Empati (*Empati*)**

<b>NO Kuisisioner</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>STP</b>	<b>TP</b>	<b>P</b>	<b>SP</b>	<b>Total</b>
<b>10</b>	UNISIA Transport selalu memperhatikan keinginan pelanggan	<b>2</b> <b>7%</b>	<b>0</b> <b>0%</b>	<b>22</b> <b>73%</b>	<b>6</b> <b>20%</b>	<b>30</b> <b>100%</b>
<b>11</b>	UNISIA Transport selalu memberikan pelayanan yang tepat terhadap kebutuhan pelanggan	<b>1</b> <b>3%</b>	<b>0</b> <b>0%</b>	<b>23</b> <b>77%</b>	<b>6</b> <b>20%</b>	<b>30</b> <b>100%</b>
<b>12</b>	UNISIA Transport memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keinginannya	<b>1</b> <b>3%</b>	<b>6</b> <b>20%</b>	<b>23</b> <b>77%</b>	<b>0</b> <b>0%</b>	<b>30</b> <b>100%</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>1</b> <b>4%</b>	<b>2</b> <b>7%</b>	<b>23</b> <b>76%</b>	<b>4</b> <b>13%</b>	<b>30</b> <b>100%</b>

Sumber : Data Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 3.15 di atas dari jawaban untuk pernyataan no. 10 sebanyak 2 atau 7% responden menjawab sangat tidak puas, 22 atau 73% responden menyatakan puas, dan 6 atau 20% responden menjawab sangat puas. Dan untuk pernyataan no. 11 sebanyak 1 atau 3% responden menjawab sangat tidak puas, 23

atau 77% responden menjawab puas, dan 6 atau 20% responden menjawab sangat puas. Sedangkan untuk pernyataan no. 12 sebanyak 1 atau 3% responden menjawab sangat tidak puas, 6 atau 20% responden menjawab tidak puas, dan 23 atau 77% responden menjawab puas,. Dari hasil tabel terkait kehandalan dapat kita lihat bahwa responden lebih banyak yang menyatakan puas. Hal ini menunjukkan bahwa perhatian pelanggan terhadap keinginan pelanggan sudah baik, memberikan pelayanan yang tepat terhadap pelanggan dan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keinginannya sudah diterapkan dengan baik.

**Tabel 3. 16 Penilaian Responden terhadap Daya Tanggap (*Responsibility*)**

No Kuisisioner	Pernyataan	STP	TP	P	SP	Total
13	UNISIA Transport memberikan kemudahan dan solusi atas permasalahan pelanggan dalam pemesanan layanan	2 7%	0 0%	22 73%	6 20%	30 100%
14	UNISIA Transport melayani antar jemput kendaraan tepat waktu yang dijanjikan	5 17%	0 0%	16 53%	9 30%	30 100%
15	UNISIA Transport cepat tanggap melayani pelanggan	0 0%	0 0%	20 67%	10 33%	30 100%
Rata-rata		2 8%		19 64%	9 28%	30 100%

Sumber : Data Diolah, 2018.

Berdasarkan Tabel 3.16 di atas dari jawaban untuk pernyataan no. 13 sebanyak 2 atau 7% responden menjawab sangat tidak puas, 22 atau 73% responden

menyatakan puas, dan 6 atau 20% responden menjawab sangat puas. Dan untuk pernyataan no. 14 sebanyak 5 atau 17% responden menjawab sangat tidak puas, 16 atau 53% responden menjawab puas, dan 9 30% responden menjawab sangat puas Sedangkan untuk pernyataan no. 15 sebanyak 20 atau 67% responden menjawab puas, dan 10 atau 33% responden menjawab sangat puas. Dari hasil tabel terkait kehandalan dapat kita lihat bahwa responden lebih banyak yang menyatakan puas. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian kemudahan dan solusi atas permasalahan pelanggan dalam pemesanan layanan sudah baik, pelayan antar jemput kendaraan sudah tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan oleh karyawan, kecepatan dan dan daya tanggap karyawan dalam melayani pelanggan sudah baik.