

**EVALUASI KUALITAS JASA PELAYANAN
TRANSPORTASI PADA P.O PUTRA FAJAR
DI PEKALONGAN**

SKRIPSI



**Disusun Oleh :
Guruh Pramono**

98 311 614

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
JOGJAKARTA**

2006

**Evaluasi Kualitas Jasa Pelayanan
Transportasi Pada P.O Putra Fajar Di Pekalongan**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujianguna memperoleh gelar
Sarjana Strata S-1 diprogram Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Islam Indonesia



Oleh :

Nama : Guruh Pramono

Nomor Mahasiswa : 98311614

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
JOGJAKARTA**

2006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

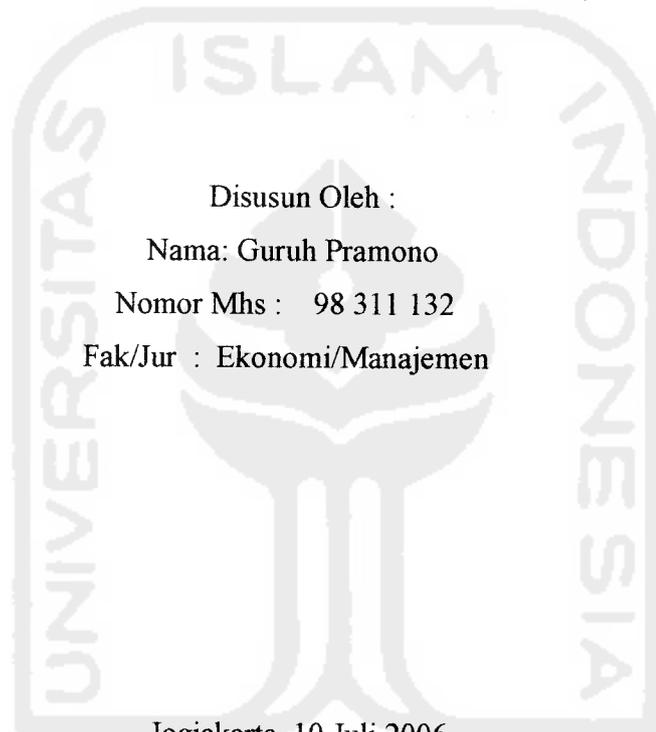
Yogyakarta, 10 Juli 2006



Guruh Pramono

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dengan judul :
Evaluasi Kualitas Jasa Pelayanan Transportasi Pada P.O Putra Fajar Di Pekalongan



Disusun Oleh :

Nama: Guruh Pramono

Nomor Mhs : 98 311 132

Fak/Jur : Ekonomi/Manajemen

Jogyakarta, 10 Juli 2006

Dosen Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M Nasito', is written over the printed name of the supervisor.

Drs. Moh. Nasito, MM

MOTTO DAN KATA BIJAK

*Tidak akan kuterima pernyataan
Yang menyatakan
Tentang hidupku dari orang lain (SC)*

*Takdir yang diberikan Allah adalah
Takdir yang terbaik bagi kita (GP)*

*Man Jada Wa Jada
Barang siapa bersungguh-sungguh
Dia akan berhasil (Pepatah Arab)*

*Maut bukanlah kehilangan terbesar dalam hidup
Kehilangan yang terbesar adalah
Apa yang mati dalam sanubari
Sementara kita masih hidup (tak dikenal)*

*JASMERAH.....
Jangan sekali melupakan sejarah (Ir. Soekarno)*

*Jangan pernah berdo'a agar hidup ini mudah
Tapi berdo'alah agar kita menjadi kuat (Kalkuta)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah

Yang maha pemurah lagi maha penyayang

Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam

Maha pemurah lagi maha penyayang

Yang menguasai hari pembalasan

Hanya engkau yang kami sembah dan

Hanya engkau kami

Mohon perlindungan

Tunjukilah kami jalan yang lurus

(yaitu)jalan orang-orang yang engkau beri nikmat kepada mereka,

Bukan (jalan) mereka yang dimurkai dan bukan (pula jalan) mereka yang

Sesat....

Karya kecil ini kupersembahkan pada :

- ✚ Papah (H.Soekisno) dan Bo"e (Hj. Muninggar)
- ✚ Mas-masku (gatot aji suseno, gatot surendro, dan guntur susetyo) serta mbak-mbakku (mbak wiewiek dan mbak pipit)
- ✚ All my familly N friend (pekalongan dan jogja)
- ✚ Untuk hidup dan masa depanku (Suci Nurningsih)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul "Evaluasi Kualitas Jasa Pelayanan Transportasi Pada P.O Putra Fajar Di Pekalongan " ini dapat diselesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan mahasiswa Program S1 Manajemen Fakultas ekonomi Universitas Islam Indonesia

Terimakasih saya sampaikan kepada Dr. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.d selaku Dekan Fakultas Ekonomi UII yang telah memberikan kepada penulis untuk belajar di fakultas yang beliau pimpin.

Terimakasih saya sampaikan kepada Dr. H.Zainal Arifin, M.Si selaku ketua program studi Manajemen Ekonomi UII yang telah memberikan izin untuk menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih saya sampaikan kepada Bapak Drs. H.Moh. Nasito, MM yang telah memberikan waktu dan perhatiannya membimbing penyelesaian skripsi ini. Terimakasih kepada Bapak-bapak dan mas-mas di bagian akademik atas dukungan moralnya sehingga saya cukup PD untuk berurusan dengan fakultas, terimakasih juga kepada para dosen yang telah memberikan ilmunya selama saya belajar di fakultas ekonomi

Terimakasih buat teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi UII khususnya angkatan 1998 untuk Bonex makasih banget celananya, Gundul semoga persahabatan ini tidak berhenti sampai kapanpun.

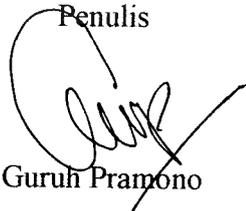
Terimakasih kepada bapak Gatot Aji Suseno, SH di P.O Putra Fajar serta warga masyarakat pekalongan selaku konsumen bus Putra Fajar yang telah dengan ikhlas mengisi questioner untuk keberhasilan penelitian ini.

Terima kasih untuk teman-teman di wisma Cazen 599 yang sekarang rumah kenangan itu rata dengan tanah karena tragedi 27 mei 2006, teman-teman di Prayan wetan, semua karyawan di pro circuit yang hampir tiap hari saya menghabiskan waktu disana, mas Nopex, thanks banget AB 4313 JZ-nya, kapan-kapan pinjam lagi. Terimakasih juga untuk ibu Tukini, bulek Sum, mbak Hesti, Menik, Yudi, Ratna, Krempeng dan masih banyak lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih banget atas kesempatan dan waktu yang kalian berikan, maafkan aku melibatkan kalian. Tanpa mereka, kapan saya lulus.

Terimakasih atak terhingga kepada Suci Nurningsih, SE atas eksplorasi ide dan dukungannya yang tidak pernah capek menemaniku menyelesaikan skripsi ini, many-many thank for your voice, sms and love. Tanpamu aku tidak seperti sekarang ini, makasih banget ya ma''e!!!!

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak. Dan demi sempurnanya penulis ini, kritik dan saran yang membangun akan selalu diterima dengan senang hati.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Penulis

Guruh Pramono

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul

**EVALUASI KUALITAS JASA PELAYANAN TRANSPORTASI
PADA P.O PUTRA FAJAR DI PEKALONGAN**

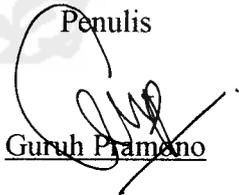
Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal **14 Juni 2006**, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat dari penulis lain, yang saya aku seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Jogjakarta, 10 Juli 2006

Penulis


Guruh Pramono

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kajian Pustaka	10
a. Landasan teori	10
b. Model empiris	11
c. Formulasi hipotesis	12
d. Hipotesis operasional	15
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Dan Peranan Alat Transportasi	18
B. Pengertian Jasa	20
C. Pengertian Kualitas	22
D. Pengertian Dimensi Service Quality	27

E. Pengukuran Service Quality	30
F. Kepuasan Pelanggan	32
G. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Populasi Dan Sampel	41
B. Teknik Pengumpulan data.....	42
C. Instrumen Penelitian Dan Skala pengukurannya	43
D. Metode analisis	45
BAB IV ANALISIS DATA	
A. Instrumen Penelitian	49
B. Analisis Gap Antara Harapan Pelanggan Dengan Persepsi Kualitas Pelayanan yang Diterima Pelanggan	52
C. Uji Signifikansi Terhadap Perbedaan Antara Harapan Pelanggan dengan Persepsi Kualitas Pelayanan yang diterima Pelanggan	55
D. Uji Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	58
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	72
B. Saran saran.....	76
C. Keterbatasan Penelitian	77
D. Implikasi Penelitian	78
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Angkutan Umum di Kota Pekalongan.....	3
Tabel 3.1 Hasil Pengembalian Quesioner	50
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Harapan, Persepsi dan Kepuasan Pelanggan	51
Tabel 4.2 Hasil uji Realibilitas dengan Cronbach Alpha.....	53
Tabel 4.3 Gap antara rata-rata harapan pelanggan dengan rata-rata persepsi Pelanggan.....	56
Tabel 4.4 Hasil uji siqnifikan terhadap perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan dalam lima dimensi serqual quality	56
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Berganda	60
Tabel 4.6 Tabel Kepentingan Konsumen.....	67
Tabel 4.7 Tabel Penilaian Konsumen	67
Tabel 4.8 Tabel Perhitungan Rata-Rata Penilaian Pelaksanaan dan Kepentingan	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Adanya kemajuan perekonomian global dewasa ini mendorong pertumbuhan sektor jasa. Banyak peluang bisnis yang muncul dari sektor ini, demikian pula halnya kesempatan kerja semakin luas. Di Indonesia perkembangan sektor jasa juga berlangsung pesat. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya presentase sektor jasa dalam Produk Domestik Bruto. Sebagai contohnya sektor jasa transportasi darat yaitu angkutan umum, karena jasa inilah yang berfungsi sebagai urat nadi yang menunjang segala aktivitas dan kelancaran roda perekonomian dan pembangunan di segala sektor.

Angkutan umum sebagai bagian dari sistem transportasi merupakan salah satu kebutuhan pokok dan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan pada umumnya. Dengan semakin majunya zaman, menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan alat angkutan khususnya dalam hal ini angkutan umum. Setiap pelanggan menginginkan suatu kualitas pelayanan yang baik. Pelanggan tidak hanya menuntut agar dapat cepat mengantarkannya ke tempat tujuan tetapi juga menginginkan suatu keamanan dan kenyamanan dalam berkendara.

Transportasi diartikan sebagai proses mengangkut atau membawa sesuatu dari satu tempat ke tempat yang lainnya. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa transportasi akan terjadi apabila dipenuhi beberapa persyaratan sebagai berikut (*Muchtaruddin, 1990:3*):

- 1) Ada muatan yang diangkut
- 2) Tersedia alat angkut yang memadai

3) Terdapat fasilitas jalan dan jembatan yang akan dilalui.

Jika para pemakai jasa atau pelanggan tidak mendapatkan kepastian dalam pelayanan yang di inginkan, maka akan terjadi penurunan tingkat efektifitas dan efisiensi pelayanan penumpang yang pada akhirnya akan merugikan perusahaan transportasi itu sendiri karena akan sangat berpengaruh besar pada tingkat penghasilan dan kelangsungan usaha itu sendiri.

Disamping itu, jika apa yang diharapkan pelanggan atau pengguna jasa tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan jasa maka akan menimbulkan gap atau kesenjangan antara apa yang diharapkan pelanggan dengan apa yang sudah perusahaan berikan. Tetapi jika perusahaan telah mampu memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan, gap atau kesenjangan itu tidak akan terjadi karena pelanggan sudah merasa terpenuhi dan terpuaskan kebutuhannya.

Jalan keluar yang harus ditempuh agar tidak terjadi gap atau kesenjangan adalah dengan memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Perusahaan harus bisa lebih jeli memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Seiring dengan meningkatnya mobilitas penduduk dari desa ke kota Pekalongan menuntut diperlukannya sarana transportasi angkutan umum yang memenuhi syarat kelancaran, kenyamanan, dan keamanan. Kondisi yang terjadi saat ini bahwa meningkatnya permintaan jasa transportasi angkutan umum, belum ditata secara maksimal sehingga pengaturan manajemen angkutan umum belum mampu menawarkan pelayanan yang memuaskan. Hal tersebut disebabkan oleh dua faktor, *pertama*, pengaturan rute dan jalur trayek angkutan umum belum didasarkan pada analisis kebutuhan pasar. *Kedua*, sikap dan kesadaran berlalu lintas para pengemudi, para penumpang dan juga para petugas terkait relatif masih rendah.

Kota Pekalongan telah mengalami perkembangan yang cukup pesat baik di bidang ekonomi, social, budaya dan lain-lain, yang mengakibatkan makin intensifnya kegiatan lahan perkotaan yang bermuara pada tuntutan akan kebutuhan fasilitas transportasi perkotaan yang memadai baik saat ini maupun saat yang akan datang.

Berdasarkan pada kajian awal penelitian bahwa angkutan umum di kota Pekalongan mengalami perkembangan yang relatif cepat. Untuk lebih jelasnya data perkembangan angkutan umum selama 5 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1
Perkembangan Jumlah Angkutan umum di Kota Pekalongan

No	Jenis Angkutan	Tahun/Jumlah				
		1999	2000	2001	2002	2003
1	Minilet	24	28	32	36	40
2	Bus	102	113	120	125	138
Jumlah		126	141	152	161	178

Sumber : DLLAJR Kota

Berdasarkan pada tabel 1 di atas terlihat bahwa terdapat 2 jenis angkutan umum yang digunakan masyarakat untuk menunjang kegiatan sehari-hari. Namun demikian dari kedua jenis angkutan umum yang ada, maka untuk jenis angkutan umum bus mempunyai armada yang relatif banyak, sehingga memerlukan penanganan yang serius. Untuk itu perlu dilakukan evaluasi apakah pengoperasiannya sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar atau malah sebaliknya terjadi kelebihan. Atas dasar itulah peneliti mencoba untuk melakukan penelitian ini guna mengevaluasi kinerja jasa transportasi angkutan kota di Kota Pekalongan.

Sebagai konsekuensi dari meningkatnya jumlah penduduk perkotaan serta semakin meningkatnya taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat menuntut diperlukannya sarana transportasi yang mampu mendukung mobilitas mereka dalam beraktifitas sehari-hari. Kondisi yang terjadi saat ini bahwa meningkatnya permintaan jasa transportasi angkutan umum sebagai dampak dari tingginya mobilitas penduduk

akan pentingnya kepuasan pelanggan terhadap kelangsungan usahanya. Jika penumpang puas akan membentuk minat menggunakan jasa angkutan ini lagi sehingga kelangsungan hidup perusahaan pun akan tetap terjaga.

Manajemen transportasi adalah sebagai usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan dengan penghasilan jasa angkutan oleh perusahaan angkutan sedemikian rupa, sehingga dengan tarif yang berlaku dapat memenuhi kepentingan umum.

Pada umumnya manajemen transportasi menghadapi tiga tugas utama (*Nasution, 1996 : 30*) :

- 1) Menyusun rencana dan program untuk mencapai tujuan dan misi organisasi secara keseluruhan.
- 2) Meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan.
- 3) Dampak sosial dan tanggung jawab sosial dalam mengoperasikan angkutan kota.

Masalah umum transportasi adalah bagaimana mencapai optimalisasi kapasitas angkutan. Kapasitas angkutan adalah kemampuan suatu alat angkut untuk memindahkan muatan atau barang dari suatu tempat ke tempat tertentu. Unsur-unsur kapasitas angkutan terdiri dari :

- 1) Berat muatan
- 2) Jarak yang ditempuh
- 3) Waktu yang dibutuhkan

Untuk pemanfaatan maksimum dari kapasitas angkutan, manajemen lalu lintas harus mampu,

- 1) Mencapai efisiensi dan operasional yang tinggi
- 2) Mencapai standar perawatan yang layak jalan dari kendaraan

- 3) Mencapai organisasi yang sehat dengan standar tanggung jawab manajemen yang tinggi

Kebutuhan akan jasa transportasi ditentukan oleh barang dan penumpang yang akan diangkut dari satu tempat ke tempat lain. Untuk mengetahui berapa jumlah permintaan akan jasa angkutan yang sebenarnya perlu dianalisis permintaan akan jasa-jasa, transportasi sebagai berikut (*Abbas Salim, 1993 : 15*):

- 1) Pertumbuhan penduduk
- 2) Pembangunan wilayah dan daerah
- 3) Industrialisasi
- 4) Transmigrasi dan penyebaran penduduk
- 5) Analisis dan proyeksi akan permintaan jasa transportasi

Penawaran jasa transportasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat ada kaitannya dengan permintaan akan jasa transportasi secara menyeluruh. Tiap model transportasi mempunyai sifat karakteristik dan aspek teknis yang berlainan, hal mana akan mempengaruhi terhadap jasa angkutan yang ditawarkan oleh pengangkutan. Dari sisi penawaran jasa angkutan dapat kita bedakan dari beberapa segi sebagai berikut :

(*Abbas, 1993 : 18*)

- 1) Peralatan yang digunakan
- 2) Kapasitas yang tersedia
- 3) Kondisi teknis alat angkutan yang dipakai
- 4) Produksi jasa yang dapat diserahkan oleh perusahaan angkut
- 5) Sistem pembiayaan dalam pengoperasian alat angkut.

Sementara itu dari segi penyedia jasa memperhatikan benar-benar agar pengguna jasa angkutan merasa puas terhadap hal-hal yang berhubungan dengan keamanan, ketepatan, keteraturan, kenyamanan, kecepatan, kesenangan, dan kepuasan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada paparan latar belakang penelitian tersebut maka masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana kualitas pelayanan pada transportasi yang dikelola oleh P.O Putra Fajar.
- 2) Apakah ada kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang sudah diterima oleh pelanggan di P.O Putra Fajar.
- 3) Apakah kualitas pelayanan jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi yang dikelola oleh P.O Putra Fajar.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang melandasi dilaksanakannya penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa pada transportasi yang dikelola oleh P.O Putra Fajar.
- 2) Untuk mengukur kualitas pelayanan jasa pada transportasi yang dikelola oleh P.O Putra Fajar apakah sudah memenuhi harapan pelanggan atau belum.
- 3) Untuk menganalisis apakah terjadi gap atau kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan di dalam pelayanan jasa P.O Putra Fajar.
- 4) Untuk menganalisis pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi yang dikelola P.O Putra Fajar.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan akan memberikan kontribusi manfaat sebagai berikut:

1) Manfaat bagi penulis

Untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah selama ini, dengan mempraktekkan dan mengembangkan teori-teori yang sudah didapat selama ini, khususnya factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan akan suatu pelayanan jasa dalam hal ini perusahaan oto bus.

Untuk mendapatkan gelar sarjana S-1 di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

2) Manfaat bagi pelaku usaha jasa transportasi dan usaha terkait

Diharapkan dapat dipergunakan sebagai acuan dalam manajemen operasional usaha transportasi khususnya dalam strategi peningkatan mutu layanan.

Diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan acuan dalam manajemen pemasaran usaha transportasi khususnya dalam strategi peningkatan kepuasan pelanggan.

3) Manfaat bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi sebagai bahan pembanding bagi penelitian lain yang ada kaitannya dengan masalah ini.

4) Manfaat bagi Pemerintah dan pembangunan

Sebagai acuan pertimbangan dalam perumusan kebijakan pembangunan wilayah perkotaan dan pedesaan dan sebagai bahan pertimbangan dalam perumusan kebijakan pembangunan transportasi.

E. Kajian Pustaka

a) Landasan Teori

Jasa transportasi adalah sebagai usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan dengan menghasilkan jasa angkutan oleh perusahaan angkutan sedemikian rupa sehingga dengan tarif yang berlaku dapat memenuhi kepentingan umum. Pada umumnya jasa transportasi menghadapi tiga tugas utama yaitu (*Nasution 1996:30*):

- 1) Menyusun rencana dan program untuk mencapai tujuan dan misi organisasi secara keseluruhan.
- 2) Meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan.
- 3) Dampak sosial dan tanggung jawab sosial dalam mengoperasikan angkutan umum.

Pembangunan ekonomi membutuhkan jasa angkutan yang cukup serta memadai. Tanpa adanya transportasi sebagai sarana penunjang tidak dapat diharapkan tercapainya hasil yang memuaskan dalam usaha pengembangan ekonomi suatu Negara. Untuk tiap tingkatan perkembangan ekonomi dari suatu negara diperlukan kapasitas angkutan yang optimum. Namun, perlu diperhatikan bahwa penentuan kapasitas termaksud dan tingkatan investasi tidak merupakan hal yang mudah.

Fungsi transportasi adalah untuk mengangkut penumpang dan barang dari suatu tempat ke tempat lain (*A.Abbas Salim, 1993 : 2*).

Kebutuhan akan angkutan penumpang tergantung fungsi bagi kegunaan seseorang (*personal place utility*). Seseorang dapat mengadakan perjalanan untuk kebutuhan pribadi atau untuk keperluan usaha. Kenyataan menunjukkan bahwa ada hubungan antara tingkatan dalam ekonomi dengan kebutuhan menyeluruh akan angkutan, dengan lain perkataan kalau aktivitas ekonomi meningkat maka kebutuhan akan angkutan meningkat pula. Pengoperasian untuk masing-masing moda transportasi

berbeda disebabkan sifat, karakteristik dan jenis alat angkutan yang digunakan tidak sama (*A.Abbas Salim, 1993 : 89*).

- 1) Angkutan darat, terdiri dari : angkutan jalan raya, angkutan kereta api, angkutan sungai, danau dan penyeberangan (ASDP).
- 2) Angkutan laut.
- 3) Angkutan udara.

Kebutuhan akan jasa transportasi ditentukan oleh barang dan penumpang yang akan diangkut dari satu tempat ke tempat yang lain. Untuk mengetahui beberapa jumlah permintaan akan jasa angkutan yang sebenarnya perlu dianalisis permintaan akan jasa angkutan yang sebenarnya perlu dianalisis permintaan akan jasa-jasa transportasi sebagai berikut (*Abbas Salim, 1993:15*): pertumbuhan penduduk, pembangunan wilayah dan daerah, industrialisasi, transmigrasi dan penyebaran penduduk serta analisis dan proyeksi akan permintaan jasa transportasi.

b) Model Empiris

Untuk menguji hipotesis penelitian, masing-masing variabel diukur dengan menggunakan instrumen dalam bentuk questioner yang berisi sejumlah pertanyaan secara tertulis guna memperoleh data dari responden. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan instrumen yang disusun oleh *Dabholkar, Thorpe dan Rentz (1996)* yang mengajukan 5 dimensi kualitas jasa pada bisnis ritel, mereka mengembangkan serta mengimbinasikan item-item SERVQUAL yang disusun oleh *Parasuraman, Zehaml dan Berry (1996)*

Dabholkar, Thorpe dan Rentz (1996) mengukur kualitas jasa melalui 5 dimensi yaitu: *physical Aspect, Reliability, Peersonal Interaction, Problem Solving dan Policy*.

Kelima dimensi ini terdiri dari 28 item, yang meliputi 17 item diambilkan dari item-item SERVQUAL dan diukur dengan menggunakan skala Likert 7 point.

Untuk mendapatkan data yang berkualitas, maka instrumen penelitian yang digunakan harus diuji validitasnya dan reliabilitasnya (*Huck dan Cornier 1996*).

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauhmana suatu alat pengukur dapat digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur (*Ancok 1989*). Untuk menguji validitas instrumen penelitian ini digunakan metode *person product moment test*, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauhmana hasil suatu pengukurandapat dipercaya (*Azwar, 1997*). Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan *Cronbach Alpha*.

c) Formulasi Hipotesis

Untuk mengukur besarnya gap antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan, digunakan alat analisis model SERVQUAL besarnya gap dapat dicari selisih antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan (*Pasaruman, Zeitham dan Berry, 1996*). Besarnya gap dapat dirumuskan sebagai berikut:

SERVQUAL score : Expectation Score – Perception Score

Adapun ketentuannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $E_s > P_s \rightarrow$ kualitas pelayanan belum sesuai dengan harapan pelanggan
- 2) Jika $E_s < P_s \rightarrow$ kualitas pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan
- 3) Jika $E_s = P_s \rightarrow$ kualitas pelayanan melebihi harapan pelanggan

Untuk menguji hipotesis pertama yaitu hipotesis tentang perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada 5 dimensi service quality digunakan *paired sample T.test*. Adapun ketentuan dari hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

HO : $\mu_1 = \mu_2 \rightarrow$ Tidak ada perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

HA : $\mu_1 \neq \mu_2 \rightarrow$ Ada perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

Dengan uji dua sisi dan menggunakan tingkat kepercayaan 95 % atau $\alpha = 5 \%$, maka akan diketahui besarnya t tabel, maka dapat diketahui terbukti atau tidaknya hipotesis yang diajukan.

Untuk menganalisis pengaruh kualitas jasa transportasi terhadap kepuasan pelanggan pada bus Putra Fajar. Penulis mengadopsikan modul yang diajukan oleh *Dabholkar, Thorpe, dan Rentz (1996)*. Sedang alat analisisnya yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Adapun modelnya dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$CS = \beta_0 + \beta_1 RSK + \beta_2 REL + \beta_3 INT + \beta_4 PSV + \beta_5 PLC$$

atau disederhanakan

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Di mana :

Y : Kepuasan pelanggan

X1 : Gap Physical Aspect

X2 : Gap Reliability

X3 : Gap Personal Inter

X4 : Gap Problem Solving

X5 : Gap Policy

β_0 : Intercep

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ dan β_5 : Koefisien regresi.

Untuk menguji hipotesis yang dikemukakan, maka digunakan uji t dan uji f. Uji t dimaksudkan untuk menguji variabel bebas yang berpengaruh secara signifikan

terhadap variabel terikat secara parsial. Uji f digunakan untuk menguji apakah secara bersama-sama variabel-variabel bebas tersebut dapat menjelaskan variabel terikat. hipotetis merupakan data yang tidak reliabel dan tidak menggambarkan secara tepat konsep yang diukur

Adapun uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Uji validitas

Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan *person product moment test* yang suatu dimensi / variabel dengan jumlah total dari item-item tersebut.

Bila hasil uji validitas item-item baik harapan, persepsi dan kepuasan pelanggan menghasilkan angka yang signifikan pada $\alpha = 5\%$. Hal ini menunjukkan bahwa semua item yang digunakan sebagai instrumen penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Dilakukan untuk mengetahui sejauhmana suatu hasil pengukuran koefisien / dapat dipercaya secara empiris, tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas.

Dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan *Cronbach Alpha*.

Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel (andal) jika nilai alpha $> 0,50$ (Nunnally dalam Riyanto 1997).

Hasil uji reliabilitas baik harapan, persepsi dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*.

Bila hasil uji reliabilitas baik harapan, persepsi dan kepuasan pelanggan pada 5 dimensi service quality menunjukkan nilai $\alpha > 0,5$, demikian juga pada kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel / andal.

d) Hipotesis Operasional

Untuk membuktikan hipotesis yang dikemukakan, dapat dilakukan pengujian dengan Diagram Kartesius.

Untuk menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja PO Putra Fajar atau disebut juga analisis tingkat kepentingan dan kinerja/ kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variable yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, di mana: X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \cdot 100\%$$

Di mana :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap factor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Di mana:

\bar{X} = skor rata-rata tingkat keuasan/ pelaksanaan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}), di mana \bar{X} merupakan rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan penumpang seluruh faktor atau atribut dan \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seluruhnya ada 15 faktor atau atribut. Seluruhnya ada K faktor di mana K= 15.

Rumusnya:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{Y}_i}{K}$$

Di mana:

K = Banyaknya atribut/ fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dengan demikian variabel *gap Physical Aspect*, *gap Reability*, *gap Personal Interaction*, *gap Problem Solving* dan *gap Policy* secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel kepuasan pelanggan secara signifikan.

Hal ini berarti mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi bersama-sama oleh *gap Physical Aspect*, *gap Reability*, *gap Personal Interaction*, *gap Problem Solving* dan *gap Policy*.

Untuk menganalisis gap antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan menggunakan analisis model SERVQUAL (*Service Quality*). Besarnya gap atau kesenjangan dapat dicari dengan rumus sebagai berikut :

SERVQUAL score = Expectation score – Perception score

Adapun ketentuannya sebagai berikut :

- 1) Jika skor harapan pelanggan > skor persepsi pelanggan → kualitas pelayanan belum sesuai dengan harapan pelanggan

- 2) Jika skor harapan pelanggan = skor persepsi pelanggan → kualitas pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan
- 3) Jika skor harapan pelanggan < skor persepsi pelanggan → kualitas pelayanan melebihi harapan pelanggan.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian dan Peranan Alat Transportasi

Transportasi merupakan suatu sarana untuk memindahkan orang atau barang dari satu tempat ke tempat yang lain. Transportasi sudah dibutuhkan manusia sejak zaman dulu. Transportasi terdiri dari transportasi darat, laut dan udara. Alat transportasi mengalami perkembangan seiring dengan semakin majunya zaman.

Persepsi orang tentang transportasi juga semakin berkembang seiring dengan perkembangan IPTEK saat ini. Di saat modern seperti ini, transportasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menunjang segala aktivitas kegiatan dan kelancaran roda perekonomian dan pembangunan di segala sektor. Dengan semakin meningkatnya aktivitas masyarakat dalam upaya menumbuhkan dan mengembangkan perekonomian dalam suatu wilayah, akan semakin meningkat pula kebutuhan akan transportasi.

Jasa transportasi adalah sebagai usaha dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan dengan menghasilkan jasa angkutan oleh perusahaan angkutan sedemikian rupa sehingga dengan tarif yang berlaku dapat memenuhi kepentingan umum. Pada umumnya jasa transportasi menghadapi tiga tugas utama yaitu (Nasution 1996:30):

- 1) Menyusun rencana dan program untuk mencapai tujuan dan misi organisasi secara keseluruhan.
- 2) Meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan.

- 3) Dampak sosial dan tanggung jawab sosial dalam mengoperasikan angkutan umum.

Pembangunan ekonomi membutuhkan jasa angkutan yang cukup serta memadai. Tanpa adanya transportasi sebagai sarana penunjang tidak dapat diharapkan tercapainya hasil yang memuaskan dalam usaha pengembangan ekonomi suatu Negara. Untuk tiap tingkatan perkembangan ekonomi dari suatu negara diperlukan kapasitas angkutan yang optimum. Namun, perlu diperhatikan bahwa penentuan kapasitas termaksud dan tingkatan investasi tidak merupakan hal yang mudah.

Fungsi transportasi adalah untuk mengangkut penumpang dan barang dari suatu tempat ke tempat lain (*A.Abbas Salim, 1993 : 2*).

Kebutuhan akan angkutan penumpang tergantung fungsi bagi kegunaan seseorang (*personal place utility*). Seseorang dapat mengadakan perjalanan untuk kebutuhan pribadi atau untuk keperluan usaha. Kenyataan menunjukkan bahwa ada hubungan antara tingkatan dalam ekonomi dengan kebutuhan menyeluruh akan angkutan, dengan lain perkataan kalau aktivitas ekonomi meningkat maka kebutuhan akan angkutan meningkat pula. Pengoperasian untuk masing-masing moda transportasi berbeda disebabkan sifat, karakteristik dan jenis alat angkutan yang digunakan tidak sama (*A.Abbas Salim, 1993 : 89*).

- 1) Angkutan darat, terdiri dari : angkutan jalan raya, angkutan kereta api, angkutan sungai, danau dan penyeberangan (ASDP).
- 2) Angkutan laut.
- 3) Angkutan udara.

Masalah umum transportasi adalah bagaimana mencapai optimalisasi kapasitas angkutan. Kapasitas angkutan adalah kemampuan suatu alat angkut untuk memindahkan muatan atau barang dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Unsur-unsur kapasitas angkutan terdiri dari : berat muatan, jarak yang ditempuh dan waktu yang dibutuhkan.

Kebutuhan akan jasa transportasi ditentukan oleh barang dan penumpang yang akan diangkut dari satu tempat ke tempat yang lain. Untuk mengetahui beberapa jumlah permintaan akan jasa angkutan yang sebenarnya perlu dianalisis permintaan akan jasa angkutan yang sebenarnya perlu dianalisis permintaan akan jasa-jasa transportasi sebagai berikut (*Abbas Salim, 1993:15*): pertumbuhan penduduk, pembangunan wilayah dan daerah, industrialisasi, transmigrasi dan penyebaran penduduk serta analisis dan proyeksi akan permintaan jasa transportasi.

B. Pengertian Jasa

Sejumlah definisi telah dikemukakan oleh pakar guna menjelaskan apa yang dimaksud dengan jasa. (*Kotler, 1997 : 13*) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan satu pihak yang dapat ditawarkan pada pihak lain yang secara esensial tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Sedangkan *Stanton, Etzel dan Walker* mendefinisikan sebagai berikut : “ *Service are identifiable, intangible activities that are the main object of transaction designed to provide want satisfaction to customers* “

Merujuk pada definisi-definisi di atas maka dapat dikatakan bahwa pada hakikatnya jasa merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang bersifat tidak

berwujud. Dengan demikian jika sesuatu barang “ diproduksi “ maka jasa “ dilaksanakan “. Disini kualitas jasa dinilai dari pelaksanaannya atau hasil kerjanya dan bukan dari karakteristik secara fisik. Dalam proses pertukarannya konsumen membayar untuk sesuatu yang tidak berwujud. Walaupun pada pembelian jasa-jasa tertentu konsumen membayar untuk sesuatu yang berwujud, seperti kartu kredit, karcis kereta api, polis asuransi, tapi pada dasarnya yang dibeli bukanlah benda-benda tersebut (Dharmmesta, 1981 : 21).

Jasa diklasifikasikan berdasarkan 2 dimensi, yang meliputi :

- 1) *Dimensi vertical*, yang mencakup tingkat intensitas tenaga kerja yang didefinisikan sebagai rasio antara biaya tenaga kerja dengan biaya modal.
- 2) *Dimensi horizontal*, mengukur tingkat interaksi dan *customization* pelanggan. *Customization* adalah variabel pemasaran yang menggambarkan kemampuan pelanggan untuk mempengaruhi secara personal sifat jasa yang disampaikan. Interaksi yang sedikit antara pelanggan dan penyedia jasa dibutuhkan pada saat jasa yang ditawarkan lebih terstandarlisasi daripada tercustomized.

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Empat karakteristik dari jasa, sebagai berikut (Kotler, 1997) :

1) *Tidak berwujud*

Jasa mempunyai sifat tak berwujud karena tidak bisa dilihat, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian.

2) *Tidak dapat dipisahkan (inseparability)*

Suatu bentuk jasa tidak dapat dipisahkan dari pribadi penjualnya. Dalam hal ini proses menghasilkan jasa dan proses mengkonsumsi berlangsung secara simultan.

3) *Keragaman (variability)*

Jasa sesungguhnya sangat mudah berubah-ubah karena jasa ini sangat tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan dan dimana disediakan. Keragaman ini menyebabkan jasa sulit distandarisasi dan sulit untuk dinilai kualitasnya.

4) *Tidak tahan lama (perishability)*

Jasa memiliki sifat cepat hilang dan tidak dapat disimpan

C. Pengertian Kualitas

Dalam kehidupan sehari-hari seringkali kita mendengar orang membicarakan masalah kualitas. Kualitas maknanya akan berlainan bagi setiap orang dan tergantung pada konteksnya. Kualitas sendiri memiliki banyak kriteria yang berubah secara terus menerus. Orang yang berbeda akan menilai dengan kriteria yang berbeda pula. Meskipun demikian kualitas dapat dirinci. Kualitas memiliki elemen-elemen sebagai berikut :

- 1) Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- 2) Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- 3) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang).

Dengan berdasarkan elemen-elemen tersebut, *Goetsch dan Davis* membuat definisi mengenai kualitas yang lebih luas cakupannya. Definisi tersebut adalah : “ *kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan* “.

Ada beberapa definisi yang sering dijumpai dalam kualitas, yaitu (*Fandy Tjiptono, 1997 : 24*) :

- 1) Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan.
- 2) Kecocokan untuk pemakaian.
- 3) Perbaikan berkelanjutan.
- 4) Bebas dari kerusakan atau cacat.
- 5) Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat.
- 6) Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal.
- 7) Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

David Garvin (dalam Lovelock, 1994, pp.98-99 ; Ross, 1993, pp.97-98) mengidentifikasi adanya lima alternatif perspektif kualitas yang sering digunakan yaitu :

1) *Transcendental Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya ditetapkan dalam seni musik, drama, seni tari, dan seni rupa. Fungsi perencanaan, produksi dan pelayanan suatu perusahaan sulit sekali menggunakan definisi seperti ini sebagai dasar manajemen kualitas.

2) *Product-Based Approach*

Pendekatan ini menganggap kualitas sebagai karakteristik yang dapat dikuantifikasikan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Karena pandangan ini sangat objektif, maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera dan preferensi individual.

3) *User-Based Approach*

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Prespektif yang subyektif dan *demand-oriented* ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

4) *Manufacturing-Based Approach*

Perspektif ini bersifat *supply-based* dan terutama memperhatikan praktik-praktik perikayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sama dengan persyaratannya. Dalam sektor jasa, dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat *operations driven*. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang sering kali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar- standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.

5) *Value-Based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relative, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah produk atau jasa yang paling tepat dibeli.

Berdasarkan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, terdapat lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa, yaitu (*Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1985 : 27*) :

1) *Bukti langsung*

meliputi : fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.

2) *Kehandalan (reliability)*

yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

3) *Daya tanggap (responsiveness)*

yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4) *Jaminan (assurance)*

mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

5) *Empati*

meliputi : kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Sumber-sumber kualitas yaitu, (*Fandy Tjiptono, 1998 : 34*) :

- 1) Program, kebijakan dan sikap yang melibatkan komitmen dari manajemen puncak.
- 2) Sistem informasi yang menekankan ketepatan, baik pada waktu maupun detail.
- 3) Desain produk yang menekankan kehandalan dan perjanjian ekstensif produk sebelum dilepas ke pasar.
- 4) Kebijakan produksi dan tenaga kerja yang menekankan peralatan yang terpelihara baik, pekerja yang terlatih baik dan penemuan penyimpangan secara cepat.
- 5) Manajemen vendor yang menekankan kualitas sebagai sasaran utama.

Kualitas dapat diukur berdasarkan biayanya. Perusahaan menginginkan agar biaya kualitas turun, namun dapat mencapai kualitas yang lebih tinggi, setidaknya sampai titik tertentu. Selain melalui perhitungan biaya, kualitas dapat diukur melalui penelitian konsumen mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas produk atau jasa. Penelitian konsumen tersebut menggunakan berbagai macam metode, misalnya sistem keluhan dan saran, ghost shopping, lost customer analysis, maupun dengan survey pelanggan.

Suatu cara perusahaan untuk tetap unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan.

D. Pengertian Dan Dimensi Service Quality

Service quality merupakan salah satu cara untuk membandingkan antara persepsi layanan yang diterima pelanggan dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan pelanggan. (Fitzsimmons & Firzsimmons, 1994; Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1988 : 46).

Tidak seperti kualitas barang yang dapat diukur secara obyektif dengan indikator-indikator seperti tahan lama atau kesempurnaan bentuk, kualitas pelayanan adalah suatu konsep yang abstrak dan sukar dipahami (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1998 : 58). Hal ini dikarenakan adanya 4 karakteristik jasa atau layanan yang unik yang membedakannya dari barang yaitu : tidak berwujud, tidak terpisah antara produksi dan konsumsi, outputnya terstandar dan tidak dapat disimpan (Kotler, 1997). Oleh karena itu konsep kualitas pelayanan secara menyeluruh tidak mudah didefinisikan.

Secara sederhana pengertian kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterimanya (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1996). Menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman, kualitas yang dirasakan didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap keseluruhan keunggulan produk, sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas dari pelayanan.

Apabila layanan yang diharapkan pelanggan lebih besar dari layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu. Sedangkan jika layanan yang diharapkan pelanggan lebih rendah dari layanan yang

nyata-nyata diterima pelanggan maka dapat dikatakan bahwa layanan bermutu, dan apabila layanan yang diterima sama dengan yang diharapkan maka layanan tersebut dikatakan memuaskan (*Fitzsimmons & Firzsimmons*). Dengan demikian *service quality* merupakan suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima (*Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1996*).

Terdapat lima dimensi pokok yang menentukan kualitas jasa yang meliputi (*Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1996*) :

1) *Tangibles*

Merupakan bukti langsung yang meliputi : fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

2) *Reliability*

Merupakan kehandalan yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang menjanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

3) *Responsiveness*

Merupakan daya tanggap yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4) *Assurance*

Merupakan jaminan yang mencakup : pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

5) *Empathy*

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan *Dalbholkar, Thorpe dan Rentz (1966)* diajukan lima dimensi kualitas jasa pada bisnis transportasi adalah :

1) *Physical Aspects*

Merupakan dimensi yang mencakup daya tarik dari aspek fisik dan kemudahan pelanggan untuk membutuhkannya.

2) *Reliability*

Mencakup tentang ketepatan pemenuhan janji pada pelanggan serta penyediaan barang sesuai dengan keinginan pelanggan

3) *Personal Interaction*

merupakan interaksi personal antara pelanggan dengan karyawan

4) *Problem Solving*

Merupakan Dimensi berkaitan dengan pemberian solusi terhadap masalah yang dihadapi ketika sedang menggunakan jasa tersebut. solusi terhadap keluhan yang disampaikan pelanggan atas layanan yang diterima, seperti pemberian discount.

5) *Policy*

Merupakan dimensi yang berhubungan dengan kebijakan jasa transportasi guna merespon tuntutan atau kebutuhan pelanggan seperti penyediaan bus yang berkualitas atau fasilitas hiburan yang lengkap.

E. Pengukuran Service Quality

Peneliti merumuskan model kualitas jasa yang menyoroti persyaratan-persyaratan utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan. Model ini (Gambar 1) mengidentifikasi lima gap yang menyebabkan kegagalan *delivery jasa*, (Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1985 : 46). Kelima gap tersebut adalah :

- 1) Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.

Manajemen perusahaan tidak selalu dapat merasakan apa yang diinginkan pelanggan secara tepat. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya didesain dan jasa-jasa pendukung apa saja yang diinginkan pelanggan.

- 2) Gap antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa.

Mungkin manajemen mampu merasakan secara tepat apa yang diinginkan oleh para pelanggan, tetapi pihak manajemen tersebut tidak menyusun suatu standar kerja tertentu.

- 3) Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.

Karyawan perusahaan mungkin kurang dilatih atau bekerja melampaui batas dan tidak dapat atau tidak mau untuk memenuhi standar atau mereka mungkin dihadapkan pada standar-standar yang bertentangan.

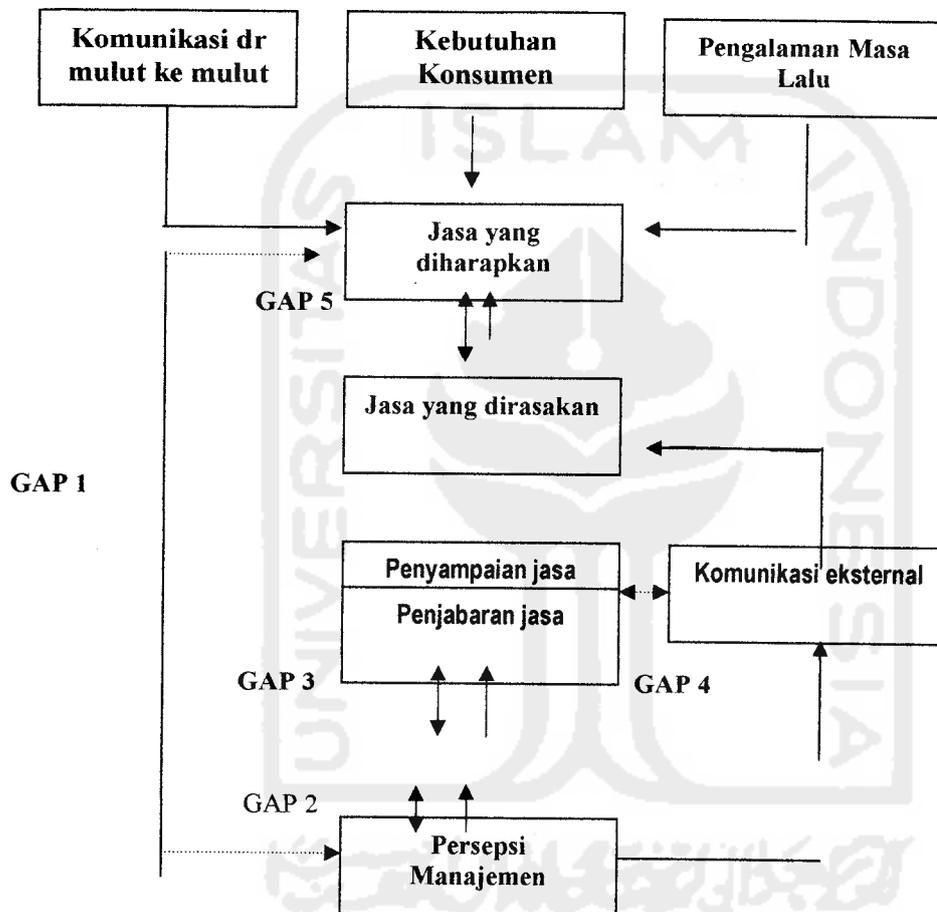
- 4) Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.

Harapan konsumen dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Resiko bagi perusahaan adalah apabila janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi.

- 5) Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan.

Gap ini terjadi bila konsumen mengukur kinerja atau prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan dan salah dalam mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

Gambar 2.1 Model Kualitas Jasa



Sumber : A.Parasuraman, Valarie A.Zeithaml dan Leonard L.Berry,
 "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research",
 Journal of Marketing, Fall 1985, hal. 44.

F. Kepuasan Pelanggan

Kualitas dan kepuasan pelanggan berkaitan sangat erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan dan kebutuhan mereka.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/ hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Oliver, 1980). Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Harapan pelanggan merupakan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada mereka (*Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1988 :51*). Harapan pelanggan dipengaruhi oleh informasi yang disampaikan dari mulut ke

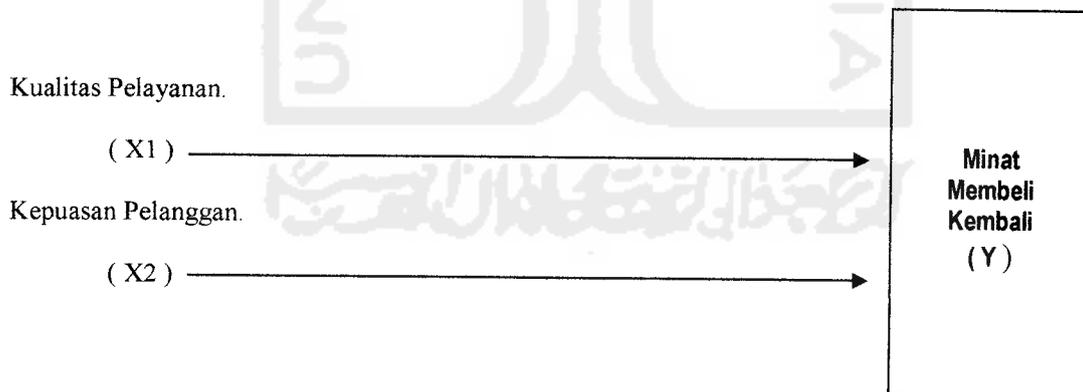
mulut, kebutuhan pribadi dan pengalaman masa lalu (*Fitzsimmons & Firzsimmons, 1994 :14*).

Harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar dalam menilai kinerja produk tersebut.

Ada beberapa penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan, yaitu :

- 1) Pelanggan keliru mengkomunikasikan jasa yang diinginkan.
- 2) Pelanggan keliru menafsirkan signal seperti harga, positioning.
- 3) Kinerja karyawan penyedia jasa yang buruk.
- 4) Miskomunikasi rekomendasi dari mulut ke mulut.
- 5) Mis-komunikasi penyedia jasa oleh pesaing.

Kalau di gambarkan sebagai berikut :



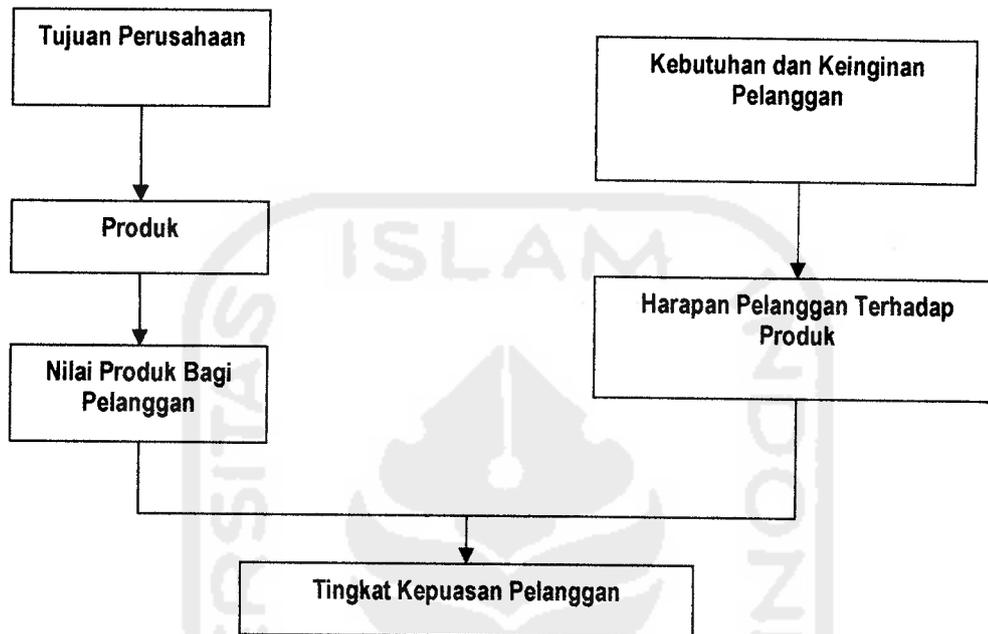
Gambar 2.2 Tingkat Kualitas pelayanan dan kepuasan berpengaruh pada pelanggan untuk membeli lagi

Dalam pandangan tradisional pelanggan suatu perusahaan adalah orang yang membeli dan menggunakan produknya. Pelanggan tersebut merupakan orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses menghasilkan produk.

Ada beberapa macam pengertian yang diberikan oleh pakar, Day (*dalam Tse dan Wilton, 1988, p.204*) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Sedangkan (*Philip Kotler, 1994 : 40*) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. (*Wilkie, 1990 : 622*) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Menurut (*Oliver, 1997 : 545*) kepuasan pelanggan dirumuskan sebagai evaluasi purna beli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan pelanggan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Dalam beberapa definisi di atas maka terdapat kesamaan yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli (*Fandy*

Tjiptono, 1996, : 103). Secara konseptual kepuasan pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.3 Tingkat Kepuasan Pelanggan

Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi maka hanya merekalah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

Ada beberapa unsur penting di dalam kualitas yang ditetapkan pelanggan, yaitu :

- 1) Pelanggan haruslah merupakan prioritas utama organisasi. Kelangsungan hidup organisasi tergantung pada pelanggan.
- 2) Pelanggan yang dapat diandalkan merupakan pelanggan yang paling penting.
- 3) Kepuasan pelanggan dijamin dengan menghasilkan produk berkualitas tinggi.

Kunci untuk membentuk focus pada pelanggan adalah menempatkan karyawan untuk berhubungan dengan pelanggan dan memberdayakan mereka untuk mengambil

tindakan yang diperlukan dalam rangka memuaskan para pelanggan. Jadi unsur yang paling penting dalam pembentukan focus pada pelanggan adalah interaksi antara karyawan dengan pelanggan.

Beberapa metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut, (Philip Kotler, 1994) :

1) *Sistem Keluhan dan Saran*

Organisasi yang berpusat pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan pesan dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak suara, kartu komentar, dan lain-lain.

2) *Ghost Shopping*

Yaitu dengan mempekerjakan orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4) *Survai Kepuasan Pelanggan*

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survai baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Hal ini karena melalui survai, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara

langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

C Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh *PZB (1985)* tentang customer quality pada empat industri jasa yaitu: *retail, Banking, CreditCard, Securities Brokerage dan Product Repair serta Maintenance*.

PZB berhasil menyimpulkan bahwa :

- 1) Penilaian pelanggan terhadap kualitas jasa adalah hasil dari perbandingan antara harapan (sebelum menerima jasa) dan pengalamannya (setelah menerima jasa). Jika harapan terpenuhi, maka mereka akan puas dan persepsinya positif dan sebaliknya jika tidak terpenuhi, mereka tidak puas dan persepsinya negatif. Dan bila kinerja jasa melebihi harapannya, dalam hal ini mereka bahagia.
- 2) Penilaian pelanggan pada kualitas jasa dipengaruhi oleh proses penyampaian jasa dan output dari jasa.
- 3) Kualitas jasa ada 2 macam yaitu kualitas jasa normal dan kualitas dari deviasi jasa yang normal.
- 4) Apabila timbul masalah, perusahaan harus meningkatkan kontak dengan pelanggan.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

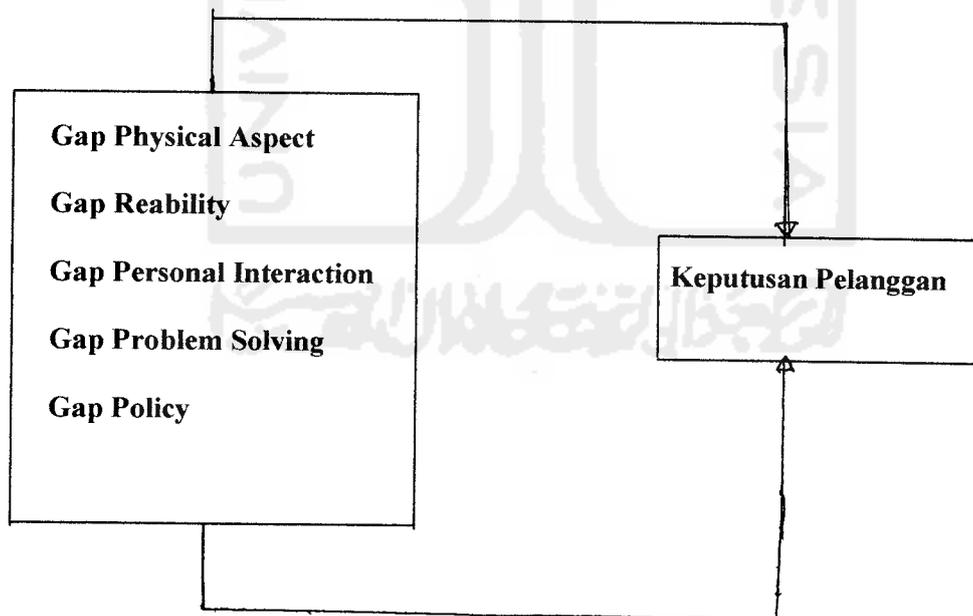
H1 : Diduga terdapat kesenjangan atau Gap antara pelayanan yang sesungguhnya diharapkan pelanggan dengan persepsi kualitas jasa pelayanan yang diterima oleh pelanggan pada P.O Putra Fajar.

PZB (1988) dalam penelitiannya berhasil mengidentifikasi lima faktor yang menentukan kualitas jasa pelayanan yang meliputi: *Physical Aspect, Reability, Personal Interaction, Problem Solving dan Policy.*

Hasil penelitian pelanggan terhadap kualitas jasa transportasi dapat dicari dengan cara mencari Gap dari kelima faktor tersebut.

Berdasar Gap dari kelima faktor tersebut dapat diketahui terpenuhi tidaknya harapan pelanggan, sehingga berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Dengan demikian besarnya Gap antara pelayanan sesungguhnya yang diharapkan dengan persepsi kualitas jasa pelayanan yang diterima oleh pelanggan.

Hal ini dapat dijelaskan melalui model yang digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.4 Model Pengaruh Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
Adaptasi dari Dabholkar, Thorpedan Rentz (1996)

Untuk membuktikan hipotesis yang dikemukakan, dapat dilakukan pengujian dengan Diagram Kartesius.

Untuk menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja PO Putra Fajar atau disebut juga analisis tingkat kepentingan dan kinerja/ kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variable yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, di mana: X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \cdot 100\%$$

Di mana :

T_{ki} = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kinerja perusahaan

Y_i = Skor penilaian kepentingan pelanggan.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap factor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Di mana:

\bar{X} = skor rata-rata tingkat keuasan/ pelaksanaan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}), di mana \bar{X} merupakan rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan penumpang seluruh faktor atau atribut dan \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seluruhnya ada 15 faktor atau atribut. Seluruhnya ada K faktor di mana K= 15.

Rumusnya:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

Di mana:

K = Banyaknya atribut/ fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi Dan Sampel

Populasi merupakan jumlah dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga (*mantro dan kasto 1989*).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pada PO Putra Fajar di Pekalongan.

Sampel ditentukan dengan *metode convenience sampling* dan *metode purposive sampling*. *Convenience sampling* merupakan sampel non probabilitas yang tidak terbatas (*Cooper dan Emory 1995*).

Adapun kriterianya adalah sebagai berikut:

- 1) Pelanggan yang dijadikan sampel merupakan pelanggan yang sering menggunakan bus Putra Fajar. Dari bermacam-macam kelompok masyarakat yang menjadi pelanggan yang dipilih sebagai responden adalah kelompok orang yang bekerja, baik pedagang ataupun pekerja kantor serta kelompok anak-anak sekolah. Kelompok pelanggan ini dipilih karena merupakan kelompok yang tiap harinya menggunakan jasa bus Putra Fajar.
- 2) Responden merupakan angkutan bus yang dikelola oleh bus Putra Fajar di Pekalongan. Bus Putra Fajar dipilih karena bus ini sebagai angkutan transportasi yang besar di tingkat kecamatan Kajen Pekalongan yang lokasinya dekat dengan penyusun skripsi ini.

Dalam penelitian ini jumlah sampel ditentukan untuk masing-masing kelompok berjumlah 40 responden. Penentuan jumlah sampel ini didasarkan pada pendapat *Roscoe*

(1992) yang menyatakan bahwa jumlah sampel $> 30 < 500$ pada sebagian besar penelitian sudah mewakili.

Dari 120 questioner yang dibagikan kepada para pelanggan Bus Putra Fajar, yang kembali sebanyak 90 questioner.

Dengan demikian tingkat pengembaliannya adalah 75 %.

Adapun perincian jumlah pengembalian questioner dapat disajikan sebagai berikut:

kelompok	jumlah	prosentase
pedagang	38	42,2
kantoran	20	22,2
anak sekolah	32	35,6

Berdasar tabel yang telah disajikan dapat diketahui bahwa jumlah questioner yang kembali dengan prosentase tertinggi adalah pelanggan dari kelompok pedagang yaitu 42,2 %.

B. Teknik pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Primer digunakan sebagai bahan untuk menghitung variabel-variabel penelitian. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara memberikan questioner atau daftar pertanyaan kepada responden yang berisi tentang kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan, persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan serta kepuasan pelanggan.

Sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi kepustakaan yang digali dari buku, jurnal ilmiah, internet serta publikasi hasil-hasil penelitian. Data sekunder ini untuk menyusun rumusan masalah, hipotetis, tinjauan pustaka serta penggunaan alat analisis.

C. Instrumen penelitian dan skala pengukurannya

Untuk menguji hipotesis penelitian, masing-masing variabel diukur dengan menggunakan instrumen dalam bentuk questioner yang berisi sejumlah pertanyaan secara tertulis guna memperoleh data dari responden. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan instrumen yang disusun oleh *Dabholkar, Thorpe dan Rentz (1996)* yang mengajukan 5 dimensi kualitas jasa pada bisnis jasa, mereka mengembangkan serta mengkombinasikan item-item SERVQUAL yang disusun oleh *Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1996)*

Dabholkar, Thorpe dan Rentz (1996) mengukur kualitas jasa melalui 5 dimensi yaitu: *physical Aspect, Reliability, Personal Interaction, Problem Solving dan Policy.*

Kelima dimensi ini terdiri dari 28 item, yang meliputi 17 item diambilkan dari item-item SERVQUAL dan diukur dengan menggunakan *skala Likert 7 point.*

Angka 1 mewakili jawaban sangat tidak setuju.

Angka 2 mewakili jawaban tidak setuju.

Angka 3 mewakili jawaban kurang setuju.

Angka 4 mewakili jawaban netral.

Angka 5 mewakili jawaban agak setuju.

Angka 6 mewakili jawaban setuju.

Angka 7 mewakili jawaban sangat setuju.

Kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan 4 dimensi yang terdiri dari harga (*price*) pelayanan (*service*), citra (*image*), dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan (*overall customer satisfaction*). Keempat dimensi ini dikembangkan berdasar pada *Naumann dan Giel (1995)*. Keseluruhannya terdiri dari 7 item dengan menggunakan *Likert 7 point*.

Angka 1 mewakili jawaban sangat tidak setuju.

Angka 2 mewakili jawaban tidak setuju.

Angka 3 mewakili jawaban kurang setuju.

Angka 4 mewakili jawaban netral.

Angka 5 mewakili jawaban agak setuju.

Angka 6 mewakili jawaban setuju.

Angka 7 mewakili jawaban sangat setuju.

Untuk mendapatkan data yang berkualitas, maka instrumen penelitian yang digunakan harus diuji validitasnya dan reliabilitasnya (*Huck dan Cornier 1996*).

Adapun uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Uji validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang berarti sejauhmana ketepatan instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi, apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan alat pengukur tergantung pada mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat (*Azwar 1997*).

Penelitian dengan uji validitas ini menggunakan *person product moment test* yang suatu dimensi / variabel dengan jumlah total dari item-item tersebut.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauhmana suatu alat pengukur dapat digunakan untuk mengukur apa yang akan diukur (*Ancok 1989*). Bila hasil uji validitas item-item baik harapan, persepsi dan kepuasan pelanggan menghasilkan angka yang signifikan pada $\alpha = 5\%$. Hal ini menunjukkan bahwa semua item yang digunakan sebagai instrumen penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Dilakukan untuk mengetahui sejauhmana suatu hasil pengukuran koefisien / dapat dipercaya secara empiris, tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas.

Dalam penelitian uji reliabilitas baik harapan, persepsi dan kepuasan pelanggan ini menggunakan *Cronchbach Alpha*.

Bila hasil uji reliabilitas baik harapan, persepsi dan kepuasan pelanggan pada 5 dimensi service quality menunjukkan nilai $\alpha > 0,5$, demikian juga pada kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel / andal (*Nunnally dalam Riyanto 1997*).

D. Metode Analisis

- 1) Untuk mengukur besarnya gap antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan digunakan alat analisis model SERVQUAL. besarnya gap dapat dicari selisih antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas

pelayanan yang diterima pelanggan (*Pasaruman, Zeitham dan Berry, 1996*).

Besarnya gap dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{SERVQUAL score} = \text{Expectation Score} - \text{Perception Score}$$

Adapun ketentuannya adalah sebagai berikut:

- Jika $E_s > P_s \rightarrow$ kualitas pelayanan belum sesuai dengan harapan pelanggan
- Jika $E_s < P_s \rightarrow$ kualitas pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan
- Jika $E_s = P_s \rightarrow$ kualitas pelayanan melebihi harapan pelanggan

- 2) Untuk menguji hipotesis pertama yaitu hipotesis tentang perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada 5 dimensi service quality digunakan paired sample T.test. Ada pun ketentuan dari hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 \rightarrow$ tidak ada perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

$H_0 : \mu_1 \neq \mu_2 \rightarrow$ ada perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

Dengan uji dua sisi dan menggunakan tingkat kepercayaan 95 % atau $\alpha : 5 \%$, maka akan diketahui besarnya t-tabel, maka dapat diketahui terbukti atau tidaknya hipotesis yang diajukan.

- 3) Untuk menganalisis pengaruh kualitas jasa transportasi terhadap kepuasan pelanggan pada bus Putra Fajar. Penulis mengadopsikan modul yang diajukan oleh John A. Martila and John C. James, (1977: 77 -79) Untuk menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja PO Putra Fajar atau disebut juga analisis tingkat kepentingan dan kinerja/ kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variable yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, di mana: X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \cdot 100\%$$

Di mana :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap factor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Di mana:

\bar{X} = skor rata-rata tingkat keuasan/ pelaksanaan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X}, \bar{Y}) , di mana \bar{X} merupakan rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan penumpang seluruh faktor atau atribut dan \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor

tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Seluruhnya ada 15 faktor atau atribut. Seluruhnya ada K faktor di mana K= 15.

Rumusnya:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

Di mana:

K = Banyaknya atribut/ fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.



BAB IV

ANALISIS DATA

A. Uji Instrumen Penelitian

Untuk memperoleh data informasi dari responden digunakan instrumen penelitian yang berupa questioner yang terdiri dari sejumlah pertanyaan yang diajukan kepada responden. Informasi yang akurat dan obyektif dari responden sangat diperlukan karena kesimpulan penelitian hanya akan dipercaya bila berdasarkan pada informasi yang juga dapat dipercaya (*Azwar, 1997*). Menurut *Huck dan Cormier (1996)* kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Selain itu ketepatan pengujian suatu hipotesis tentang hubungan variabel penelitian sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut.

Pengujian hipotesis penelitian tidak akan mengenai sasarannya, bilamana data yang dipakai untuk menguji hipotesis merupakan data yang tidak reliabel dan tidak menggambarkan secara tepat konsep yang diukur (*Ancok 1989*).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen penelitian yang berkaitan dengan kualitas jasa transportasi. Instrumen yang digunakan dari instrumen penelitian yang disusun oleh *PZB* yang melakukan penelitian tentang *service Quality* pada beberapa perusahaan jasa.

Sedangkan instrumen yang lain instrumen mengenai kepuasan pelanggan diukur dengan menggunakan 4 dimensi yaitu : harga, pelayanan, citra, dan kepuasan pelanggan keseluruhan.

Adapun uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Uji validitas

Untuk mengetahui sejauhmana suatu alat pengukur dapat digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur dilakukan uji validitas (Ancok 1989). Sedangkan validitas berasal dari kata validity yang berarti *sejauhmana ketepatan instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi, apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan alat pengukur tergantung pada mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat (Azwar 1997).*

Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan *person product moment test* yang suatu dimensi / variabel dengan jumlah total dari item-item tersebut. Adapun hasil uji validitas instrumen penelitian dari 90 responden dapat disajikan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil uji validitas harapan, persepsi dan kepuasan pelanggan

Harapan Pelanggan		Persepsi Pelanggan		Kepuasan Pelanggan	
No item	Koefesien Validitas	No item	Koefesien Validitas	No item	Koefesien Validitas
1	0,6431	1	0,5570	1	0,6931
2	0,5152	2	0,6384	2	0,4861
3	0,5965	3	0,5002	3	0,5346
4	0,6358	4	0,5524	4	0,6465
5	0,6816	5	0,5689	5	0,5886
6	0,5834	6	0,5584	6	0,4067
7	0,5921	7	0,5334	7	0,5464
8	0,5079	8	0,5158		
9	0,6165	9	0,4361		
10	0,6598	10	0,6384		
11	0,6627	11	0,4548		
12	0,6009	12	0,4797		
13	0,6675	13	0,4296		
14	0,5950	14	0,5716		
15	0,5738	15	0,5002		

Berdasarkan tabel-tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa hasil uji validitas item-item baik harapan, persepsi dan kepuasan pelanggan menghasilkan angka yang signifikan pada $\alpha : 5\%$. Hal ini menunjukkan bahwa semua item yang digunakan sebagai instrumen penelitian ini dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Dilakukan untuk mengetahui sejauhmana suatu hasil pengukuran koefisien dapat dipercaya secara empiris, tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan *Cronbach Alpha*.

Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel (andal) jika nilai $\alpha > 0,50$ (*Nunnally dalam Riyanto 1997*).

Hasil uji reliabilitas baik harapan, persepsi dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan *Cronbach Alpha* disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.2 Hasil uji Realibilitas dengan *Cronbach Alpha*

Variabel	Koefesien α
Harapan Pelanggan	0,9090
Persepsi Pelanggan	0,8619
Kepuasan Pelanggan	0,8170

Sumber : Data Primer, diolah.

Berdasarkan tabel-tabel tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa hasil uji reliabilitas baik harapan, persepsi dan kepuasan pelanggan pada 5 dimensi *service quality* menunjukkan nilai $\alpha > 0,5$, demikian juga pada kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel / andal.

B. Analisis gap antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan

Pengukuran besarnya gap atau kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan menggunakan analisis model SERVQUAL (*Service Quality*). Besarnya gap atau kesenjangan dapat dicari dengan rumus sebagai berikut :

SERVQUAL score = Expectation score – Perception score

Adapun ketentuannya sebagai berikut :

- Jika skor harapan pelanggan > skor persepsi pelanggan → kualitas pelayanan belum sesuai dengan harapan pelanggan
- Jika skor harapan pelanggan = skor persepsi pelanggan → kualitas pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan
- Jika skor harapan pelanggan < skor persepsi pelanggan → kualitas pelayanan melebihi harapan pelanggan.

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan adalah sejumlah 90 responden maka besarnya Rata-rata skor persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan serta besarnya gap atau kesenjangan pada lima dimensi *Service Quality* dapat disajikan melalui tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3 Gap antara rata-rata harapan pelanggan dengan rata-rata persepsi pelanggan

Dimensi	Harapan	Persepsi	Gap
Physical Aspec	17,31	7,76	-9,56
Reliability	17,43	5,86	-11,58
Personal Inter	18,57	10,22	-8,34
Problem Solving	18,51	11,16	-7,36
Policy	18,51	11,87	-6,70
Overall	92	51,83	-40,17

Sumber : Data Primer, diolah.

Berdasarkan tabel yang telah disajikan maka dapat ditunjukkan bahwa rata-rata skor harapan pelanggan lebih tinggi daripada rata-rata skor persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan. Hal ini dapat dijelaskan secara berurutan rata-rata skor harapan pelanggan dari skor yang paling tinggi sampai yang paling rendah yaitu (1) Dimensi Personal interaction, (2) Problem solving dan Policy, (3) Reliability, (4) Physical aspek. Sedangkan rata-rata skor secara keseluruhan sebesar 92,00.

Dengan demikian rata-rata skor harapan pelanggan yang paling tinggi pada *dimensi Personal interaction*.

Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pelanggan berharap agar setiap transportasi harus menyediakan jasa sesuai harapan pelanggan, terutama tepat waktu dalam menyediakan armada pada jam-jam yang dibutuhkan pelanggan.

Rata-rata skor harapan pelanggan yang terendah pada dimensi Physical aspek. Hal ini menunjukkan bahwa para pelanggan Bus Putra Fajar sedikit berharap mendapatkan fasilitas fisik dalam menggunakan bus Putra Fajar. Misalnya, pihak bus menyediakan fasilitas yang modern, tape recorder dan informasi tertulis mengenai tarif. Hanya saja

informasi mengenai tarif agak sulit diterapkan, mengingat bus AKDP (antar kota dalam provinsi) hanya menempuh rute yang dekat dengan variasi naik turunnya penumpang yang sangat tinggi. Sehingga yang dapat dilakukan pemberian informasi mengenai tarif tertinggi pada rute terjauh yang ditempuh oleh bus tersebut.

Rata-rata skor persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan dari skor yang paling tinggi sampai skor yang paling rendah secara keseluruhan rata-rata skor yang tertinggi terjadi pada dimensi Policy. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pelanggan pada bus Putra Fajar mempunyai pengalaman yang baik dan memadai tentang jam pemberangkatan bus yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Rata-rata skor persepsi kualitas pelayanan yang diterima oleh para pelanggan bus Putra Fajar yang terendah adalah dimensi reliability. Hal ini menunjukkan bahwa para pelanggan mempunyai pengalaman memperoleh pelayanan yang kurang baik dalam dimensi reliability. Hal ini mengindikasikan, apabila para pelanggan pada saat menggunakan bus Putra Fajar kurang memperhatikan kebersihan dan ketersediaan barang tambahan seperti kantong plastik.

Berdasarkan hasil analisis gap antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan, maka dapat diketahui besarnya gap dari rata-rata skor yang paling tinggi sampai yang paling rendah secara berurutan meliputi : dimensi Reliability, dimensi Physical aspek, dimensi Personal interaction, dimensi Problem solving, dan dimensi Policy. Sedangkan hasil analisis menunjukkan pula bahwa secara keseluruhan rata-rata skor harapan pelanggan lebih besar dari rata-rata skor persepsi kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Hal ini berarti bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan bus Putra Fajar kepada pelanggannya dapat dikatakan

belum mencapai kualitas yang diharapkan pelanggan atau belum sesuai dengan yang diharapkan pelanggan atau belum sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

C. Uji signifikansi terhadap perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

Untuk menguji hipotesis 1 yaitu menguji perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada lima dimensi *service quality* digunakan *paired sample T.Test*. Adapun ketentuan untuk menguji hipotesis 1 yang diajukan adalah sebagai berikut :

HO : $\mu_1 = \mu_2$ → Tidak ada perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

HA : $\mu_1 \neq \mu_2$ → Ada perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

Dengan menggunakan uji 2 sisi dan tingkat kepercayaan 95% atau α : 5%. Maka akan diketahui t-tabel sebesar 1,96. Kemudian dengan membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel, maka akan diketahui terbukti tidaknya hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan data yang dikumpulkan, maka uji hipotesis dari kelima dimensi Servqual Quality yang dihasilkan dapat disajikan melalui tabel sebagai berikut :

Tabel 4.4 Hasil uji signifikan terhadap perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan dalam lima dimensi serqual quality

Dimensi	Harapan		Persepsi		Nilai T	P (sig)
	Mean	St. Deviasi	Mean	St. Deviasi		
Physical Aspec	17,31	0,882	7,76	0,975	82,208	0,000
Reliability	17,43	0,808	5,86	1,055	84,617	0,000
Person. Inter.	18,57	0,671	10,22	1,025	63,499	0,000
Probl. Solving	18,51	0,658	11,16	1,027	56,738	0,000
Policy	18,57	0,637	11,87	0,753	60,297	0,000
Overall	92,00	1,551	51,83	3,406	99,992	0,000

Sumber : Data Primer, diolah.

Berdasarkan tabel yang telah disajikan, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Uji signifikansi terhadap perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada dimensi Physical Aspect

Dengan menggunakan *paired-sample T test* maka hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 82,208 dan $P = 0,000$.

Sedangkan t-tabel pada $\alpha: 5\%$ dapat diketahui sebesar 1,96.

Hal ini berarti nilai t-hitung $>$ t-tabel.

Dengan demikian hipotesis terdapatnya perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada dimensi Physical Aspect terbukti secara signifikan.

- b. Uji signifikansi terhadap perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada dimensi Reliability

Dengan menggunakan *paired-sample T test* maka hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 84,617 dan $P = 0,000$.

Sedangkan t tabel pada $\alpha: 5\%$ dapat diketahui sebesar 1,96.

Hal ini berarti nilai t-hitung $>$ t-tabel.

Dengan demikian hipotesis terdapatnya perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada dimensi Reliability terbukti secara signifikan.

- c. Uji signifikansi terhadap perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada dimensi Personal Interaction

Dengan menggunakan *paired-sample T test* maka hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 63,499 dan $P = 0,000$.

Sedangkan t-tabel pada $\alpha: 5\%$ dapat diketahui sebesar 1,96.

Hal ini berarti nilai t-hitung $>$ t-tabel.

Dengan demikian hipotesis terdapatnya perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada dimensi Personal Interaction terbukti secara signifikan.

- d. Uji signifikansi terhadap perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada dimensi Problem Solving

Dengan menggunakan *paired-sample T test* maka hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 56,738 dan $P = 0,000$.

Sedangkan t-tabel pada $\alpha: 5\%$ dapat diketahui sebesar 1,96.

Hal ini berarti nilai t-hitung $>$ t-tabel.

Dengan demikian hipotesis terdapatnya perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada dimensi Problem Solving terbukti secara signifikan.

- e. Uji signifikansi terhadap perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada dimensi Policy

Dengan menggunakan *paired-sample T test* maka hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 60,297 dan $P = 0,000$.

Sedangkan T-tabel pada $\alpha : 5\%$ dapat diketahui sebesar 1,96.

Hal ini berarti nilai t-hitung $>$ t-tabel.

Dengan demikian hipotesis terdapatnya perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada dimensi Policy terbukti secara signifikan.

- f. Uji signifikan terhadap perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan secara keseluruhan / overall dari lima dimensi SERVQUAL Quality.

Dengan menggunakan *paired-sample T test* maka hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 99,992 dan $P = 0,000$.

Sedangkan t-tabel pada $\alpha : 5\%$ dapat diketahui sebesar 1,96.

Hal ini berarti nilai t-hitung $>$ t-tabel.

Dengan demikian hipotesis terdapatnya perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada lima dimensi SERVQUAL Quality terbukti secara signifikan.

D. Uji Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk menganalisis pengaruh kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada transportasi bus Putra Fajar yang dikelola di Pekalongan, dalam analisis ini digunakan *Analisis Regresi Berganda* dan *Diagram Kartesius*.

Dalam analisis regresi berganda diukur dengan cara menghitung besarnya gap atau kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

Besarnya gap antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan menunjukkan tinggi rendahnya kualitas jasa pelayanan yang diberikan bus Putra Fajar kepada pelanggannya.

Dalam penelitian ini hipotesis mayornya dapat dikemukakan sebagai berikut :

H2 : Diduga kepuasan pelanggan dipengaruhi secara bersama oleh gap Physical Aspect, gap Reability, gap Personal Interaction, gap Problem Solving, dan gap Policy.

Hipotesis minornya adalah :

H 2a : Diduga kepuasan pelanggan dipengaruhi bersama oleh gap Physical Aspect

H 2b : Diduga kepuasan pelanggan dipengaruhi bersama oleh gap Reliability

H 2c : Diduga kepuasan pelanggan dipengaruhi bersama oleh gap Personal Interaction

H 2d : Diduga kepuasan pelanggan dipengaruhi bersama oleh gap Problem Solving

H 2e : Diduga kepuasan pelanggan dipengaruhi bersama oleh gap Policy

Berdasarkan hipotesis yang dikemukakan maka dapat dikatakan bahwa dimensi kualitas jasa transportasi yang diuji terdiri lima variable yaitu gap Physical Aspect, gap Reability, gap Personal Interaction, gap Problem Solving, dan gap Policy.

Hal ini berarti kelima variabel ini merupakan *variabel independen* (variable bebas). Sedangkan kepuasan pelanggan merupakan *variable dependen* (variabel terikat). Adapun model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y : \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Dimana :

Y :Kepuasan Pelanggan

β_0 :Konstanta / Intercep

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$: Koefisien Regresi Variabel Bebas

X_1 :Gap Physical Aspect

- X_2 : gap Reliability
 X_3 : gap Personal Interaction
 X_4 : gap Problem Solving
 X_5 : gap Policy

Berdasarkan data yang dikumpulkan sebanyak 90 responden dan dengan bantuan program SPSS for Windows. Maka hasil analisis regresi linear berganda dapat disajikan melalui table sebagai berikut :

Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien	Nilai T	Probabilitas
Konstansta	10,192	9,086	0,000
Gap P. Aspect	-0,224	-2,406	0,018
Gap Reliability	-0,197	-2,598	0,011
Gap P. Interaction	-0,144	-2,133	0,036
Gap P. Solving	-0,281	-3,716	0,000
Gap Policy	-0,287	-6,578	0,000
R : 0,773	R kuadrat : 59,7%	F : 24,900	Sig F : 0,000

Sumber : Data primer, diolah.

Berdasarkan tabel tersebut di atas, maka dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 10,192 - 0,224X_1 - 0,197X_2 - 0,114X_3 - 0,281X_4 - 0,287X_5$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut di atas maka dapat diketahui bahwa konstanta (intersep) menunjukkan angka 1. Hal ini berarti bahwa rata – rata variabel kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 1 apabila gap Physical Aspect, gap Reability, gap Personal Interaction, gap Problem Solving, dan gap Policy sama dengan nol (jika variabel – variabel tidak dimasukkan dalam persamaan regresi ini).

- Koefisien regresi gap Physical Aspect sebesar -0,224, hal ini apabila terjadi kenaikan gap Physical Aspect sebesar satu ceteris paribus, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,224.

- Koefisien gap Reliability sebesar -0,197, ini berarti apabila terjadi kenaikan gap Reliability sebesar satu ceteris paribus, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,197.
- Koefisien gap Personal Interaction sebesar -0,144, ini berarti apabila terjadi kenaikan gap Personal Interaction sebesar satu ceteris paribus, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,144.
- Koefisien gap Problem Solving sebesar -0,281, ini berarti apabila terjadi kenaikan gap Problem Solving sebesar satu ceteris paribus, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,281.
- Koefisien gap Policy sebesar -0,287, ini berarti apabila terjadi kenaikan gap Policy sebesar satu ceteris paribus, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,287.

Untuk membuktikan hipotesis yang dikemukakan, dapat dilakukan pengujian sebagai berikut :

- 1) Mengetahui apakah masing – masing variabel bebas yang digunakan dalam model secara parsial (individual) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan alat ujiannya adalah nilai t-test dari masing – masing koefisien regresi penaksir. Adapun prosedur pengujiannya dilakukan dengan cara sebagai berikut :
 - $H_0 = \beta_1 = 0, \beta_2 = 0, \beta_3 = 0, \beta_4 = 0, \beta_5 = 0 \rightarrow$ adalah hipotesis nol.
Hal ini berarti $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4,$ dan β_5 adalah secara parsial tidak mampu menjelaskan variabel terikat.
 - $H_A = \beta_1 \neq 0, \beta_2 \neq 0, \beta_3 \neq 0, \beta_4 \neq 0, \beta_5 \neq 0 \rightarrow$ adalah hipotesis alternatif.
Hal ini berarti $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4,$ dan β_5 adalah secara parsial mampu menjelaskan variabel terikat

Dengan menggunakan uji dua sisi dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha : 5\%$ maka akan diketahui t-tabel sebesar $\pm 1,96$. Hal ini berarti :

HO diterima bila $-1,96 < t \text{ hitung} < +1,96$

HA diterima bila $-1,96 > t \text{ hitung} > +1,96$

Berdasarkan hasil perhitungan uji t dengan $\alpha : 5\%$ maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Pengaruh X_1 terhadap Y dengan t-hitung sebesar -2,406. Hal ini menunjukkan t-hitung berada dalam daerah penolakan HO. Dengan demikian gap Physical Aspect signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan . Hal ini berarti mendukung hipotesis 2a yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial oleh gap Physical Aspect.
- b. Pengaruh X_2 terhadap Y dengan t-hitung sebesar -2,598. Hal ini menunjukkan t-hitung berada dalam daerah penolakan HO. Dengan demikian gap Reliability signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan . Hal ini berarti mendukung hipotesis 2b yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial oleh gap Reliability.
- c. Pengaruh X_3 terhadap Y dengan t-hitung sebesar -2,133. Hal ini menunjukkan t-hitung berada dalam daerah penolakan HO. Dengan demikian gap Personal Interaction signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan . Hal ini berarti mendukung hipotesis 2c yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial oleh gap Personal Interaction.
- d. Pengaruh X_4 terhadap Y dengan t-hitung sebesar -3,716. Hal ini menunjukkan t-hitung berada dalam daerah penolakan HO. Dengan demikian gap Problem Solving signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan . Hal ini berarti mendukung hipotesis 2d yang menyatakan

bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial oleh gap Problem Solving.

- e. Pengaruh X_5 terhadap Y dengan t-hitung sebesar -6,578. Hal ini menunjukkan t-hitung berada dalam daerah penolakan H_0 . Dengan demikian gap Policy signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini berarti mendukung hipotesis 2e yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial oleh gap Policy.

2) Pengujian koefisien regresi secara serempak ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama – sama terhadap variabel terikat. Dengan alat uji t test, maka prosedur pengujiannya dapat dilakukan sebagai berikut :

- $H_0 = \beta_1 = 0, \beta_2 = 0, \beta_3 = 0, \beta_4 = 0, \beta_5 = 0 \rightarrow$ adalah hipotesis nol.
Hal ini berarti $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4,$ dan β_5 secara bersama-sama tidak mampu menjelaskan variabel terikat.
- $H_A = \beta_1 \neq 0, \beta_2 \neq 0, \beta_3 \neq 0, \beta_4 \neq 0, \beta_5 \neq 0 \rightarrow$ adalah hipotesis alternatif.
Hal ini berarti $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4,$ dan β_5 secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel terikat

Dengan derajat kepercayaan 95%, maka nilai F tabel diketahui sebesar 2,26 dan F hitung sebesar 24,900. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa F hitung $>$ F tabel, hal ini berarti H_0 ditolak dan H_A diterima oleh karena itu variabel – variabel bebas tersebut secara bersama – sama mampu menjelaskan secara signifikan terhadap variabel terikat.

Dengan demikian variabel gap Physical Aspect, gap Reliability, gap Personal Interaction, gap Problem Solving, dan gap Policy secara bersama – sama $H_0 = \beta_1 = 0, \beta_2 = 0, \beta_3 = 0, \beta_4 = 0, \beta_5 = 0$ mampu menjelaskan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Hal ini berarti mendukung hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh gap Physical Aspect, gap Reliability, gap Personal Interaction, gap Problem Solving, dan gap Policy.

Sedangkan nilai R^2 sebesar 0,597 menunjukkan bahwa variabel gap Physical Aspect, gap Reliability, gap Personal Interaction, gap Problem Solving, dan gap Policy dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 59,7%, sedangkan sisanya sebesar 40,3% disebabkan oleh variabel – variabel yang tidak dimasukkan dalam model.

Untuk menganalisis sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja PO Putra Fajar juga dapat dilakukan dengan Diagram Kartesius.

Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana : X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} .100\%$$

Dimana :

- Tki : Tingkat kesesuaian responden
 Xi : Skor penilaian kinerja perusahaan
 Yi : Skor penilaian kepentingan pelanggan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana :

\bar{X} : Skor rata – rata tingkat kpuuasan / pelaksanaan

\bar{Y} : Skor rata – rata tingkat kepentingan

n : Jumlah responden

Diagram kartesius merupakan suatu bangunan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik – titik (\bar{X}, \bar{Y}) dimana \bar{X} merupakan rata – rata skor tingkat pelaksanaan atau kpuuasan penumpang seluruh faktor atau atribut dan \bar{Y} adalah rata – rata dari rata – rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kpuuasan pelanggan. Seluruhnya ada 15 faktor atau atribut.

Rumusnya :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{Y}_i}{K}$$

Dimana

K :Banyaknya atribut / fakta yang dapat mempengaruhi kpuuasan pelanggan.

Dengan demikian variabel *gap Physical Aspect*, *gap Reliability*, *gap Personal Interaction*, *gap Problem Solving*, dan *gap Policy* secara bersama – sama mampu menjelaskan variabel kpuuasan pelanggan secara signifikan.

Hal ini berarti mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa kpuuasan pelanggan diperngaruhi bersama – sama oleh *gap Physical Aspect*, *gap Reliability*, *gap Personal Interaction*, *gap Problem Solving*, dan *gap Policy*.

Untuk menganalisis gap antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan menggunakan

analisis model SERVQUAL (Service Quality). Besarnya gap atau kesenjangan dapat dicari dengan rumus sebagai berikut :

SERVQUAL score : Expectation score – Perception score

Adapun ketentuannya sebagai berikut :

- 1) Jika skor harapan pelanggan $>$ skor persepsi pelanggan \rightarrow kualitas pelayanan belum sesuai dengan harapan pelanggan
- 2) Jika skor harapan pelanggan $=$ skor persepsi pelanggan \rightarrow kualitas pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan
- 3) Jika skor harapan pelanggan $<$ skor persepsi pelanggan \rightarrow kualitas pelayanan melebihi harapan pelanggan

Berdasarkan data – data kepentingan konsumen dan penilaian konsumen maka dapat diketahui rata – rata skor tingkat / kepuasan penumpang (\bar{X}) dan rata – rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (\bar{Y}). Tabel – tabel di bawah ini adalah hasil pengujian dengan diagram kartesius.

Tabel 4.6
KEPENTINGAN KONSUMEN

No	STS	TS	KS	N	AS	S	SS	Bobot (Xi)
	1	2	3	4	5	6	7	
1	0	0	0	0	5	74	11	546
2	0	0	0	0	19	56	15	536
3	0	0	0	0	2	60	28	566
4	0	0	0	0	0	73	17	557
5	0	0	0	0	4	74	12	548
6	0	0	0	0	0	69	21	561
7	0	0	0	0	0	68	22	562
8	0	0	0	0	0	78	12	552
9	0	0	0	0	21	57	12	531
10	0	0	0	0	0	46	44	584
11	0	0	0	0	0	30	60	600
12	0	0	0	0	16	70	4	528
13	0	0	0	0	0	49	41	581
14	0	0	0	0	0	70	20	560
15	0	0	0	0	0	72	18	558

Tabel 4.7
PENILAIAN KONSUMEN

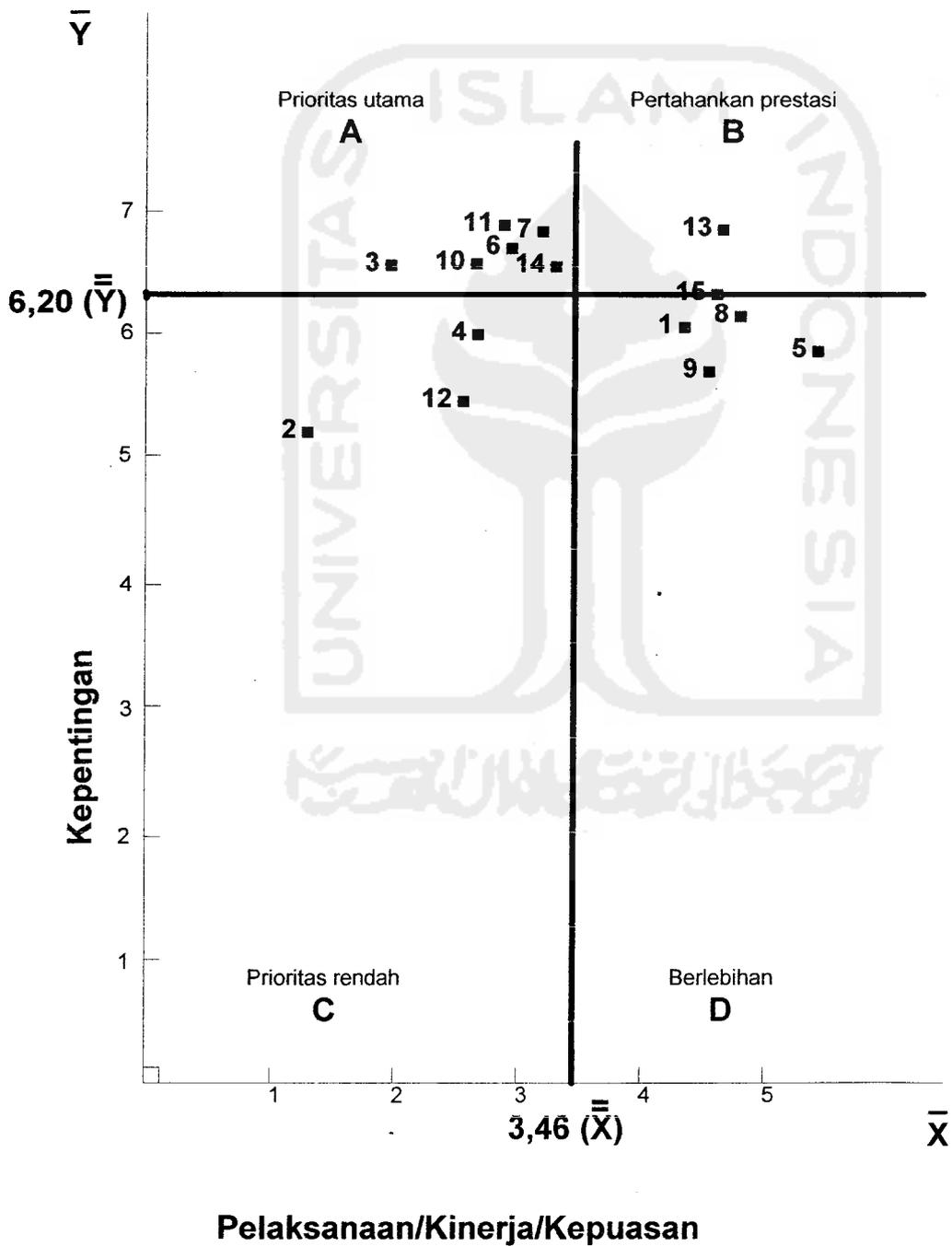
No	STS	TS	KS	N	AS	S	SS	Bobot (Yi)
	1	2	3	4	5	6	7	
1	0	0	5	65	11	9	0	384
2	56	34	0	0	0	0	0	124
3	5	70	15	0	0	0	0	190
4	4	62	15	5	4	0	0	213
5	0	0	0	0	25	63	2	517
6	1	2	79	8	0	0	0	274
7	0	5	73	12	0	0	0	277
8	0	5	16	15	26	28	0	416
9	0	0	21	1	44	24	0	431
10	0	11	70	9	0	0	0	268
11	0	4	72	14	0	0	0	280
12	5	71	14	0	0	0	0	189
13	0	5	15	12	42	16	0	409
14	0	2	75	13	0	0	0	281
15	0	5	15	12	39	19	0	412

Tabel 4.8
PERHITUNGAN RATA – RATA

No	Faktor	Penilaian Pelaksanaan	Penilaian Kepentingan	Rata - rata \bar{X}	Rata - rata \bar{Y}	Presentase
1	Faktor1	384	546	4,27	6,07	70,33%
2	Faktor2	124	536	1,38	5,96	23,13 %
3	Faktor3	190	566	2,11	6,29	33,57%
4	Faktor4	213	557	2,37	6,19	38,24%
5	Faktor5	517	548	5,74	6,09	94,34%
6	Faktor6	274	561	3,04	6,23	48,84%
7	Faktor7	277	562	3,08	6,24	49,29%
8	Faktor8	416	552	4,62	6,13	75,36%
9	Faktor9	431	531	4,79	5,90	81,17%
10	Faktor10	268	584	2,98	6,49	45,89%
11	Faktor11	280	600	3,11	6,67	46,67%
12	Faktor12	189	528	2,10	5,87	35,80%
13	Faktor13	409	581	4,54	6,46	70,40%
14	Faktor14	281	560	3,12	6,22	50,18%
15	Faktor15	412	558	4,58	6,20	73,84%
		Rata rata		X: 3,46	Y: 6,20	55,73%

Dari nilai / hasil rata – rata penilaian pelaksanaan (\bar{X}) dan rata – rata penilaian kepentingan (\bar{Y}) dapat diketahui diagram kartesiusnya sebagai berikut :

Diagram Kartesius dari Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PO Putera Fajar



Dari diagram Kartesius terlihat letak dari unsur – unsur pelaksanaan faktor – faktor atau atribut – atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PO terbagi menjadi empat bagian. Adapun Interpretasi dari diagram kartesius tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kuadran A

Pada kuadran A ini menunjukkan faktor – faktor atau atribut – atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PO berada dalam kuadran ini dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor – faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya belum memuaskan. Faktor – faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Menyediakan info tertulis seperti tarif yang berlaku (= 3)
- Menepati janji pada schedule jadwal kedatangan maupun pemberangkatan yang telah ada (= 6)
- Memberikan jasa tepat waktu secara aman (= 7)
- Pihak bus bertanggung jawab terhadap semua resiko yang diderita pelanggan (= 10)
- Karyawan dengan cepat melayani pelanggan (11)
- Karyawan selalu mengatasi dengan segera keluhan pelanggan (= 14)

2. Kuadran B

Pada kuadran B ini menunjukkan faktor – faktor atau atribut – atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PO berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaan telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan / penumpang. Faktor – faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Karyawan sangat berlaku sopan dalam melayani pelanggan (= 13)
- Bus selalu siap pada jam – jam yang diinginkan pelanggan pada umumnya (= 15)

3. Kuadran C

Pada kuadran C ini menunjukkan faktor – faktor atau atribut – atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PO berada dalam kuadran ini masih dianggap kurang penting bagi pelanggan, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Faktor – faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Menyediakan fasilitas seperti AC, TV, TAPE (=2)
- Terjaga kebersihannya setiap waktu (= 4)
- Karyawan memberi perhatian pada setiap pelanggan (= 12)

4. Kuadran D

Pada kuadran D ini menunjukkan faktor – faktor atau atribut – atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PO berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh perusahaan, sehingga sangat memuaskan akan tetapi menjadi lebih mahal. Faktor – faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Menggunakan alat modern (= 1)
- Menyediakan fasilitas barang tambahan seperti kantong plastik dan obat – obatan (= 5)
- Karyawan melayani dengan cermat keinginan pelanggan (= 8)
- Karyawan mempunyai pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan pelanggan (= 9)

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilandasi teori dan tujuan yang ada di bab terdahulu maka dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis model SERVQUAL, maka dapat diketahui masih adanya gap atau kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan pada bus Putra Fajar yang dikelola oleh PO Putra Fajar di Pekalongan.

Sebagaimana ditunjukkan oleh hasil perhitungan rata – rata harapan pelanggan pada lima dimensi service quality lebih tinggi dari rata – rata skor persepsi kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggannya. Dalam hal ini rata – rata skor Service Quality sebesar 6,529% dan rata – rata skor persepsi kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan 4,9613. Sehingga besarnya gap secara keseluruhan sebesar 92.00. Dengan demikian hipotesis terdapatnya perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada lima dimensi SERVQUAL Quality terbukti secara signifikan. Mengingat skala gap berada antara 0 – 6 maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan pada transportasi yang dikelola PO Putra Fajar belum mencapai kualitas yang sesuai dengan harapan pelanggan.

2. Hasil uji signifikansi dengan *paired sample T-Test* menunjukkan bahwa hipotesis terdapatnya perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada lima dimensi Service Quality yang mencakup dimensi Physical Aspect, dimensi Reliability, dimensi Personal Interaction, dimensi Problem Solving, dan dimensi Policy. Terbukti secara signifikan pada $\alpha : 5\%$. Demikian juga rata – rata secara

keseluruhan dari lima dimensi service quality. Hal ini berarti hasil uji ini mendukung hipotesis 1 yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi kualitas pelayanan yang diterima pelanggan pada bus yang dikelola PO Putra Fajar.

3. Hasil analisis regresi linear berganda pada bus yang dikelola PO Putra Fajar menunjukkan bahwa gap – gap dimensi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat ditunjukkan dari persamaan sebagai berikut :

$$Y = 10,192 - 0,224X_1 - 0,197X_2 - 0,114X_3 - 0,281X_4 - 0,287X_5$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut di atas maka dapat diketahui bahwa konstanta (intersep) menunjukkan angka 10,192. Hal ini berarti bahwa rata – rata variabel kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 10,192 apabila gap Physical Aspect, gap Reliability, gap Personal Interaction, gap Problem Solving, dan gap Policy sama dengan nol (jika variabel – variabel tidak dimasukkan dalam persamaan regresi ini).

- Koefisien regresi gap Physical Aspect sebesar -0,224, hal ini apabila terjadi kenaikan gap Physical Aspect sebesar satu ceteris paribus, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,224.
- Koefisien gap Reliability sebesar -0,197, ini berarti apabila terjadi kenaikan gap Reliability sebesar satu ceteris paribus, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,197.
- Koefisien gap Personal Interaction sebesar -0,114, ini berarti apabila terjadi kenaikan gap Personal Interaction sebesar satu ceteris paribus, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,114.
- Koefisien gap Problem Solving sebesar -0,281, ini berarti apabila terjadi kenaikan gap Problem Solving sebesar satu ceteris paribus, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,281.

- Koefisien gap Policy sebesar -0,287, ini berarti apabila terjadi kenaikan gap Policy sebesar satu ceteris paribus, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan sebesar 0,287.

4. Hasil pengujian koefisien regresi secara parsial

Dengan menggunakan uji dua sisi dengan tingkat kepercayaan 95% atau α : 5% maka akan diketahui t-tabel sebesar $\pm 1,96$. Hal ini berarti :

HO diterima bila $-1,96 < t \text{ hitung} < +1,96$

HA diterima bila $-1,96 > t \text{ hitung} > +1,96$

Berdasarkan hasil perhitungan uji t dengan α : 5% maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Pengaruh X_1 terhadap Y dengan t-hitung sebesar -2,406. Hal ini menunjukkan t-hitung berada dalam daerah penolakan HO. Dengan demikian gap Physical Aspect signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan . Hal ini berarti mendukung hipotesis 2a yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial oleh gap Physical Aspect.
- b. Pengaruh X_2 terhadap Y dengan t-hitung sebesar -2,598. Hal ini menunjukkan t-hitung berada dalam daerah penolakan HO. Dengan demikian gap Reliability signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan . Hal ini berarti mendukung hipotesis 2b yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial oleh gap Reliability.
- c. Pengaruh X_3 terhadap Y dengan t-hitung sebesar -2,133. Hal ini menunjukkan t-hitung berada dalam daerah penolakan HO. Dengan demikian gap Personal Interaction signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan . Hal ini berarti mendukung hipotesis 2c yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial oleh gap Personal Interaction.

- d. Pengaruh X_4 terhadap Y dengan t-hitung sebesar $-3,716$. Hal ini menunjukkan t-hitung berada dalam daerah penolakan H_0 . Dengan demikian gap Problem Solving signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan . Hal ini berarti mendukung hipotesis 2d yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial oleh gap Problem Solving.
 - e. Pengaruh X_5 terhadap Y dengan t-hitung sebesar $-6,578$. Hal ini menunjukkan t-hitung berada dalam daerah penolakan H_0 . Dengan demikian gap Policy signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan . Hal ini berarti mendukung hipotesis 2e yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara parsial oleh gap Policy.
5. Hasil pengujian secara serempak menunjukkan dengan derajat kepercayaan sebesar 95%, maka nilai F-tabel diketahui sebesar 2,26 dan F-hitung sebesar 24,900. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, hal ini berarti H_0 ditolak dan H_A diterima oleh karena itu variabel – variabel bebas yaitu gap Physical Aspect, gap Reability, gap Personal Interaction, gap Problem Solving, dan gap Policy tersebut bersama – sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau kepuasan pelanggan.
 6. Kepuasan determinasi nilai R^2 0,597 menunjukkan bahwa variabel gap Physical Aspect, gap Reability, gap Personal Interaction, gap Problem Solving, dan gap Policy dapat menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 59,7%, sedangkan sisanya 42,3% disebabkan oleh variabel – variable lain yang tidak dimasukkan dalam model.
 7. Berdasarkan Digram Kartesius dari setiap skor rata – rata pelaksanaan (\bar{X}) dan skor rata – rata kepentingan (\bar{Y}) ke 15 faktor tersebut dapat diketahui

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (1997), *Reliabilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Babakus, E. and Boller (1992), "An Empirical Assessment of The Servqual Scale" *Journal of Business Research*, Vol. 24, P. 253 – 268.
- Babbie, E (1995), *The Practice of Social Research*, 7th, ed. Belmont: Wads Worth Publishing Company.
- Brown. S.W. and T.A. Swartz (1989), "A Gap Analysis of Professional Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol. 53 April, P. 92 – 98.
- Cannan, J.M. (1990), "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of The Servqual Dimensions", *Journal of Retailing*, Spring, P. 33 – 55.
- Cooper, D.R. and C.W. Emory (1995), *Business Research Methods*, 5th ed., Chicago: Richard D. Irwin Inc.
- Dharmmesta, B.S. 1998, *Azas-azas Marketing*, Edisi II, Yogyakarta Liberty.
- Fandy Tjiptono, 1998, *Total Quality Management*, Andi, Yogyakarta
- H.A.Abbas Salim, 1991, *Manajemen Transportasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- H.Djaslim Saladin,SE, 1991, *Unsur-unsur Inti Pemasaran*, CV Mandar Maju, Bandung
- Kotler, P. (1997), *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, 9th. Ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Maumann, E. and K. Giel 1995, *Customer Satisfaction Measurement and Management*, Cincinnati, Ohio : Thomson Executive Press.
- Noori, H. and R. Radford (1995), *Production and Operations Management: Total Quality and Responsiveness*, International Edition, New York: Mc. Graw Hill Inc.
- Naumann, E. and K. Giel (1995). *Customer satisfaction Measurement and Management*, Cincinnati, Ohio: Thomson Executives Press.

Data Responden

Nama :
Kelompok : Pedagang/ Pelajar/ Pegawai
Alamat :

DAFTAR PERTANYAAN

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Mohon anda beri tanda silang (X) pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan saudara:

1. Umur

- a. Dibawah 25 tahun
- b. 25 th s/d 35 th
- c. 35 th s/d 45 th
- d. 45 th s/d 50 th
- e. Diatas 50 th

2. Pendidikan

- a. SD
- b. SLTP
- c. SLTA
- d. Diploma
- e. Sarjana(S1)
- f. Magister(S2)
- g. Doktor(S3)

3. Pekerjaan

- a. PNS/ ABRI
- b. karyawan swasta
- c. wiraswasta
- d. pensiunan
- e. tidak bekerja

f. Pedagang

g. Pelajar

4. Penghasilan keluarga per bulan

a. Kurang dari Rp 500.000

b. Rp 500.000 s/d Rp 700.000

c. Rp 700.000 s/d Rp 900.000

d. Rp 900.000 s/d Rp 1.100.000

e. Rp 1.100.000 s/d Rp 1.300.000

f. Rp 1.300.000 s/d Rp 1.500.000

g. Lebih dari Rp 1.500.000

5. Berapa kali anda menggunakan jasa transportasi ini setiap hari

a. belum tentu

b. 1 kali

c. 2 kali

d. 3 kali

e. 4 kali

f. 5 kali

g. Lebih dari 5 kali

6. Pertimbangan utama yang membuat anda tertarik untuk tetap menggunakan jasa transportasi ini

a. Tarif murah

b. Cepat/mudah di dapat

c. Karyawannya ramah

d. Kenyamanan

e. Keamanan

f. Citra atau nama baik

g. Ketepatan waktu

7. Jenis promosi yang anda sukai dari PO. Putra Fajar

a. Potongan harga

b. Menyewakan bus

c. Lain.lain (mohon di isi) :

.....
.....

B. Harapan pelanggan

Sejumlah pernyataan di bawah ini berhubungan dengan apa yang anda harapkan dari suatu transportasi atau angkutan bus.

Mohon anda memberi skor atau nilai antara 1-7 dengan memberi tanda silang (X) sesuai dengan harapan anda.

Adapun ketentuan skor atau nilai jawaban tersebut adalah sebagai berikut:

Skors 1 : sangat tidak setuju (STS)

Skors 2 : tidak setuju (TS)

Skors 3 : kurang setuju (KS)

Skors 4 : netral (N)

Skors 5 : agak setuju (AS)

Skors 6 : setuju (S)

Skors 7 : sangat setuju (SS)

No:	Harapan Anda	STS	TS	KS	N	AS	S	SS
1	Transportasi harus menggunakan alat modern							
2	Trasportasi harus menyediakan fasilitas seperti AC,TV,TAPE							
3	Harus menyediakan info tertulis seperti Tarif yang berlaku							
4	Harus terjaga kebersihannya setiap waktu							
5	Harus menyediakan fasilitas barang tambahan seperti kantong plastik dan obat-obatan							
6	Harus tepat janji pada skedul jadwal kedatangan maupun pemberangkatan							
7	Harus memberikan jasa tepat waktu secara aman							
8	Harus melayani dengan cermat keinginan pelanggan							
9	Harus mempunyai pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan							

10	Pihak bus harus bertanggung jawab terhadap resiko yang diderita pelanggan							
11	Harus cepat melayani pelanggan							
12	Harus memberi perhatian pada setiap pelanggan							
13	Karyawan harus berlaku sopan dalam melayani pelanggan							
14	Harus mampu mengatasi dengan segera keluhan pelanggan							
15	Harus siap pada jam-jam yang diinginkan pelanggan pada umumnya							

C. PERSEPSI PELANGGAN

Sejumlah pernyataan di bawah ini berhubungan dengan pengalaman anda terhadap pelayanan PO. Putra Fajar.

Mohon anda memberi skor atau nilai antara 1-7 dengan memberi tanda silang (X) sesuai dengan kondisi PO. Putra Fajar.

Adapun ketentuan skor atau nilai jawaban tersebut adalah sebagai berikut:

Skors 1 : sangat tidak setuju (STS)

Skors 2 : tidak setuju (TS)

Skors 3 : kurang setuju (KS)

Skors 4 : netral (N)

Skors 5 : agak setuju (AS)

Skors 6 : setuju (S)

Skors 7 : sangat setuju (SS)

No:	Kondisi PO. Putra Fajar	STS	TS	KS	N	AS	S	SS
1	Telah menggunakan alat modern							
2	Telah menyediakan fasilitas seperti AC,TV,TAPE							
3	Telah menyediakan info tertulis seperti Tarif yang berlaku							
4	Bus terjaga kebersihannya setiap waktu							
5	Bus menyediakan fasilitas barang tambahan seperti kantong plastik dan obat-obatan							
6	Bus menepati janji pada skedul jadwal kedatangan maupun pemberangkatan yang telah ada							

7	Bus memberikan jasa tepat waktu secara aman							
8	Karyawan melayani dengan cermat keinginan pelanggan							
9	Karyawan mempunyai pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan							
10	Pihak bus bertanggung jawab terhadap semua resiko yang diderita pelanggan							
11	Karyawan dengan cepat melayani pelanggan							
12	Karyawan memberi perhatian pada setiap pelanggan							
13	Karyawan sangat berlaku sopan dalam melayani pelanggan							
14	Karyawan selalu mengatasi dengan segera keluhan pelanggan							
15	Bus selalu siap pada jam-jam yang diinginkan pelanggan pada umumnya							

D. Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan PO. Putra Fajar.

Sejumlah pertanyaan di bawah ini berhubungan dengan kepuasan saudara setelah menggunakan jasa transportasi PO. Putra Fajar.

Mohon anda memberi skor atau nilai antara 1-7 dengan memberi tanda silang (X) sesuai dengan pengalaman anda, tingkat kepuasan anda dan harapan anda setelah menggunakan PO. Putra Fajar.

Adapun ketentuan skor atau nilai jawaban tersebut adalah sebagai berikut:

Skors 1 : sangat tidak setuju (STS)

Skors 2 : tidak setuju (TS)

Skors 3 : kurang setuju (KS)

Skors 4 : netral (N)

Skors 5 : agak setuju (AS)

Skors 6 : setuju (S)

Skors 7 : sangat setuju (SS)

No:	Kualitas PO Putra Fajar	STS	TS	KS	N	AS	S	SS
1	Anda merasa puas dengan tarif jalan sesuai dengan mutu pelayanan.							

No	HARAPAN PELANGGAN															Jml Total
	X1			X2			X3			X4			X5			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	6	4	7	6	6	7	6	6	6	6	7	6	6	6	6	91
2	6	5	6	6	6	6	6	6	5	7	7	6	6	6	6	90
3	6	5	6	6	6	7	6	6	6	6	7	6	7	6	6	92
4	6	5	7	6	6	7	7	6	6	7	6	6	6	6	6	93
5	7	5	6	6	6	6	6	6	6	7	6	5	6	6	6	90
6	6	6	6	6	7	6	6	6	5	7	6	6	7	6	6	92
7	6	5	7	6	6	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	92
8	6	4	6	7	6	6	6	6	5	6	7	5	7	6	6	89
9	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	7	5	7	6	6	90
10	6	4	6	6	6	7	6	6	6	6	7	5	6	6	7	90
11	6	4	6	6	6	6	6	6	6	7	7	5	6	7	6	90
12	7	4	7	6	6	6	6	6	6	7	6	6	7	7	6	93
13	6	4	6	6	6	7	6	6	6	7	7	6	6	6	6	91
14	6	4	7	7	7	6	6	6	5	7	7	6	6	6	6	92
15	6	4	7	6	6	7	6	6	6	6	7	6	7	6	6	92
16	6	6	7	6	6	7	6	6	5	7	7	6	6	6	7	94
17	7	5	6	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	7	7	94
18	6	6	6	7	5	6	6	6	5	7	7	6	6	7	6	92
19	6	5	6	7	6	7	6	7	5	7	7	6	6	6	6	93
20	6	5	6	6	7	6	6	6	6	7	7	6	7	7	6	94
21	6	5	7	6	5	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	90
22	6	5	7	6	5	7	6	6	7	7	6	6	7	6	6	93
23	7	5	7	6	5	6	7	6	6	7	6	5	7	6	6	92
24	6	5	7	6	6	6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	92
25	6	5	7	6	6	7	6	6	5	6	7	6	6	6	6	91
26	6	5	7	6	6	6	6	6	5	7	7	6	6	6	6	91
27	7	5	7	7	7	6	6	6	6	6	7	6	6	6	7	95
28	6	5	6	6	7	7	6	6	5	6	7	7	6	6	7	93
29	6	6	6	7	6	6	6	6	5	7	6	6	7	6	6	92
30	6	6	6	7	6	6	6	6	5	6	7	6	7	6	7	93
31	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	7	93
32	7	6	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	7	6	6	94
33	6	5	6	6	6	7	6	6	6	6	7	7	6	6	6	92
34	6	5	6	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	6	6	91
35	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	6	7	7	7	7	96
36	6	5	6	6	6	6	7	6	5	7	7	6	6	6	6	91
37	6	5	7	6	6	6	7	6	5	7	7	6	6	6	6	92
38	6	5	6	6	6	6	6	6	5	7	6	6	6	6	6	89
39	6	5	7	6	6	6	6	7	6	6	7	6	6	6	6	92
40	6	5	6	6	6	6	6	6	6	7	7	6	7	6	6	92
41	6	5	6	6	7	6	6	6	6	7	7	6	6	6	6	92
42	6	5	6	6	7	6	6	6	5	6	6	5	7	7	7	91
43	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	7	6	91
44	6	5	6	6	6	6	6	6	5	7	6	6	7	7	6	91

45	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	89
46	7	5	6	6	6	6	7	6	6	6	7	5	7	6	6	92
47	6	6	5	6	7	6	6	6	5	7	7	6	6	7	6	92
48	7	5	6	6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	6	92
49	7	5	7	6	6	6	6	6	5	6	7	6	7	6	6	92
50	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	90
51	6	5	7	6	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	6	92
52	6	5	7	7	6	6	6	6	6	7	7	6	6	6	6	93
53	6	5	6	7	6	6	6	6	7	6	7	5	6	6	6	91
54	6	5	6	7	6	6	7	7	6	7	7	5	7	6	6	94
55	6	5	6	6	6	6	6	7	6	7	7	5	6	6	6	91
56	6	5	6	6	6	7	6	7	6	7	6	6	7	6	6	93
57	6	5	7	6	6	7	6	6	6	6	7	6	7	6	7	94
58	6	5	6	6	6	7	6	6	7	7	7	6	7	7	6	95
59	6	5	7	7	6	6	7	6	6	7	6	6	6	6	6	93
60	6	5	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	90
61	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	6	93
62	6	4	6	6	6	6	7	6	6	7	7	6	6	6	7	92
63	6	4	6	6	7	6	6	6	6	6	7	6	7	6	6	91
64	6	4	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	90
65	7	5	6	7	6	6	7	6	6	7	6	6	6	6	6	93
66	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	90
67	6	5	6	7	6	7	6	6	6	7	6	6	7	6	6	93
68	6	5	6	7	6	6	7	6	6	6	7	5	6	6	6	91
69	5	5	6	6	6	6	6	6	6	7	7	5	6	6	6	89
70	6	5	6	6	6	6	7	7	6	7	7	5	6	6	6	92
71	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	7	6	91
72	6	5	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	7	7	6	92
73	5	6	6	6	6	7	7	6	6	7	7	6	6	6	6	93
74	6	4	6	6	6	6	7	6	6	6	7	6	7	7	7	93
75	6	4	6	7	6	7	7	6	6	6	7	6	7	6	7	94
76	6	4	7	6	6	6	6	7	6	7	7	6	7	6	6	93
77	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	6	6	7	91
78	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	89
79	6	4	6	6	7	6	7	6	7	6	7	6	6	6	6	92
80	6	4	6	6	6	6	7	7	7	6	7	6	7	7	7	95
81	6	5	6	6	7	6	6	6	7	7	6	6	7	7	6	94
82	5	5	6	7	6	6	7	6	6	6	6	7	7	6	6	92
83	6	5	7	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	6	6	94
84	5	5	6	6	6	6	6	7	6	7	6	6	7	6	6	91
85	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	7	6	7	94
86	5	5	6	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	7	6	91
87	6	5	7	6	6	6	7	6	6	7	7	5	7	7	6	94
88	6	5	6	6	7	6	6	6	5	6	6	5	7	7	6	90
89	6	4	6	7	6	7	7	6	6	6	7	6	7	6	7	94
90	6	4	7	6	6	6	6	7	6	7	7	6	7	6	6	93

No	PERSEPSI PELANGGAN															Jmi Total
	X1			X2			X3			X4			X5			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	4	1	2	2	6	3	3	6	6	3	4	2	5	4	5	56
2	6	1	2	5	6	3	3	6	5	3	3	2	5	3	5	58
3	4	2	2	2	6	3	3	6	5	2	3	2	5	3	4	52
4	4	1	2	2	5	3	3	5	5	3	4	3	5	3	5	53
5	5	1	3	3	6	3	3	4	6	3	3	2	4	3	5	54
6	4	1	2	5	5	4	2	5	5	2	3	2	5	3	5	53
7	4	1	2	2	6	3	3	5	6	3	4	2	5	3	5	54
8	4	2	2	2	6	3	3	5	5	2	3	2	5	3	4	51
9	6	1	2	5	6	3	3	6	5	3	3	2	5	3	6	59
10	4	2	3	2	6	3	3	4	5	3	3	2	4	3	4	51
11	4	1	2	3	6	3	3	6	5	3	3	2	6	2	4	53
12	5	1	2	2	6	3	4	4	5	4	3	2	4	3	5	53
13	4	1	2	2	5	3	3	4	5	3	3	3	4	3	5	50
14	4	1	2	4	5	3	3	5	5	3	3	2	5	3	4	52
15	4	2	2	2	6	3	4	5	5	4	4	3	5	3	5	57
16	4	1	2	4	6	3	3	4	5	3	4	2	4	3	6	54
17	5	1	2	4	5	3	3	5	5	3	3	3	5	4	5	56
18	4	2	2	2	5	3	4	6	5	4	3	2	6	3	4	55
19	4	1	3	2	5	3	3	5	5	3	2	2	5	3	5	51
20	6	2	2	5	5	4	3	4	6	3	3	2	4	4	4	57
21	4	1	3	2	5	4	3	5	5	3	3	3	5	3	4	53
22	4	2	2	2	5	3	3	4	5	3	3	2	4	3	4	49
23	5	2	3	2	5	3	3	4	6	3	3	2	4	4	4	53
24	6	2	2	2	6	3	3	4	5	3	3	2	4	3	5	53
25	4	2	2	3	6	3	3	4	5	3	2	2	4	3	5	51
26	4	1	2	2	6	3	4	5	5	4	3	2	5	3	5	54
27	5	2	3	3	5	3	4	6	5	4	3	3	5	3	5	59
28	4	1	2	2	5	3	3	5	3	3	4	2	5	3	5	50
29	4	2	2	3	6	3	3	5	5	3	3	2	5	3	5	54
30	4	1	2	2	6	4	3	5	5	2	3	2	5	3	3	50
31	4	2	2	2	6	3	3	5	3	3	3	2	5	4	6	53
32	5	1	2	2	6	3	3	3	3	3	3	3	3	4	6	50
33	4	2	3	3	6	4	3	6	6	3	4	2	6	3	3	58
34	4	2	2	2	6	3	3	6	3	3	3	2	6	3	3	51
35	4	2	2	2	6	3	3	3	5	3	3	2	3	3	5	49
36	4	1	2	2	6	3	4	3	5	2	3	2	3	3	3	46
37	4	1	2	2	6	3	3	6	3	3	3	2	5	3	6	52
38	4	1	3	2	6	4	3	3	3	3	3	2	3	3	5	48
39	4	1	2	3	6	3	4	6	3	4	3	1	6	3	3	52
40	4	1	2	2	6	3	3	5	6	3	3	2	5	3	3	51
41	4	1	2	2	5	3	3	3	6	3	3	2	3	4	5	49
42	4	1	2	2	5	3	3	3	3	3	3	2	3	3	5	45
43	4	1	2	2	5	3	3	3	3	3	3	1	5	3	6	47
44	4	2	2	3	6	3	4	6	3	4	3	2	5	4	3	54
45	4	2	1	2	6	3	3	6	3	3	3	2	6	3	3	50

46	5	2	2	2	6	3	3	3	6	3	3	2	3	3	3	49
47	4	1	2	2	7	3	3	3	5	3	3	2	3	3	3	47
48	5	1	2	2	6	3	3	3	3	3	3	1	3	3	6	47
49	5	1	1	2	6	3	3	3	5	3	3	1	3	4	6	49
50	4	2	2	2	6	3	3	6	3	3	3	1	6	3	3	50
51	4	1	2	1	5	3	3	6	3	3	3	2	6	3	6	51
52	4	2	2	2	6	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	45
53	4	1	2	2	5	3	3	6	5	3	3	2	6	3	3	51
54	4	1	1	2	5	3	3	3	6	3	3	2	3	3	3	45
55	4	2	1	1	6	3	3	3	6	3	3	2	3	3	5	48
56	4	1	1	2	6	3	3	3	6	3	4	2	3	3	5	49
57	4	2	2	2	6	3	3	6	6	3	3	2	5	3	2	52
58	4	2	2	2	6	3	3	6	5	3	3	2	5	3	6	55
59	4	1	2	2	6	3	3	2	6	3	4	3	2	3	2	46
60	4	2	2	1	6	3	3	6	6	3	3	2	6	3	2	52
61	5	2	2	2	6	4	3	2	6	3	3	2	2	3	2	47
62	4	2	2	1	6	3	3	2	6	3	4	3	2	3	2	46
63	4	2	2	2	5	4	3	2	5	3	3	2	2	3	6	48
64	4	2	2	4	6	3	3	2	6	3	3	2	2	3	6	51
65	5	1	3	2	6	3	3	6	5	3	3	3	6	3	5	57
66	4	1	2	2	6	3	3	6	5	3	3	3	6	3	6	56
67	4	2	2	2	6	3	4	5	5	4	3	2	5	3	5	55
68	4	1	3	2	6	3	3	6	6	3	3	2	6	3	5	56
69	3	1	2	4	6	3	4	5	6	4	3	2	5	3	5	56
70	4	2	2	2	6	3	3	5	6	3	4	2	5	3	5	55
71	4	1	3	3	6	3	3	5	5	3	4	2	5	3	6	56
72	4	1	3	2	6	3	3	6	5	3	3	2	5	4	5	55
73	3	1	2	2	6	3	3	6	5	3	3	2	6	3	5	53
74	4	2	2	3	6	2	3	6	6	3	2	2	5	4	5	55
75	4	1	2	2	6	3	3	5	6	3	3	2	5	3	5	53
76	4	1	2	2	6	3	3	5	5	3	3	2	5	3	6	53
77	6	2	2	3	6	3	4	5	3	2	3	3	5	3	6	56
78	4	1	2	3	6	3	4	6	3	2	3	2	6	3	5	53
79	6	1	2	2	7	3	3	6	3	3	3	2	6	3	3	53
80	4	1	2	2	6	2	2	5	5	2	2	2	5	3	5	48
81	4	1	3	2	5	3	3	3	5	3	3	2	3	3	5	48
82	3	1	2	2	6	3	3	6	4	3	3	2	5	4	4	51
83	4	1	2	3	5	3	3	5	5	3	4	2	5	4	4	53
84	3	1	3	2	5	3	3	4	3	3	3	2	4	3	5	47
85	6	1	2	2	6	1	3	4	3	3	3	2	4	2	5	47
86	3	2	2	3	6	3	2	4	3	2	3	3	5	3	5	49
87	6	1	3	3	5	3	2	4	5	2	3	2	5	3	6	53
88	6	1	2	2	5	3	2	4	5	2	4	3	5	3	6	53
89	4	1	2	2	6	3	3	5	6	3	3	2	5	3	5	53
90	4	1	2	2	6	3	3	5	5	3	3	2	5	3	6	53

4	2	1	2	6	3	3	6	3	3	3
5	2	2	2	6	3	3	3	6	3	3
4	1	2	2	7	3	3	3	5	3	3
5	1	2	2	6	3	3	3	3	3	3
5	1	1	2	6	3	3	3	5	3	3
4	2	2	2	6	3	3	6	3	3	3
4	1	2	1	5	3	3	6	3	3	3
4	2	2	2	6	3	3	3	3	3	3
4	1	2	2	5	3	3	6	5	3	3
4	1	1	2	5	3	3	3	6	3	3
4	2	1	1	6	3	3	3	6	3	3
4	1	1	2	6	3	3	3	6	3	4
4	2	2	2	6	3	3	6	6	3	3
4	2	2	2	6	3	3	6	5	3	3
4	1	2	2	6	3	3	2	6	3	4
4	2	2	1	6	3	3	6	6	3	3
5	2	2	2	6	4	3	2	6	3	3
4	2	2	1	6	3	3	2	6	3	4
4	2	2	2	5	4	3	2	5	3	3
4	2	2	4	6	3	3	2	6	3	3
5	1	3	2	6	3	3	6	5	3	3
4	1	2	2	6	3	3	6	5	3	3
4	2	2	2	6	3	4	5	5	4	3
4	1	3	2	6	3	3	6	6	3	3
3	1	2	4	6	3	4	5	6	4	3
4	2	2	2	6	3	3	5	6	3	4
4	1	3	3	6	3	3	5	5	3	4
4	1	3	2	6	3	3	6	5	3	3
3	1	2	2	6	3	3	6	5	3	3
4	2	2	3	6	2	3	6	6	3	2
4	1	2	2	6	3	3	5	6	3	3
6	2	2	3	6	3	4	5	3	2	3
4	1	2	3	6	3	4	6	3	2	3
6	1	2	2	7	3	3	6	3	3	3
4	1	2	2	6	2	2	5	5	2	2
4	1	3	2	5	3	3	3	5	3	3
3	1	2	2	6	3	3	6	4	3	3
4	1	2	3	5	3	3	5	5	3	4
3	1	3	2	5	3	3	4	3	3	3
6	1	2	2	6	1	3	4	3	3	3
3	2	2	3	6	3	2	4	3	2	3
6	1	3	3	5	3	2	4	5	2	3
6	1	2	2	5	3	2	4	5	2	4
4	1	2	2	6	3	3	5	6	3	3
4	1	2	2	6	3	3	5	5	3	3

12	13	14	15	Jml	1	2	3	4	5	6
2	5	4	5	56	-2	-3	-5	-4	0	-4
2	5	3	5	58	0	-4	-4	-1	0	-3
2	5	3	4	52	-2	-3	-4	-4	0	-4
3	5	3	5	53	-2	-4	-5	-4	-1	-4
2	4	3	5	54	-2	-4	-3	-3	0	-3
2	5	3	5	53	-2	-5	-4	-1	-2	-2
2	5	3	5	54	-2	-4	-5	-4	0	-4
2	5	3	4	51	-2	-2	-4	-5	0	-3
2	5	3	6	59	0	-5	-4	-1	0	-3
2	4	3	4	51	-2	-2	-3	-4	0	-4
2	6	2	4	53	-2	-3	-4	-3	0	-3
2	4	3	5	53	-2	-3	-5	-4	0	-3
3	4	3	5	50	-2	-3	-4	-4	-1	-4
2	5	3	4	52	-2	-3	-5	-3	-2	-3
3	5	3	5	57	-2	-2	-5	-4	0	-4
2	4	3	6	54	-2	-5	-5	-2	0	-4
3	5	4	5	56	-2	-4	-4	-2	-1	-3
2	6	3	4	55	-2	-4	-4	-5	0	-3
2	5	3	5	51	-2	-4	-3	-5	-1	-4
2	4	4	4	57	0	-3	-4	-1	-2	-2
3	5	3	4	53	-2	-4	-4	-4	0	-3
2	4	3	4	49	-2	-3	-5	-4	0	-4
2	4	4	4	53	-2	-3	-4	-4	0	-3
2	4	3	5	53	0	-3	-5	-4	0	-3
2	4	3	5	51	-2	-3	-5	-3	0	-4
2	5	3	5	54	-2	-4	-5	-4	0	-3
3	5	3	5	59	-2	-3	-4	-4	-2	-3
2	5	3	5	50	-2	-4	-4	-4	-2	-4
2	5	3	5	54	-2	-4	-4	-4	0	-3
2	5	3	3	50	-2	-5	-4	-5	0	-2
2	5	4	6	53	-2	-4	-4	-4	0	-3
3	3	4	6	50	-2	-5	-4	-4	0	-3
2	6	3	3	58	-2	-3	-3	-3	0	-3
2	6	3	3	51	-2	-3	-4	-4	0	-3
2	3	3	5	49	-2	-4	-4	-4	0	-3
2	3	3	3	46	-2	-4	-4	-4	0	-3
2	5	3	6	52	-2	-4	-5	-4	0	-3
2	3	3	5	48	-2	-4	-3	-4	0	-2
1	6	3	3	52	-2	-4	-5	-3	0	-3
2	5	3	3	51	-2	-4	-4	-4	0	-3
2	3	4	5	49	-2	-4	-4	-4	-2	-3
2	3	3	5	45	-2	-4	-4	-4	-2	-3
1	5	3	6	47	-2	-4	-4	-4	-1	-3
2	5	4	3	54	-2	-3	-4	-3	0	-3

2	6	3	3	50	-2	-3	-4	-4	0	-3
2	3	3	3	49	-2	-3	-4	-4	0	-3
2	3	3	3	47	-2	-5	-3	-4	0	-3
1	3	3	6	47	-2	-4	-4	-4	0	-3
1	3	4	6	49	-2	-4	-6	-4	0	-3
1	6	3	3	50	-2	-4	-4	-4	0	-3
2	6	3	6	51	-2	-4	-5	-5	-1	-3
2	3	3	3	45	-2	-3	-5	-5	0	-3
2	6	3	3	51	-2	-4	-4	-5	-1	-3
2	3	3	3	45	-2	-4	-5	-5	-1	-3
2	3	3	5	48	-2	-3	-5	-5	0	-3
2	3	3	5	49	-2	-4	-5	-4	0	-4
2	5	3	2	52	-2	-3	-5	-4	0	-4
2	5	3	6	55	-2	-3	-4	-4	0	-4
3	2	3	2	46	-2	-4	-5	-5	0	-3
2	6	3	2	52	-2	-3	-5	-5	0	-3
2	2	3	2	47	-2	-4	-5	-4	0	-2
3	2	3	2	46	-2	-2	-4	-5	0	-3
2	2	3	6	48	-2	-2	-4	-4	-2	-2
2	2	3	6	51	-2	-2	-5	-2	0	-3
3	6	3	5	57	-2	-4	-3	-5	0	-3
3	6	3	6	56	-2	-5	-4	-4	0	-3
2	5	3	5	55	-2	-3	-4	-5	0	-4
2	6	3	5	56	-2	-4	-3	-5	0	-3
2	5	3	5	56	-2	-4	-4	-2	0	-3
2	5	3	5	55	-2	-3	-4	-4	0	-3
2	5	3	6	56	-2	-4	-3	-3	0	-3
2	5	4	5	55	-2	-4	-3	-4	0	-3
2	6	3	5	53	-2	-5	-4	-4	0	-4
2	5	4	5	55	-2	-2	-4	-3	0	-4
2	5	3	5	53	-2	-3	-4	-5	0	-4
2	5	3	6	53	-2	-3	-5	-4	0	-3
3	5	3	6	56	0	-3	-4	-3	0	-3
2	6	3	5	53	-2	-3	-4	-3	0	-3
2	6	3	3	53	0	-3	-4	-4	0	-3
2	5	3	5	48	-2	-3	-4	-4	0	-4
2	3	3	5	48	-2	-4	-3	-4	-2	-3
2	5	4	4	51	-2	-4	-4	-5	0	-3
2	5	4	4	53	-2	-4	-5	-3	-1	-3
2	4	3	5	47	-2	-4	-3	-4	-1	-3
2	4	2	5	47	0	-5	-4	-4	0	-5
3	5	3	5	49	-2	-3	-4	-3	0	-3
2	5	3	6	53	0	-4	-4	-3	-1	-3
3	5	3	6	53	0	-4	-4	-4	-2	-3
2	5	3	5	53	-2	-3	-4	-5	0	-4
2	5	3	6	53	-2	-3	-5	-4	0	-3

GAP

7	8	9	10	11	12	13	14	15	y	VAR1
-3	0	0	-3	-3	-4	-1	-2	-1	19	-10
-3	0	0	-4	-4	-4	-1	-3	-1	19	-8
-3	0	-1	-4	-4	-4	-2	-3	-2	20	-9
-4	-1	-1	-4	-2	-3	-1	-3	-1	20	-11
-3	-2	0	-4	-3	-3	-2	-3	-1	20	-9
-4	-1	0	-5	-3	-4	-2	-3	-1	19	-11
-3	-2	0	-3	-2	-4	-1	-3	-1	20	-11
-3	-1	0	-4	-4	-3	-2	-3	-2	20	-8
-3	0	0	-3	-4	-3	-2	-3	0	21	-9
-3	-2	-1	-3	-4	-3	-2	-3	-3	18	-7
-3	0	-1	-4	-4	-3	0	-5	-2	19	-9
-2	-2	-1	-3	-3	-4	-3	-4	-1	19	-10
-3	-2	-1	-4	-4	-3	-2	-3	-1	19	-9
-3	-1	0	-4	-4	-4	-1	-3	-2	20	-10
-2	-1	-1	-2	-3	-3	-2	-3	-1	20	-9
-3	-2	0	-4	-3	-4	-2	-3	-1	20	-12
-3	-1	-1	-4	-4	-3	-1	-3	-2	19	-10
-2	0	0	-3	-4	-4	0	-4	-2	20	-10
-3	-2	0	-4	-5	-4	-1	-3	-1	20	-9
-3	-2	0	-4	-4	-4	-3	-3	-2	21	-7
-3	-1	-1	-3	-3	-3	-1	-3	-2	18	-10
-3	-2	-2	-4	-3	-4	-3	-3	-2	19	-10
-4	-2	0	-4	-3	-3	-3	-2	-2	21	-9
-3	-2	-2	-3	-3	-4	-3	-3	-1	19	-8
-3	-2	0	-3	-5	-4	-2	-3	-1	19	-10
-2	-1	0	-3	-4	-4	-1	-3	-1	21	-11
-2	0	-1	-2	-4	-3	-1	-3	-2	18	-9
-3	-1	-2	-3	-3	-5	-1	-3	-2	19	-10
-3	-1	0	-4	-3	-4	-2	-3	-1	20	-10
-3	-1	0	-4	-4	-4	-2	-3	-4	17	-11
-3	-1	-3	-3	-4	-4	-2	-2	-1	19	-10
-3	-3	-4	-3	-4	-3	-4	-2	0	21	-11
-3	0	0	-3	-3	-5	0	-3	-3	21	-8
-3	0	-3	-4	-4	-4	0	-3	-3	21	-9
-4	-3	-2	-3	-3	-5	-4	-4	-2	19	-10
-3	-3	0	-5	-4	-4	-3	-3	-3	19	-10
-4	0	-2	-4	-4	-4	-1	-3	0	21	-11
-3	-3	-2	-4	-3	-4	-3	-3	-1	18	-9
-2	-1	-3	-2	-4	-5	0	-3	-3	19	-11
-3	-1	0	-4	-4	-4	-2	-3	-3	17	-10
-3	-3	0	-4	-4	-4	-3	-2	-1	20	-10
-3	-3	-2	-3	-3	-3	-4	-4	-2	19	-10
-3	-3	-3	-3	-3	-5	-2	-4	0	18	-10
-2	0	-2	-3	-3	-4	-2	-3	-3	19	-9

-3	0	-3	-3	-3	-4	0	-3	-4	20	-9
-4	-3	0	-3	-4	-3	-4	-3	-3	20	-9
-3	-3	0	-4	-4	-4	-3	-4	-3	20	-10
-4	-3	-3	-3	-4	-5	-3	-3	0	20	-10
-3	-3	0	-3	-4	-5	-4	-2	0	20	-12
-3	0	-3	-3	-3	-5	0	-3	-3	21	-10
-4	0	-3	-3	-4	-4	0	-3	0	18	-11
-3	-3	-3	-4	-4	-4	-3	-3	-3	19	-10
-3	0	-2	-3	-4	-3	0	-3	-3	18	-10
-4	-4	0	-4	-4	-3	-4	-3	-3	20	-11
-3	-4	0	-4	-4	-3	-3	-3	-1	19	-10
-3	-4	0	-4	-2	-4	-4	-3	-1	17	-11
-3	0	0	-3	-4	-4	-2	-3	-5	19	-10
-3	0	-2	-4	-4	-4	-2	-4	0	20	-9
-4	-4	0	-4	-2	-3	-4	-3	-4	20	-11
-3	0	0	-3	-3	-4	0	-3	-4	20	-10
-3	-4	0	-3	-4	-4	-4	-3	-4	20	-11
-4	-4	0	-4	-3	-3	-4	-3	-5	20	-8
-3	-4	-1	-3	-4	-4	-5	-3	0	18	-8
-3	-4	0	-3	-3	-4	-5	-3	0	20	-9
-4	0	-1	-4	-3	-3	0	-3	-1	19	-9
-3	0	-1	-3	-3	-3	0	-3	0	18	-11
-2	-1	-1	-3	-3	-4	-2	-3	-1	19	-9
-4	0	0	-3	-4	-3	0	-3	-1	21	-9
-2	-1	0	-3	-4	-3	-1	-3	-1	20	-10
-4	-2	0	-4	-3	-3	-1	-3	-1	20	-9
-3	-1	-1	-3	-3	-4	-1	-4	0	19	-9
-3	0	-2	-3	-3	-4	-2	-3	-1	19	-9
-4	0	-1	-4	-4	-4	0	-3	-1	21	-11
-4	0	0	-3	-5	-4	-2	-3	-2	18	-8
-4	-1	0	-3	-4	-4	-2	-3	-2	20	-9
-3	-2	-1	-4	-4	-4	-2	-3	0	20	-10
-2	-1	-3	-4	-4	-3	-1	-3	-1	17	-7
-2	0	-3	-4	-3	-4	0	-4	-1	20	-9
-4	0	-4	-3	-4	-4	0	-3	-3	21	-7
-5	-2	-2	-4	-5	-4	-2	-4	-2	20	-9
-3	-3	-2	-4	-3	-4	-4	-4	-1	20	-9
-4	0	-2	-3	-3	-5	-2	-2	-2	19	-10
-3	-2	-2	-4	-3	-4	-1	-2	-2	19	-11
-3	-3	-3	-4	-3	-4	-3	-3	-1	20	-9
-3	-2	-4	-3	-4	-4	-3	-4	-2	17	-9
-4	-2	-3	-5	-4	-3	-1	-4	-1	18	-9
-5	-2	-1	-5	-4	-3	-2	-4	0	20	-8
-4	-2	0	-4	-2	-2	-2	-4	0	20	-8
-4	-1	0	-3	-4	-4	-2	-3	-2	18	-9
-3	-2	-1	-4	-4	-4	-2	-3	0	18	-10

Service Quality

VAR2	VAR3	VAR4	VAR5	1	2	3	4	5	6	7
-8	-3	-10	-4							
-4	-3	-12	-5							
-8	-4	-12	-7							
-9	-6	-9	-5							
-6	-5	-10	-6							
-5	-5	-12	-6							
-8	-5	-9	-5							
-8	-4	-11	-7							
-4	-3	-10	-5							
-8	-6	-10	-8							
-6	-4	-11	-7							
-7	-5	-10	-8							
-9	-6	-11	-6							
-8	-4	-12	-6							
-8	-4	-8	-6							
-6	-5	-11	-6							
-6	-5	-11	-6							
-8	-2	-11	-6							
-10	-5	-13	-5							
-5	-5	-12	-8							
-7	-5	-9	-6							
-8	-7	-11	-8							
-7	-6	-10	-7							
-7	-7	-10	-7							
-7	-5	-12	-6							
-7	-3	-11	-5							
-9	-3	-9	-6							
-10	-6	-11	-6							
-7	-4	-11	-6							
-7	-4	-12	-9							
-7	-7	-11	-5							
-7	-10	-10	-6							
-6	-3	-11	-6							
-7	-6	-12	-6							
-7	-9	-11	-10							
-7	-6	-13	-9							
-7	-6	-12	-4							
-6	-8	-11	-7							
-6	-6	-11	-6							
-7	-4	-12	-8							
-9	-6	-12	-6							
-9	-8	-9	-10							
-8	-9	-11	-6							
-6	-4	-10	-8							



Kepuasan Pelanggan

8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	
			2	3	3	3	2	3	3	19
			3	2	2	3	3	3	3	19
			3	3	3	2	3	3	3	20
			3	3	3	3	3	2	3	20
			3	3	3	3	3	3	2	20
			2	3	3	3	3	2	3	19
			3	2	3	3	3	3	3	20
			3	3	3	2	3	3	3	20
			3	3	3	3	3	3	3	21
			2	3	2	3	2	3	3	18
			3	3	3	3	3	2	3	19
			2	3	3	3	2	3	3	19
			3	2	2	3	3	3	3	19
			3	3	3	2	3	3	3	20
			3	3	3	3	3	2	3	20
			3	3	3	3	3	3	2	20
			2	3	3	3	3	2	3	19
			3	2	3	3	3	3	3	20
			3	3	3	2	3	3	3	20
			3	3	3	3	3	3	3	21
			2	3	2	3	2	3	3	18
			3	2	3	3	3	2	3	19
			3	3	3	3	3	3	3	21
			2	3	3	3	2	3	3	19
			3	3	2	3	3	3	2	19
			3	3	3	3	3	3	3	21
			3	2	3	2	3	2	3	18
			2	3	3	3	2	3	3	19
			3	3	3	2	3	3	3	21
			3	3	3	3	3	3	3	21
			3	3	3	3	3	3	3	21
			2	3	3	3	2	3	3	19
			3	3	2	3	3	3	2	19
			3	3	3	3	3	3	3	21
			3	2	3	2	3	2	3	18
			2	3	3	3	2	3	3	19
			2	3	2	3	2	2	3	17
			3	3	3	2	3	3	3	20
			3	3	2	3	3	3	2	19
			2	3	3	3	2	3	3	18
			3	2	3	2	3	2	3	19
			2	3	2	3	2	2	3	17
			3	3	3	2	3	3	3	20
			3	3	2	3	3	3	2	19
			2	3	3	2	2	3	3	18
			3	2	3	3	3	2	3	19

3	3	3	3	3	3	2	20
3	3	3	3	3	2	3	20
3	3	3	3	3	3	2	20
3	3	3	2	3	3	3	20
3	2	3	3	3	3	3	20
3	3	3	3	3	3	3	21
2	3	2	3	2	3	3	18
3	3	3	2	3	3	2	19
2	3	2	3	2	3	3	18
3	3	3	2	3	3	3	20
3	3	2	3	3	2	3	19
2	3	3	2	2	3	2	17
3	2	3	3	3	2	3	19
3	3	3	3	3	3	2	20
3	3	3	3	3	2	3	20
3	3	3	3	3	3	2	20
3	3	3	2	3	3	3	20
3	3	3	2	3	3	3	20
3	3	3	3	3	3	3	20
2	3	2	3	2	3	3	18
3	3	3	2	3	3	3	20
3	3	2	3	3	2	3	19
2	3	3	2	2	3	3	18
3	2	3	3	3	3	2	19
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	3	2	3	20
3	3	3	3	3	3	2	20
3	3	3	2	3	2	3	19
3	2	3	3	3	3	2	19
3	3	3	3	3	3	3	21
2	3	2	3	2	3	3	18
3	3	3	2	3	3	3	20
3	3	2	3	3	3	3	20
3	3	3	3	3	3	2	20
3	3	3	2	3	2	3	19
3	2	3	3	3	3	2	19
3	3	3	3	3	2	3	20
2	3	2	3	2	3	2	17
2	3	2	3	2	3	3	18
3	3	3	2	3	3	3	20
3	3	2	3	3	3	3	20
2	3	3	2	2	3	3	18
3	3	3	2	3	3	3	20
3	3	2	3	3	3	3	20
2	3	3	2	2	3	3	18
3	2	3	3	3	2	2	18

No	PERSEPSI PELANGGAN														
	X1			X2			X3			X4			X5		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	4	1	2	2	6	3	3	6	6	3	4	2	5	4	5
2	6	1	2	5	6	3	3	6	5	3	3	2	5	3	5
3	4	2	2	2	6	3	3	6	5	2	3	2	5	3	4
4	4	1	2	2	5	3	3	5	5	3	4	3	5	3	5
5	5	1	3	3	6	3	3	4	6	3	3	2	4	3	5
6	4	1	2	5	5	4	2	5	5	2	3	2	5	3	5
7	4	1	2	2	6	3	3	5	6	3	4	2	5	3	5
8	4	2	2	2	6	3	3	5	5	2	3	2	5	3	4
9	6	1	2	5	6	3	3	6	5	3	3	2	5	3	6
10	4	2	3	2	6	3	3	4	5	3	3	2	4	3	4
11	4	1	2	3	6	3	3	6	5	3	3	2	6	2	4
12	5	1	2	2	6	3	4	4	5	4	3	2	4	3	5
13	4	1	2	2	5	3	3	4	5	3	3	3	4	3	5
14	4	1	2	4	5	3	3	5	5	3	3	2	5	3	4
15	4	2	2	2	6	3	4	5	5	4	4	3	5	3	5
16	4	1	2	4	6	3	3	4	5	3	4	2	4	3	6
17	5	1	2	4	5	3	3	5	5	3	3	3	5	4	5
18	4	2	2	2	5	3	4	6	5	4	3	2	6	3	4
19	4	1	3	2	5	3	3	5	5	3	2	2	5	3	5
20	6	2	2	5	5	4	3	4	6	3	3	2	4	4	4
21	4	1	3	2	5	4	3	5	5	3	3	3	5	3	4
22	4	2	2	2	5	3	3	4	5	3	3	2	4	3	4
23	5	2	3	2	5	3	3	4	6	3	3	2	4	4	4
24	6	2	2	2	6	3	3	4	5	3	3	2	4	3	5
25	4	2	2	3	6	3	3	4	5	3	2	2	4	3	5
26	4	1	2	2	6	3	4	5	5	4	3	2	5	3	5
27	5	2	3	3	5	3	4	6	5	4	3	3	5	3	5
28	4	1	2	2	5	3	3	5	3	3	4	2	5	3	5
29	4	2	2	3	6	3	3	5	5	3	3	2	5	3	5
30	4	1	2	2	6	4	3	5	5	2	3	2	5	3	3
31	4	2	2	2	6	3	3	5	3	3	3	2	5	4	6
32	5	1	2	2	6	3	3	3	3	3	3	3	3	4	6
33	4	2	3	3	6	4	3	6	6	3	4	2	6	3	3
34	4	2	2	2	6	3	3	6	3	3	3	2	6	3	3
35	4	2	2	2	6	3	3	3	5	3	3	2	3	3	5
36	4	1	2	2	6	3	4	3	5	2	3	2	3	3	3
37	4	1	2	2	6	3	3	6	3	3	3	2	5	3	6
38	4	1	3	2	6	4	3	3	3	3	3	2	3	3	5
39	4	1	2	3	6	3	4	6	3	4	3	1	6	3	3
40	4	1	2	2	6	3	3	5	6	3	3	2	5	3	3
41	4	1	2	2	5	3	3	3	6	3	3	2	3	4	5
42	4	1	2	2	5	3	3	3	3	3	3	2	3	3	5
43	4	1	2	2	5	3	3	3	3	3	3	1	5	3	6

44	4	2	2	3	6	3	4	6	3	4	3	2	5	4	3
45	4	2	1	2	6	3	3	6	3	3	3	2	6	3	3
46	5	2	2	2	6	3	3	3	6	3	3	2	3	3	3
47	4	1	2	2	7	3	3	3	5	3	3	2	3	3	3
48	5	1	2	2	6	3	3	3	3	3	3	1	3	3	6
49	5	1	1	2	6	3	3	3	5	3	3	1	3	4	6
50	4	2	2	2	6	3	3	6	3	3	3	1	6	3	3
51	4	1	2	1	5	3	3	6	3	3	3	2	6	3	6
52	4	2	2	2	6	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
53	4	1	2	2	5	3	3	6	5	3	3	2	6	3	3
54	4	1	1	2	5	3	3	3	6	3	3	2	3	3	3
55	4	2	1	1	6	3	3	3	6	3	3	2	3	3	5
56	4	1	1	2	6	3	3	3	6	3	4	2	3	3	5
57	4	2	2	2	6	3	3	6	6	3	3	2	5	3	2
58	4	2	2	2	6	3	3	6	5	3	3	2	5	3	6
59	4	1	2	2	6	3	3	2	6	3	4	3	2	3	2
60	4	2	2	1	6	3	3	6	6	3	3	2	6	3	2
61	5	2	2	2	6	4	3	2	6	3	3	2	2	3	2
62	4	2	2	1	6	3	3	2	6	3	4	3	2	3	2
63	4	2	2	2	5	4	3	2	5	3	3	2	2	3	6
64	4	2	2	4	6	3	3	2	6	3	3	2	2	3	6
65	5	1	3	2	6	3	3	6	5	3	3	3	6	3	5
66	4	1	2	2	6	3	3	6	5	3	3	3	6	3	6
67	4	2	2	2	6	3	4	5	5	4	3	2	5	3	5
68	4	1	3	2	6	3	3	6	6	3	3	2	6	3	5
69	3	1	2	4	6	3	4	5	6	4	3	2	5	3	5
70	4	2	2	2	6	3	3	5	6	3	4	2	5	3	5
71	4	1	3	3	6	3	3	5	5	3	4	2	5	3	6
72	4	1	3	2	6	3	3	6	5	3	3	2	5	4	5
73	3	1	2	2	6	3	3	6	5	3	3	2	6	3	5
74	4	2	2	3	6	2	3	6	6	3	2	2	5	4	5
75	4	1	2	2	6	3	3	5	6	3	3	2	5	3	5
76	4	1	2	2	6	3	3	5	5	3	3	2	5	3	6
77	6	2	2	3	6	3	4	5	3	2	3	3	5	3	6
78	4	1	2	3	6	3	4	6	3	2	3	2	6	3	5
79	6	1	2	2	7	3	3	6	3	3	3	2	6	3	3
80	4	1	2	2	6	2	2	5	5	2	2	2	5	3	5
81	4	1	3	2	5	3	3	3	5	3	3	2	3	3	5
82	3	1	2	2	6	3	3	6	4	3	3	2	5	4	4
83	4	1	2	3	5	3	3	5	5	3	4	2	5	4	4
84	3	1	3	2	5	3	3	4	3	3	3	2	4	3	5
85	6	1	2	2	6	1	3	4	3	3	3	2	4	2	5
86	3	2	2	3	6	3	2	4	3	2	3	3	5	3	5
87	6	1	3	3	5	3	2	4	5	2	3	2	5	3	6
88	6	1	2	2	5	3	2	4	5	2	4	3	5	3	6
89	4	1	2	2	6	3	3	5	6	3	3	2	5	3	5

90	4	1	2	2	6	3	3	5	5	3	3	2	5	3	6
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---



Jml Total
56
58
52
53
54
53
54
51
59
51
53
53
50
52
57
54
56
55
51
57
53
49
53
53
51
54
59
50
54
50
53
50
58
51
49
46
52
48
52
51
49
45
47



54
50
49
47
47
49
50
51
45
51
45
48
49
52
55
46
52
47
46
48
51
57
56
55
56
56
55
56
55
53
55
53
53
56
53
53
48
48
51
53
47
47
49
53
53
53



Tabel :
Perhitungan Rata-rata

No	Faktor	Penilaian Pelaksanaan	Penilaian Kepentingan	Rata-rata \bar{X}	Rata-rata \bar{Y}	Persentase
1	Faktor1	384	546	4,27	6,07	70,33%
2	Faktor2	124	536	1,38	5,96	23,13%
3	Faktor3	190	566	2,11	6,29	33,57%
4	Faktor4	213	557	2,37	6,19	38,24%
5	Faktor5	517	548	5,74	6,09	94,34%
6	Faktor6	274	561	3,04	6,23	48,84%
7	Faktor7	277	562	3,08	6,24	49,29%
8	Faktor8	416	552	4,62	6,13	75,36%
9	Faktor9	431	531	4,79	5,90	81,17%
10	Faktor10	268	584	2,98	6,49	45,89%
11	Faktor11	280	600	3,11	6,67	46,67%
12	Faktor12	189	528	2,10	5,87	35,80%
13	Faktor13	409	581	4,54	6,46	70,40%
14	Faktor14	281	560	3,12	6,22	50,18%
15	Faktor15	412	558	4,58	6,20	73,84%
Rata-rata				$\bar{X} : 3,46$	$\bar{Y} : 6,20$	55,73%

Tabel :

KEPENTINGAN KONSUMEN

No	STS	TS	KS	N	AS	S	SS	Bobot X_i
	1	2	3	4	5	6	7	
1	0	0	0	0	5	74	11	546
2	0	0	0	0	19	56	15	536
3	0	0	0	0	2	60	28	566
4	0	0	0	0	0	73	17	557
5	0	0	0	0	4	74	12	548
6	0	0	0	0	0	69	21	561
7	0	0	0	0	0	68	22	562
8	0	0	0	0	0	78	12	552
9	0	0	0	0	21	57	12	531
10	0	0	0	0	0	46	44	584
11	0	0	0	0	0	30	60	600
12	0	0	0	0	16	70	4	528
13	0	0	0	0	0	49	41	581
14	0	0	0	0	0	70	20	560
15	0	0	0	0	0	72	18	558

Tabel

PENILAIAN KONSUMEN

No	STS	TS	KS	N	AS	S	SS	Bobot Y_i
	1	2	3	4	5	6	7	
1	0	0	5	65	11	9	0	384
2	56	34	0	0	0	0	0	124
3	5	70	15	0	0	0	0	190
4	4	62	15	5	4	0	0	213
5	0	0	0	0	25	63	2	517
6	1	2	79	8	0	0	0	274
7	0	5	73	12	0	0	0	277
8	0	5	16	15	26	28	0	416
9	0	0	21	1	44	24	0	431
10	0	11	70	9	0	0	0	268
11	0	4	72	14	0	0	0	280
12	5	71	14	0	0	0	0	189
13	0	5	15	12	42	16	0	409
14	0	2	75	13	0	0	0	281
15	0	5	15	12	39	19	0	412

HASIL UJI DISKRIPTIIF



Descriptives Gap

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Gap all	90	-49	-31	-40,17	3,811
Gap Physical Aspek	90	-12	-7	-9,56	1,103
Gap Reliability	90	-14	-8	-11,58	1,298
Gap Personal Interaction	90	-11	-5	-8,34	1,247
Gap Problem Solving	90	-10	-4	-7,36	1,230
Gap Policy	90	-9	-5	-6,70	1,054
Valid N (listwise)	90				



Descriptives Harapan Pelanggan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harapan Pelanggan (all)	90	89	96	92,00	1,551
Harapan Physical Aspek	90	16	20	17,31	,882
Harapan Reliability	90	16	19	17,43	,808
Harapan Personal Interaction	90	17	21	18,57	,671
Harapan Problem Solving	90	17	20	18,51	,658
Harapan Policy	90	17	20	18,57	,637
Valid N (listwise)	90				



Descriptives Persepsi Pelanggan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Pelanggan (all)	90	45	59	51,83	3,406
Persepsi Physical Aspek	90	6	10	7,76	,975
Persepsi Reliability	90	4	9	5,86	1,055
Persepsi Personal Interaction	90	8	13	10,22	1,025
Persepsi Problem Solving	90	9	14	11,16	1,027
Persepsi Policy	90	10	13	11,87	,753
Valid N (listwise)	90				



Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Gap Policy, Gap Reliability, Gap Problem Solving, Gap Personal Inter, Gap Physical Aspec		Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,773 ^a	,597	,573	,697

- a. Predictors: (Constant), Gap Policy, Gap Reliability, Gap Problem Solving, Gap Personal Inter, Gap Physical Aspec

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60,541	5	12,108	24,900	,000 ^a
	Residual	40,848	84	,486		
	Total	101,389	89			

- a. Predictors: (Constant), Gap Policy, Gap Reliability, Gap Problem Solving, Gap Personal Inter, Gap Physical Aspec
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,192	1,122		9,086	,000
	Gap Physical Aspec	-,224	,093	-,231	-2,406	,018
	Gap Reliability	-,197	,076	-,227	-2,598	,011
	Gap Personal Inter	-,114	,053	-,198	-2,133	,036
	Gap Problem Solving	-,281	,076	-,280	-3,716	,000
	Gap Policy	-,287	,044	-,491	-6,578	,000

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



HASIL UJI - T

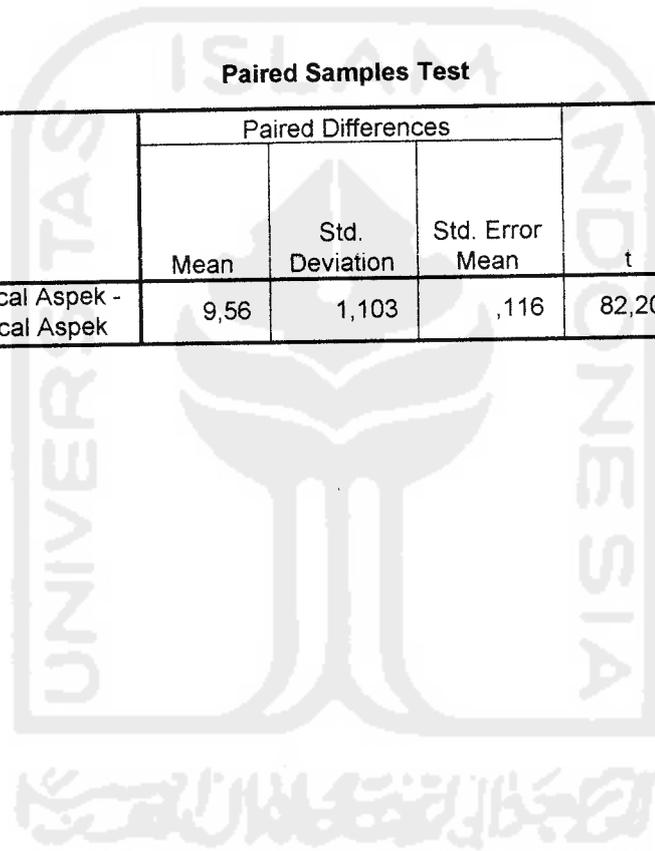
T-Test
Harapan Pelanggan dan Persepsi Pelanggan
Physical Aspek

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Harapan Physical Aspek	17,31	90	,882	,093
	Persepsi Physical Aspek	7,76	90	,975	,103

Paired Samples Test

		Paired Differences			t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean			
Pair 1	Harapan Physical Aspek - Persepsi Physical Aspek	9,56	1,103	,116	82,208	89	,000



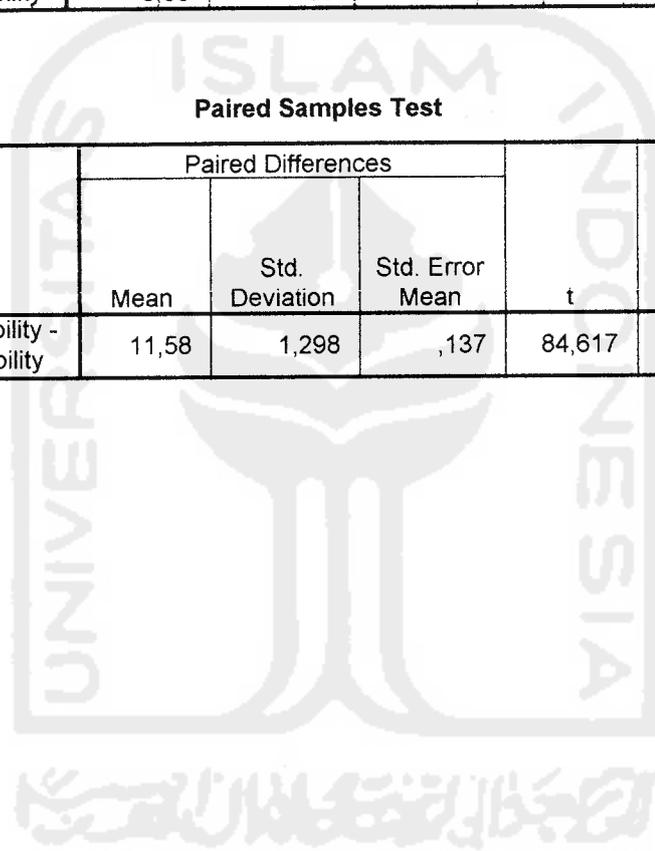
T-Test
Harapan Pelanggan dan Persepsi Pelanggan
Reliability Aspek

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Harapan Reliability	17,43	90	,808	,085
	Persepsi Reliability	5,86	90	1,055	,111

Paired Samples Test

		Paired Differences			t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean			
Pair 1	Harapan Reliability - Persepsi Reliability	11,58	1,298	,137	84,617	89	,000



T-Test
Harapan Pelanggan dan Persepsi Pelanggan
Policy

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Harapan Policy	18,57	90	,637	,067
	Persepsi Policy	11,87	90	,753	,079

Paired Samples Test

		Paired Differences			t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean			
Pair 1	Harapan Policy - Persepsi Policy	6,70	1,054	,111	60,297	89	,000

T-Test

Harapan Pelanggan dan Persepsi Pelanggan Personal Interaction

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Harapan Personal Interaction	18,57	90	,671	,071
	Persepsi Personal Interaction	10,22	90	1,025	,108

Paired Samples Test

		Paired Differences					
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	t	df	Sig. (2-tailed)
Pair 1	Harapan Personal Interaction - Persepsi Personal Interaction	8,34	1,247	,131	63,499	89	,000

T-Test

Harapan Pelanggan dan Persepsi Pelanggan Seluruh aspek

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair	Harapan Pelanggan	92,00	90	1,551	,163
1	Persepsi Pelanggan	51,83	90	3,406	,359

Paired Samples Test

		Paired Differences					
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	t	df	Sig. (2-tailed)
Pair	Harapan Pelanggan - Persepsi Pelanggan	40,17	3,811	,402	99,992	89	,000

T-Test
Harapan Pelanggan dan Persepsi Pelanggan
Problem Solving

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Harapan Problem Solving	18,51	90	,658	,069
	Persepsi Problem Solving	11,16	90	1,027	,108

Paired Samples Test

		Paired Differences			t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean			
Pair 1	Harapan Problem Solving - Persepsi Problem Solving	7,36	1,230	,130	56,738	89	,000

The logo of Universitas Islam Indonesia is a large, light gray watermark in the background. It features a central emblem with a crescent moon and a star above a stylized tree or plant. The emblem is enclosed in a rounded rectangular border. The word "ISLAM" is written in a sans-serif font above the emblem. The words "UNIVERSITAS" and "INDONESIA" are written vertically on the left and right sides of the emblem, respectively. Below the emblem, there is a line of Arabic calligraphy.

**HASIL UJI
VALIDITAS & RELIABILITAS**

Validitas dan Reliabilitas Harapan Pelanggan

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEM1	87,4333	29,5644	,6431	,9016
ITEM2	87,2000	30,3724	,5120	,9066
ITEM3	87,1333	29,2230	,5965	,9040
ITEM4	87,2667	30,8230	,6358	,9025
ITEM5	86,9000	29,4034	,6816	,9002
ITEM6	87,1333	30,4644	,5834	,9037
ITEM7	87,3000	31,8724	,5921	,9050
ITEM8	87,1667	31,4540	,5079	,9062
ITEM9	87,1000	28,9897	,6165	,9033
ITEM10	86,9000	29,5414	,6598	,9010
ITEM11	86,8333	29,5230	,6627	,9009
ITEM12	87,1667	30,4885	,6009	,9032
ITEM13	87,2667	30,1333	,6675	,9010
ITEM14	87,1333	30,3954	,5950	,9034
ITEM15	87,2000	30,7862	,5738	,9041

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0

N of Items = 15

Alpha = ,9090

Validitas dan Reliabilitas Persepsi Pelanggan

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEM1	44,7333	32,2023	,5570	,8505
ITEM2	45,4000	33,9724	,6384	,8492
ITEM3	44,8000	31,5448	,5002	,8562
ITEM4	45,7333	33,2368	,5524	,8509
ITEM5	45,4333	34,5989	,5689	,8524
ITEM6	45,3667	34,2402	,5584	,8519
ITEM7	45,3667	34,8609	,5334	,8538
ITEM8	45,7000	31,8034	,5158	,8541
ITEM9	45,2000	33,8207	,4361	,8570
ITEM10	45,4000	33,9724	,6384	,8492
ITEM11	45,3333	35,1264	,4548	,8563
ITEM12	44,6000	32,6621	,4797	,8555
ITEM13	45,3000	34,7690	,4296	,8569
ITEM14	45,3667	34,6540	,5716	,8524
ITEM15	44,8000	31,5448	,5002	,8562

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0

N of Items = 15

Alpha = ,8619

Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

Item-total Statistics

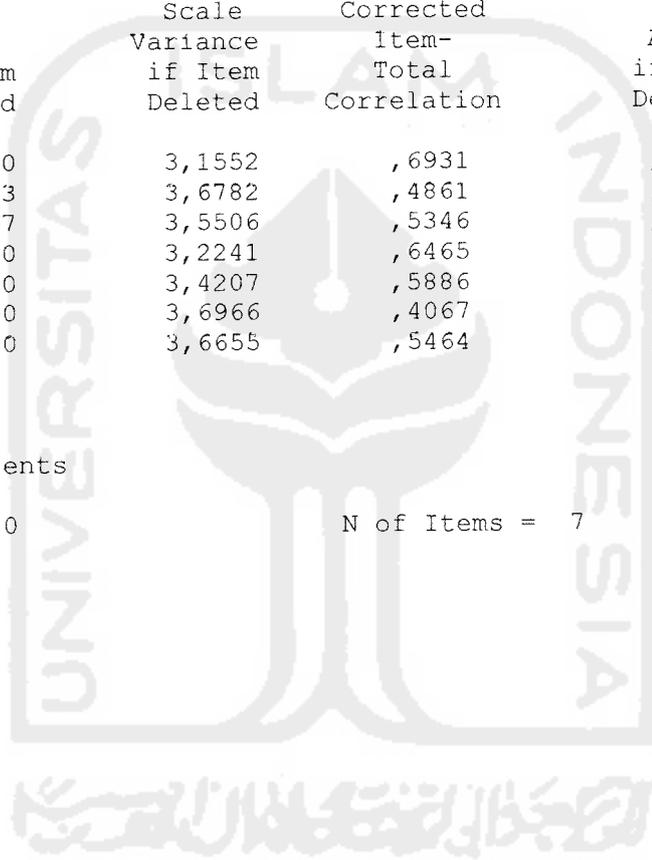
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEM1	16,5000	3,1552	,6931	,7668
ITEM2	16,3333	3,6782	,4861	,8040
ITEM3	16,3667	3,5506	,5346	,7964
ITEM4	16,5000	3,2241	,6465	,7760
ITEM5	16,4000	3,4207	,5886	,7871
ITEM6	16,4000	3,6966	,4067	,8179
ITEM7	16,3000	3,6655	,5464	,7955

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0

N of Items = 7

Alpha = ,8170





Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Gap Policy, Gap Reliability, Gap Problem Solving, Gap Personal Inter, Gap Physical Aspec		Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,773 ^a	,597	,573	,697

- a. Predictors: (Constant), Gap Policy, Gap Reliability, Gap Problem Solving, Gap Personal Inter, Gap Physical Aspec

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60,541	5	12,108	24,900	,000 ^a
	Residual	40,848	84	,486		
	Total	101,389	89			

- a. Predictors: (Constant), Gap Policy, Gap Reliability, Gap Problem Solving, Gap Personal Inter, Gap Physical Aspec
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,192	1,122		9,086	,000
	Gap Physical Aspec	-,224	,093	-,231	-2,406	,018
	Gap Reliability	-,197	,076	-,227	-2,598	,011
	Gap Personal Inter	-,114	,053	-,198	-2,133	,036
	Gap Problem Solving	-,281	,076	-,280	-3,716	,000
	Gap Policy	-,287	,044	-,491	-6,578	,000

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



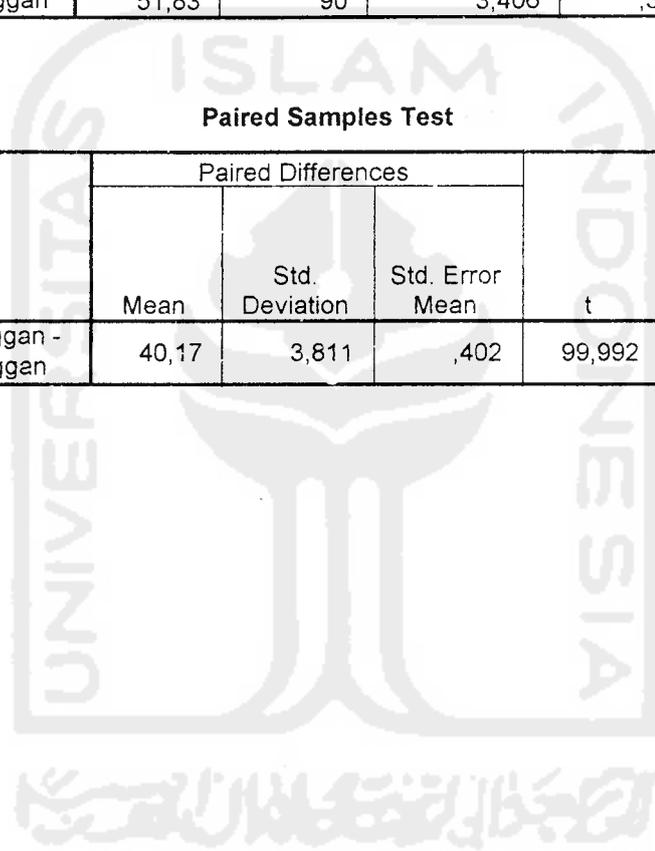
T-Test
Harapan Pelanggan dan Persepsi Pelanggan
Seluruh aspek

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Harapan Pelanggan	92,00	90	1,551	,163
	Persepsi Pelanggan	51,83	90	3,406	,359

Paired Samples Test

		Paired Differences			t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean			
Pair 1	Harapan Pelanggan - Persepsi Pelanggan	40,17	3,811	,402	99,992	89	,000



T-Test

Harapan Pelanggan dan Persepsi Pelanggan Reliability Aspek

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair	Harapan Reliability	17,43	90	,808	,085
1	Persepsi Reliability	5,86	90	1,055	,111

Paired Samples Test

		Paired Differences					
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	t	df	Sig. (2-tailed)
Pair	Harapan Reliability - Persepsi Reliability	11,58	1,298	,137	84,617	89	,000
1							

T-Test

Harapan Pelanggan dan Persepsi Pelanggan Personal Interaction

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Harapan Personal Interaction	18,57	90	,671	,071
	Persepsi Personal Interaction	10,22	90	1,025	,108

Paired Samples Test

		Paired Differences			t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean			
Pair 1	Harapan Personal Interaction - Persepsi Personal Interaction	8,34	1,247	,131	63,499	89	,000

T-Test

Harapan Pelanggan dan Persepsi Pelanggan Problem Solving

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Harapan Problem Solving	18,51	90	,658	,069
	Persepsi Problem Solving	11,16	90	1,027	,108

Paired Samples Test

		Paired Differences			t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean			
Pair 1	Harapan Problem Solving - Persepsi Problem Solving	7,36	1,230	,130	56,738	89	,000

T-Test
Harapan Pelanggan dan Persepsi Pelanggan
Policy

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Harapan Policy	18,57	90	,637	,067
	Persepsi Policy	11,87	90	,753	,079

Paired Samples Test

		Paired Differences			t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean			
Pair 1	Harapan Policy - Persepsi Policy	6,70	1,054	,111	60,297	89	,000



**HASIL UJI
DESKRIPTIF**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Descriptives Harapan Pelanggan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harapan Pelanggan (all)	90	89	96	92,00	1,551
Harapan Physical Aspek	90	16	20	17,31	,882
Harapan Reliability	90	16	19	17,43	,808
Harapan Personal Interaction	90	17	21	18,57	,671
Harapan Problem Solving	90	17	20	18,51	,658
Harapan Policy	90	17	20	18,57	,637
Valid N (listwise)	90				

