

**ANALISIS PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PENUMPANG
PADA TRAYEK BUS YOGYAKARTA – DENPASAR
MENGUAKAN METODE *SERVICE QUALITY (SERVQUAL)* DAN
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)
(Studi Kasus Pada Bus Malam PO Safari Dharma Raya)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri**



Nama : Hada Mahdani Azhar
No. Mahasiswa : 13522021

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018**

SURAT BUKTI PENELITIAN



PT. SAFARI DHARMA SAKTI Transportation

KANTOR PUSAT : JL. DIPONEGORO NO. 25 TEMANGGUNG TELP. (0293) 491195, 492096 FAX. (0293) 491642
POOL : JL. DEWI SARTIKA NO. 39 TEMANGGUNG TELP. (0293) 492828 FAX. (0293) 492929

Nomor : 123/SDS/TMG/02/2018
Lamp : -
Hal : Selesai Penelitian Tugas Akhir

Sesuai dengan surat permohonan Ijin Penelitian Tugas Akhir nomor 2369/KaProdi/TA-TI/20/2017, Maka dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Hada Hahdani Azhar
NIM : 13522021

Telah melaksanakan Penelitian Tugas Akhir di PT. Safari Dharma Sakti dengan judul penelitian “ Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Penumpang Pada Trayek Bus Yogyakarta-Denpasar Menggunakan Metode *Service Quality* (Servqual) Dan *Importance Performance Analysis* (IPA) (Studi Kasus Pada Bus Malam PO Safari Dharma Raya)” selama bulan Desember 2017.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan semestinya, dan kami ucapkan terima kasih atas kerjasamasanya.

Temanggung, 01 Januari 2018



Budi Hartomo S

Kepala Personalia PT. Safari Dharma Sakti

PERNYATAAN KEASLIAN

Demi Allah, saya akui bahwa karya ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali kutipan dan ringkasan yang setiap salah satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak kekayaan intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik oleh Universitas Islam Indonesia.



LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

ANALISIS PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PENUMPANG PADA TRAYEK BUS YOGYAKARTA – DENPASAR MENGGUAKAN METODE *SERVICE QUALITY (SERVQUAL) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*

(Studi Kasus Pada Bus Malam PO Safari Dharma Raya)

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

Nama : Hada Mahdani Azhar

No.Mahasiswa : 13522021

Yogyakarta, 1 Maret 2018

Mengetahui,
Dosen Pembimbing Tugas Akhir



Drs. R Abdul Djalal., M. M

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

ANALISIS PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PENUMPANG PADA TRAYEK BUS YOGYAKARTA – DENPASAR MENGGUAKAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

(Studi Kasus Pada Bus Malam PO Safari Dharma Raya)

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

Nama : Hada Mahdani Azhar

No.Mahasiswa : 13522021

Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Teknik Industri
Yogyakarta, Maret 2018

Tim Penguji

Drs. R.Abdul Djalal, M.M

Ketua

Dr. Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc

Penguji 1

Joko Sulistio, S.T.,M.Sc

Penguji 2



Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



Yuli Agusti Rochman S.T., M.Eng.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahrabbi'l'amin...

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Kupersembahkan karya sederhana ini.....

Untuk Kedua Orang Tuaku yang selalu memberikan kasih sayang tanpa henti, memberikan dorongan yang sangat luar biasa sampai detik ini, serta selalu mendoakan kesuksesan dan kebahagiaanku.

Kepada keluargaku yang selalu mendukung, memberi semangat dan juga memotivasi tanpa henti.

Kepada sahabat dan teman-temanku yang selalu memberikan semangat dan memotivasiku tanpa henti.

Terimakasih....

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ
شَنَّانُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۖ اْعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ
إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

*Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu
menegakkan kebenaran karena Allah menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-
kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil.
Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada
Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan*

(QS : Al-Maidah : 8)

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Sesungguhnya Shalatku, Ibadahku, hidupku, dan matiku hanyalah untuk Allah SWT,

Tuhan seluruh alam

(QS : Al-An'am : 162)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, Tuhan semesta alam, sholawat serta lama penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW sang Panutan ke jalan yang terang benderang dan di ridhai Allah SWT. Alhamdulillah dengan segala usaha yang telah dilakukan penulis dan dengan rahmat hidayah serta takdir yang telah ditetapkan Allah SWT, Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Penumpang Pada Trayek Bus Yogyakarta – Denpasar Menggunakan Metode *Service Quality (Servqual)* Dan *Importance Performance Analysis (IPA)*(Studi Kasus Pada Bus Malam PO Safari Dharma Raya)” dapat diselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc, selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Yuli Agusti Rochman, S.T., M.Eng, selaku Ketua Prodi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Drs. R.Abdul Djalal, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bantuan dan arahnya dalam penyusunan Tugas Akhir.
4. PO Safari Dharma Raya yang telah mengizinkan dan mempermudah penulis untuk melakukan penelitian
5. Bapak saya Kuncoro dan Ibu saya Nung Rohimatul Farida , kedua orang tua saya yang telah merawat dan membersarkan saya dengan penuh kasih sayang seumur hidup saya. Serta adik saya yang selama ini telah memberikan dukungan.
6. Sahabat-sahabat yang selalu memberikan semangat, Reza, Laila, Brian, Ady, Cahya, Ave, Fauzan, Agung
7. Penumpang Bus Safari Dharma Raya yang telah bersedia menjadi responden
8. Teman-teman Teknik Industri UII angkatan 2013 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis.
9. Seluruh pihak yang telah turut serta dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan laporan ini. Semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Aamiin.

Wassalamualaikum Wr.wb

Yogyakarta, Maret 2018

Hada Mahdani Azhar

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang penting dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi, Karena merupakan indikator dari sebuah keberhasilan perusahaan. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kepuasan penumpang PO Safari Dharma Raya trayek Yogyakarta – Denpasar, dan juga mengetahui atribut apa sajakah yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan PO Safari Dharma Raya.. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Service Quality dan Importance Performance Analysis. Metode Service Quality digunakan untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan pelanggan, dan metode Importance Performance Analysis digunakan untuk menentukan atribut apa sajakah yang perlu diperbaiki. Dari hasil penelitian ini dihasilkan bahwa para penumpang PO Safari Dharma Raya belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Untuk atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki yaitu pada bagian fisik bus, waktu keberangkatan dan juga kebersihan ruang tunggu bus.

Kata Kunci : *Service Quality, Importance Performance Analysis, Kepuasan Pelanggan*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT BUKTI PENELITIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Induktif.....	7
2.2 Kajian Deduktif.....	12
2.2.1 Definisi Jasa	12
2.2.2 Kualitas layanan Jasa	13
2.2.3 Kepuasan Pelanggan	14
2.2.4 Loyalitas Pelanggan	15
2.2.5 <i>Service Quality (Servqual)</i>	16
2.2.6 <i>Important Performance Analysis</i>	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	19
3.2 Identifikasi Masalah.....	19

3.3 Populasi dan Sampel	20
3.4 Skala Likert.....	20
3.5 Identifikasi Variabel Penelitian Kualitas Layanan	20
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	21
3.7 Jenis Data.....	22
3.8 Pengujian Alat Ukur	23
3.8.1 Uji Kecukupan Data	23
3.8.2 Uji Validitas	24
3.8.3 Uji Reliabilitas.....	25
3.9 Pengolahan Data <i>Servqual</i>	25
3.10 Analisis Data.....	26
3.11 Alur Penelitian	27
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	32
4.1 Pengumpulan Data.....	32
4.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan.....	32
4.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	33
4.1.3 Struktur Organisasi.....	33
4.2 Pengolahan Data	34
4.2.1 Pengolahan Data Profil Responden.....	34
4.2.2 Uji Validitas	36
4.2.2.1 Uji Validitas Persepsi Pelanggan.....	37
4.2.2.2 Uji Validitas Harapan Pelanggan.....	39
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	40
4.2.4 Pengolahan Data <i>Service Quality</i>	43
4.2.4.1 <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	43
4.2.4.2 <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	44
4.2.4.3 <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	44
4.2.4.4 <i>Assurance</i> (Jaminan).....	45
4.2.4.5 <i>Empathy</i> (Empati).....	46
4.2.4.6 Nilai <i>Gap</i> dan <i>Ranking</i> keseluruhan	46
4.2.4.7 Perhitungan Kualitas Pelayanan	47
4.2.4.8 Data <i>Ranking Gap</i> Keseluruhan	48
4.2.5 Pengolahan Data <i>Importance Performance Analysis</i>	49
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
5.1 Analisis Kualitas Jasa Pelayanan	52
5.2 Analisis <i>Service Quality</i>	52

5.3 Analisis Tingkat Kualitas Layanan.....	55
5.4 <i>Importance Performance Analysis</i>	56
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	59
6.1 Kesimpulan	59
6.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Uji Validitas Persepsi Pelanggan.....	37
Tabel 4. 2 Uji Validitas Harapan Pelanggan.....	39
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas Persepsi.....	41
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas Harapan	42
Tabel 4. 5 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi <i>Tangible</i>	43
Tabel 4. 6 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	44
Tabel 4. 7 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i>	44
Tabel 4. 8 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi <i>Assurance</i>	45
Tabel 4. 9 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi <i>Empathy</i>	46
Tabel 4. 10 Nilai <i>Gap</i> Keseluruhan Dimensi.....	46
Tabel 4. 11 Perhitungan Kualitas Pelayanan	48
Tabel 4. 12 Data <i>Rangking Gap Service Quality</i>	48
Tabel 4. 13 Kuadran Keseluruhan Dimensi.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i>	18
Gambar 3. 1 Tabel Dimensi Dan Atribut Pelayanan	20
Gambar 3. 2 Alur Penelitian	27
Gambar 3. 3 Alur Penelitian (lanjutan)	28
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	33
Gambar 4. 2 Hasil Olahan Kuesioner Diagram Profil Jenis Kelamin Responden	35
Gambar 4. 3 Hasil Olahan Kuesioner Diagram Profil Usia Responden	35
Gambar 4. 4 Diagram Profil Pekerjaan Responden	36
Gambar 4. 5 Diagram Kartisius	51

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis yang tinggi akan semakin dirasakan oleh para pelaku usaha jasa ataupun barang. Menurut Srinadi (2016) persaingan yang tinggi antar pelaku usaha ini menimbulkan persaingan yang tajam antar perusahaan, baik karena persaingan yang semakin bertambah, volume produk yang semakin meningkat, maupun bertambah pesatnya perkembangan teknologi. Menurut Noor (2014), persaingan itu terjadi karena suatu produk yang berhasil dihasilkan di pasaran tidak akan lepas dari pengamatan para pesaingnya yang akan menciptakan produk yang sama sehingga para pelaku usaha ini harus selalu melakukan peningkatan terhadap produk ataupun jasa tersebut agar tetap dapat bersaing.

Salah satu usaha yang dilakukan untuk dapat bersaing adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan karena pelayanan merupakan salah satu faktor yang penting dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Apabila konsumen merasa akan kepuasan pelayanan tersebut maka mereka akan membeli lagi serta akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa yang sama, maka dari itu sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa harus memulai memikirkan pentingnya kualitas pelayanan secara lebih matang (Raditya,2015). Menurut Natipulu (2007), pengertian dari pelayanan sendiri adalah serangkaian kegiatan dari sebuah proses untuk untuk memenuhi kebutuhan seseorang agar dapat terpuaskan dalam bentuk

produk atau jasa yang berciri-ciri tidak berwujud, cepat hilang, lebih dapat dirasakan dan dimiliki penggunaannya berpartisipasi aktif dalam proses menggunakan jasa.

Di Indonesia sendiri salah satu yang bersaing dengan ketat adalah perusahaan jasa transportasi massal. Transportasi massal di Indonesia sudah mencakup semua baik darat, laut, maupun udara dengan berbagai macam fasilitas dan juga pelayanan yang saling bersaing. Dengan banyaknya persaingan ini maka para pengusaha transportasi ini harus bisa bersaing dengan kompetitornya terutama di pemberian layanan yang baik dan berorientasi untuk dapat memuaskan para pelanggannya. Menurut Yuriansyah (2013) kualitas pelayanan merupakan ujung tombak bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa karena merupakan indikator keberhasilan. Karena dapat diketahui apabila pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka pelanggan akan membandingkan dengan kualitas pelayanan perusahaan lainnya.

Menurut Khristanto (2012), karena berkembangnya jumlah penduduk dan besarnya minat masyarakat untuk berpergian dengan transportasi darat khususnya transportasi bus ke berbagai daerah baik jauh maupun dekat sehingga menarik minat para pengusaha untuk membuat perusahaan otobus sehingga mulai munculah beberapa perusahaan otobus (PO) yang baru. Berdasarkan data dari dinas perhubungan pada Januari 2018 sudah ada 608 perusahaan otobus (PO) antar kota antar provinsi yang sudah terdaftar di dinas perhubungan. Sementara itu untuk perusahaan otobus yang berada di daerah Yogyakarta sendiri ada 19 perusahaan otobus (PO) yang sudah terdaftar di dinas perhubungan (<http://hubdat.dephub.go.id>). Karena banyaknya perusahaan otobus ini para pemilik mulai memikirkan strategi untuk dapat bertahan dari persaingan dengan para kompetitornya, salah cara untuk bertahan dan bersaing dengan kompetitornya para pemilik perusahaan bus mulai memikirkan cara untuk membuat loyal para pelanggannya.

Salah satu Perusahaan Otobus yaitu (PO) Safari Dharma Raya. Safari Dharma Raya adalah salah satu perusahaan bus yang melayani angkutan antar kota antar

propinsi (AKAP) dari pulau Sumatra, Jawa, dan Bali. Bus Safari Dharma Raya ini juga melayani angkutan wisata dalam jumlah besar atau kecil.

Perusahaan otobus (PO) Safari Dharma Raya ini merupakan salah satu perusahaan yang merintis trayek bus dengan trayek Yogyakarta – Denpasar, oleh karena itu PO Safari Dharma Raya sebagai pemain lama harus bisa bersaing dengan para pemain baru untuk rute ini. Beberapa PO yang memiliki rute Yogyakarta –Denpasar adalah PO. Gunung Harta, PO. Wisata Komodo, PO. Lorena, PO. Pahala Kencana, bahkan menurut data dari dinas perhubungan darat pada Januari 2018 tercatat beberapa perusahaan bus baru yang mulai membuka trayek Yogyakarta-Denpasar yaitu PO Putra Mulya, PO Restu Mulya dan juga PO Tami jaya. Menurut Raditya (2015), banyaknya pemain baru yang melayani rute Denpasar menyebabkan para pengusaha bus ini gulung tikar karena gagal mempertahankan konsumennya. Oleh karena itu untuk tetap bisa bersaing PO Safari Dharma Raya berkomitmen untuk tetap memberikan pelayanan semaksimal mungkin kepada para pelangganya, hal ini dibuktikan dengan banyaknya fasilitas yang diberikan kepada para pelangganya. Tetapi hal ini dirasa belum memberikan hasil yang signifikan bagi perusahaan, karena para pelanggan masih merasakan beberapa hal yang membuat kurang nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, peneliti mencoba untuk menganalisa sejauh mana kualitas pelayanan yang sudah diberikan oleh PO Safari Dharma Raya trayek Yogyakarta – Denpasar dengan menggunakan metode *Service Quality* dan *Importance Performace Analysis*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka di dapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan penumpang PO Safari Dharma Raya trayek Yogyakarta- Denpasar?
2. Atibut-atribut apa sajakah yang menjadi prioritas untuk diperbaiki guna meningkatkan kepuasan penumpang PO Safari Dharma Raya trayek Yogyakarta- Denpasar?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian maka didapatkan tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di PO Safari Dharma Raya trayek Yogyakarta-Denpasar.
2. Untuk meneliti atibut-atribut apa sajakah yang perlu untuk diperbaiki guna meningkatkan kepuasan pelanggan PO Safari Dharma Raya trayek Yogyakarta- Denpasar.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini fokus pada pemecahan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya maka penelitian ini dilakukan dengan menggunakan batasaan sebagai berikut:

1. Subyek penelitian ini adalah para pelanggan PO Safari Dharma raya dengan trayek Yogjakarta- Denpasar.
2. Analisis kepuasan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode *Servqual* dan *IPA*.
3. Dalam penelitian ini membahas tentang kepuasan pelanggan dan perencanaan serta pengembangan perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Manfaat yang diharapkan bagi perusahaan adalah perusahaan dapat bersaing dengan pesaingnya dan mencapai target yang diinginkan.
2. Penelitian ini bermanfaat bagi penulis sebagai refleksi dan memperoleh pengetahuan dengan adanya hasil yang didapat dari penelitian ini.
3. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bacaan untuk menambah ilmu pengetahuan bagi para pembaca. Selain itu dapat digunakan sebagai acuan penelitian berikutnya.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk lebih terstruktur penulisanya, berikut merupakan susunan sistematika penulisanya:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan secara singkat mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Pada bab kedua ini berisi tentang konsep dasar dan juga prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian. Disamping itu juga berisi tentang penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat obyek penelitian, data yang digunakan serta tahapan yang telah dilakukan dalam penelitian secara ringkas dan jelas. Metode ini dapat meliputi metode pengumpulan data, alat bantu analisis data yang akan dipakai dan sesuai

dengan bagan alir yang telah dibuat. Urutan langkah yang telah ditetapkan tersebut merupakan suatu kerangka yang dijadikan pedoman dalam pelaksanaan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada sub bab ini berisi tentang data yang diperoleh selama penelitian dan bagaimana menganalisa data tersebut. Hasil pengolahan data ditampilkan baik dalam bentuk tabel, maupun diagram. Yang dimaksud dengan pengolahan data juga termasuk analisis yang dilakukan terhadap hasil yang diperoleh. Pada sub bab ini merupakan acuan untuk pembahasan hasil yang akan di tulis pada bab V yaitu pembahasan hasil.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang hasil dari penelitian, dan kesesuaian hasil dengan tujuan penelitian sehingga dapat menghasilkan rekomendasi.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan terhadap analisis yang dibuat dan rekomendasi atau saran-saran atas hasil yang dicapai dan permasalahan yang ditemukan selama penelitian, sehingga perlu dilakukan rekomendasi untuk dikaji pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Induktif

Dalam penelitian ini, kajian literatur dilakukan untuk melihat bagaimana peneliti-peneliti terdahulu melakukan penelitian, masalah yang diangkat, metode yang digunakan, serta hasil penelitian guna memperoleh landasan penelitian yang kuat dan orisinal. Berikut penelitian yang telah dilakukan :

Penelitian dengan judul “Jurnal Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake” penelitian ini dilakukan oleh Monica Maria dan Mohamad yusak pada tahun 2013. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan King Cake. Dari hasil penelitian ini menggunakan metode Analisis regresi linier berganda maka dihasilkan Penelitian menunjukkan bahwa produk kualitas dan kualitas layanan secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan King Cake. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memberikan nilai lebih signifikan terhadap pelanggan kepuasan daripada kualitas produk.

Penelitian berikutnya adalah “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan” oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta pada tahun 2010. Tujuan penelitian ini adalah ingin meneliti tentang hubungan

antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung dan tidak langsung melalui kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh restoran cepat saji KFC. Hasil dari penelitian menggunakan adalah metode *Maximum Likelihood* (ML) dapat dapat disimpulkan bahwa bahwa kelima dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibility. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Selain itu diketahui pula bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI.

Penelitian dengan Judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan *Importance Performance Analysis* di SBU *Laboratory* Cibitung PT SUCOFINDO (PERSERO)” oleh Johan Oscar Ong dan Jati Prambudi pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan yang perlu dilakukan perbaikan guna meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan di SBU *Laboratory* Cibitung PT SUCOFINDO dengan menggunakan metode *servqual* dan importance performance analysis untuk mengetahui nilai *gap* yang ada dan mengetahui hal-hal yang perlu dilakukan perbaikan. Penelitian ini menggunakan kuisioner skala *Likert* 1-4 dan enam variabel yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible*, *product quality* dan *price*. Dari hasil perhitungan skor yang telah dilakukan dengan menggunakan metode *servqual* diketahui tiga item terbaik yaitu karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional, fasilitas gedung yang rapi/bersih, karyawan melayani dengan baik. Dari hasil analisis yang menggunakan metode *Importance Performance Analysis* didapatkan hasil berupa masih terdapat tiga belas hal yang perlu ditingkatkan kedepannya. Akan tetapi masih ada kesalahan-kesalahan yang disebabkan oleh pelanggan misalnya keterlambatan pengiriman sampel, keterlambatan pembayaran, kesalahan pengisian identitas dsb yang menyebabkan keterhambatan pengerjaan oleh karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Arief dan Sulaksono yang berjudul “ Penerapan *Fuzzy Multiple Criteria Decision Making (FMDC)* untuk mengevaluasi kulaitas layanan” penelitian ini dilakukan pada tahun 2013 penelitian ini akan meneliti tentang tingkat kualitas pelayanan yang ada pada tiga perusahaan tahu takwa. Berdasarkan penelitan yang dilakukan dengan menggunakan metode *Fuzzy Multiple Criteria Decision Making (FMDC)* kualitas layanan yang paling baik adalah pada perusahaan LTH, sementara untuk kualitas produk yang baik diproduksi oleh perusahaan LTT.

Kemudian penelitian dengan Judul “Upaya Perbaikan Kualitas Layanan Pada Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Muhammadiyah Roemani Dengan Metode *Servqual* Dan *Triz*” oleh Diana Puspita Sari dan Andry Harmawan pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada IRJ RSM Roemani, menganalisis atribut-atribut pelayanan untuk dilakukan perbaikan pada IRJ RSM Roemani, menentukan atribut-atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan pada IRJ RSM Roemani, dan untuk merancang usulan perbaikan kualitas pelayanan pada IRJ RSM Roemani. Kualitas pelayanan menggunakan dimensi kualitas (*SERVQUAL*) dengan menggunakan analisa *gap 5*. Berdasarkan hasil penelitian terdapat 7 variabel yang bernilai negatif. Hal ini menunjukkan masih terjadi kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kondisi nyata yang ada pada IRJ RSM Roemani. Sehingga ketujuh variabel ini membutuhkan tindakan perbaikan kualitas pelayanannya. Dari hasil analisa *TRIZ* diperoleh usulan perbaikan untuk masalah tersebut antara lain IRJ seharusnya memperbaiki alur pelayanan dengan pembagian kategori pelayanan berdasarkan tingkat kunjungan, memasang papan informasi pada tempat-tempat strategis yang berisikan petunjuk pelayanan serta informasi terkait pelayanan yang terjadi, mempercayakan pelayanan kesehatan pada petugas medis yang profesional serta berpengalaman, menyediakan sistem pendaftaran elektronik untuk pasiennya untuk memberikan pelayanan dengan lebih cepat kepada pelanggan serta melakukan penambahan tempat duduk ruang tunggu untuk memberikan kenyamanan pada pelanggan.

Berikutnya penelitian dengan judul “ Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PO. Rosalia Indah Di Palur Karanganyar Dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi” peneliian ini dilakukan oleh Yosi pratama pada tahun 2015. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis signifikasnsi pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar. Hasil dari penelitian terhadap pelanggan jasa transportasi PO Rosalia Indah terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah, terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah, terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah, fasilitas tidak memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah, dan fasilitas tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah, sehingga posisi variabel fasilitas lebih tepat sebagai variabel independen, karena berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar.

Penelitian selanjutnya dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Service Quality (SERVQUAL)* Dan *Importance Performance Analysis (IPA)* Pada PT.Media Purna Engineering” oleh Heru Winarnodan dan Tb.Absor pada tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mitra perusahaan yaitu PT Krakatau Steel Tbk atas pelayanan yang diberikan. Berdasarkan hasil dari penelitian ini menggunakan metode *SERQUAL* dan *IPA* menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan tergolong baik tetapi ada satu atribut yaitu atribut ke 15 tentang kecepatan memberikan solusi dirasa para mitra kurang memuaskan. Sehingga rekomendasi yang diberikan adalah diantaranya harus diadakannya pengenalan area kerja, pekerja baru harus senantiasa dibina dan diawasi, pembuatan jadwal training, kendala harap dengan cepat informasikan ke Lieder atau Supervisor supaya cepat dalam memberikan solusi untuk mengatasinya.

Tabel 2. 1 Tabel Jurnal Induktif

No	Judul	Penulis	Tujuan	Metode
1				
2				
3	<p>Analysis Kepuasan Pelanggan dengan <i>Importance Performance Analysis</i> di SBU Laboratory Cibitung PT. SCOFINDO (PERSERO)</p>	Oscar Ong dan Jati Prambudi (2014)	Ketiga metode tersebut untuk mengetahui atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikan guna meningkatkan pelayanan perusahaan	<i>Servqual & Importance Performance Analysis (IPA)</i>
4	<p>Penerapan <i>Fuzzy Multiple Criteria Decision Making (FMDC)</i> untuk mengevaluasi kulaitas layanan Upaya Perbaikan Kualitas Layanan Pada Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Muhammadiyah Roemani Dengan Menggunakan Metode</p>	Arief dan Sulaksono (2013)	tingkat kualitas pelayanan yang ada pada tiga perusahaan tahu takwa	<i>Fuzzy Multiple Criteria Decision Making (FMDC)</i>
5	<p>Penerapan <i>Fuzzy Multiple Criteria Decision Making (FMDC)</i> untuk mengevaluasi kulaitas layanan Upaya Perbaikan Kualitas Layanan Pada Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Muhammadiyah Roemani Dengan Menggunakan Metode</p>	Diana Puspita Sari dan Andry Harmawan (2014)	Mengidentifikasi, menganalisis, dan menentukan atribut-atribut yang menjadi prioritas perbaikan di IRJ RSM	<i>Servqual & TRIZ</i>

No	Judul	Penulis	Tujuan	Metode
	<i>SERVQUAL</i> dan <i>TRIZ</i>			
6	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PO. Rosalia Indah Di Palur Karanganyar Dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi	Yosi Pratama (2014)	Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis signifikasni pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar	<i>Servqual</i>
7	Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode <i>Service Quality (SERVQUAL)</i> Dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> Pada PT. Media Purna Engineering	Heru Winarno, Tb.Absor (2017)	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mitra perusahaan yaitu PT Krakatau Steel Tbk atas pelayanan yang diberikan	<i>Servqual dan IPA</i>

Dilihat dari hasil penelitian-penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa metode *Servqual* dan IPA dapat mengukur dan menganalisis tingkat kepuasan pelanggan dan menunjukkan atribut-atribut apa saja yang menjadi prioritas untuk diperbaiki agar menciptakan pelayanan yang memuaskan untuk pelanggan.

2.2 Kajian Deduktif

2.2.1 Definisi Jasa

Menurut Suhendra dan Prasetyanto (2016) Jasa merupakan salah satu pemberian kinerja atau tindakan dari pihak satu ke pihak lain. Jasa pada umumnya diproduksi secara bersamaan, dan interaksi antara pemberi dan penerima jasa mempengaruhi jasa

tersebut. Sedangkan menurut Lovelock dalam Iriandini, Yulianto dan Mawardi (2015) jasa merupakan suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain. Sering digunakan dalam jangka waktu tertentu (*time-based*) dalam bentuk suatu kegiatan yang akan membawa hasil yang akan diinginkan oleh penerima, obyek, maupun aset-aset lainnya yang merupakan tanggung jawab dari pembeli. Produk jasa memiliki empat karakteristik perbedaan dengan produk barang, perbedaan tersebut menurut Langford dan Cosenza dalam buku Tjiptono (2005) adalah:

- a) *Intangible* (Tak Nyata)
Jasa yang memiliki sifat yang tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.
- b) *Heterogeneous* (Heterogen)
Memiliki proses pelayanan yang bervariasi seperti dari waktu ke waktu, produsen ke produsen, dan pelanggan ke pelanggan.
- c) *Inseparable* (Tak Terpisahkan)
Unsur yang ada tidak bisa dipisahkan seperti unsur produksi dan konsumsi yang ada dalam suatu produk jasa, unsur kualitas yang ada pada pelayanan akan sering muncul pada waktu pelayanan diberikan.
- d) *Perishability* (Ketidaklamaan)
Produk dari sebuah jasa tidak bisa disimpan seperti halnya produk manufaktur karena hanya dapat diproduksi pada saat itu juga.

2.2.2 Kualitas layanan Jasa

Menurut Wijaya (2011), Kualitas adalah segala hal yang mampu untuk memenuhi semua keinginan dan kebutuhan pelanggan (*meeting the customer need*). Sementara itu menurut Olson dan Wyckoff dalam Wijaya (2011) menjelaskan jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdayaguna baik secara eksplisit maupun implisit untuk mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan barang ataupun jasa. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus terus dikembangkan untuk mendapatkan *customer loyalty* (Subagio & Saputra, 2012).

Kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2005). Untuk mendapatkan kepuasan yang optimal, maka pelanggan harus mendapatkan pelayanan yang terbaik pada setiap pelayanan yang diberikan. Menurut Kotler dan Keller dalam Palero dan widyanesti (2017) ada lima dimensi untuk menngktakan kualitas jasa:

- 1) *Reliability* Sesuatu kemampuan yang dapat melaksanakan pelayanan yang dijanjikan oleh perusahaan dan diberikan dengan andal dan akurat.
- 2) *Responsiveness* adalah kesediaan suatu perusahaan untuk membantu pelanggan yang membutuhkan dengan memberikan pelayanan secara tepat waktu.
- 3) *Tangibles* adalah penampilan fisik dari peralatan, fasilitas, personil dan juga bahan baku komunikasi.
- 4) *Assurance* adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta untuk memberikan jaminan pelayanan serta kepercayaan.
- 5) *Empathy* adalah kepedulian perusahaan terhadap pelanggan untuk memberikan perhatian serta keinginan para pelanggan.

2.2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Sugiono dan Sugiharto (2013) adalah suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atas produk barang ataupun jasa yang dia gunakan dimana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Westbrook dan Reilly dalam buku Tjiptono dan Chandra (2005) juga mengatakan kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap sesuatu yang didapatkan, respon tersebut dihasilkan dari evaluasi kognitif dimana persepsi terhadap objek, tindakan atau kondisi dibanding dengan nilai-nilai seseorang. Startegi untuk memenuhi kepuasan pelanggan ini harus didasari dengan sesuatu pengetahuan yang ditail dan akurat terhadap harapan peanggan, karena harapan pelanggan terkadang bisa untuk dikontrol tetapi sering perusahaan tidak dapat mengontrol harapan tersebut, kareana harapan yang tidak terkontrol sehingga banyak menyebabkan para pelanggan ini berpindah kepada pesaing apabila tidak mendapatkan hasil yang sesua dengan yang diharapkan (Iriandini, Yulianto, & Mawardi, 2015).

Kotler dalam Wijaya (2011) mengatakan bahwa ada empat metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap Organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa dan lain-lain.

b. *Ghost Shopping*

Mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman dalam pembelian produk-produk tersebut.

c. Analisis Kehilangan Pemakai (*lost customer analysis*)

Menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah ke pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan serta penyempurnaan selanjutnya.

d. *Survey* Kepuasan Pelanggan

Melakukan penelitian dengan melakukan survei baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi.

2.2.4 Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin dalam Iskandar dan Wijaksana (2015) Loyalitas pelanggan merupakan suatu komitmen yang kuat dari pelanggan sehingga pelanggan bersedia melakukan pembelian produk atau jasa secara berulang kali dan juga konsisten dalam waktu yang panjang tanpa terpengaruh oleh pemasaran produk lain yang berusaha untuk membuat mereka beralih untuk memilih hal baru yang ditawarkan. Sementara itu Oliver dalam Iriandini, Yulianto, dan Mawardi (2015) juga mendefinisikan bahwa loyalitas sebagai komitmen yang dipegang secara mendalam untuk kembali membeli produk atau jasa

yang disukai dimasa depan walaupun pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

2.2.5 Service Quality (*Servqual*)

Menurut Landrum dalam Sianipar, Deoranto, dan Dania (2013) *Servqual* dibangun dari perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima (*perceived service*) dan layanan sesungguhnya yang diharapkan (*expected service*). Pengukuran kualitas jasa dalam model *servqual* didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta *gap* diantara keduanya pada lima dimensi kualitas. Berikut ini merupakan persamaan dari persepsi konsensus terhadap jasa dan nilai ekspektasi atau harapan menurut Wijaya (2011) :

$$Q = P (\textit{Perceived Service}) - E(\textit{Expected Service})$$

Keterangan :

Q = Kualitas Pelayanan (*Quality of Service*)

P = *Perceived Service* atau Persepsi akan layanan

E = *Expected Service* atau Harapan akan layanan

Tjipto dan Diana dalam Wijaya (2011) Lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

1) Keandalan (*Reliability*)

Merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2) Tanggapan/Kepedulian (*Responsiveness*)

Keinginan dari karyawan untuk memberikan bantuan dan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan dengan cepat dan mampu peduli terhadap keluhan serta harapan dari seorang pelanggan.

3) Jaminan Kepastian (*Assurance*)

Berbagai kemampuan yang dimiliki oleh karyawan untuk memberikan rasa aman dari resiko, bahaya, bahkan keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sikap yang mampu dipercaya oleh pelanggan.

4) Empati (*Emphaty*)

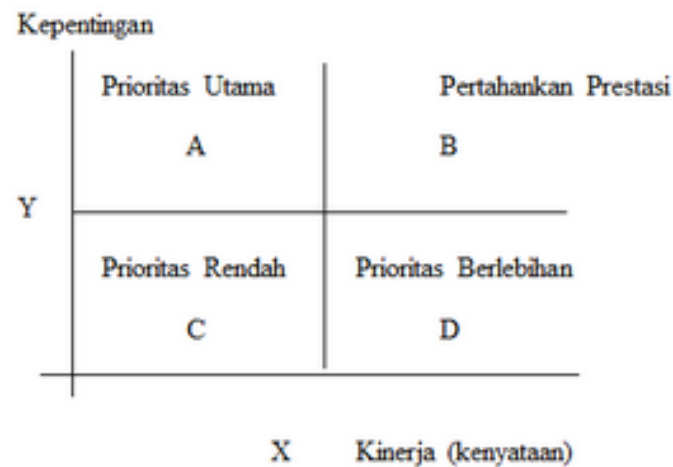
Perilaku karyawan mampu memberikan perhatian kepada pelanggan, mampu berkomunikasi yang baik dan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan secara personal.

5) Berwujud (*Tangible*)

Merupakan wujud bentuk fisik yang mampu dinikmati oleh pelanggan seperti fasilitas, peralatan, pegawai, maupun sarana informasi dan komunikasi.

2.2.6 *Important Performance Analysis*

Menurut Tjiptono dalam Ong dan Pambudi (2014) *Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan metode yang dikembangkan oleh Martila dan James pada tahun 1977 pada artikel mereka dengan judul “*Importance Performance Analysis*” yang dipublikasikan pada *Journal of Marketing*, pada tingkatan ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan nilai kinerja tersebut dianalisis pada *Importance Performance Analysis Matrix*, dimana sumbu X mewakili persepsi pelanggan dan sumbu Y mewakili harapan pelanggan. Dan akan dihasilkan empat kuadran seperti gambar berikut ini :



Gambar 2. 1 Kuadran *Importance Performance Analysis*

- 1) Kuadran pertama (I), merupakan kuadran yang dianggap penting oleh pelanggan, namun dalam kenyataannya atribut-atribut ini masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.
- 2) Kuadran kedua (II), merupakan kuadran yang dianggap penting oleh pelanggan, dan memiliki atribut yang dianggap telah sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga tingkat kepuasan pelanggan relatif lebih tinggi.
- 3) Kuadran ketiga (III), merupakan kuadran yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kenyataannya kinerja pihak perusahaan dinilai kurang memuaskan.
- 4) Kuadran keempat (IV), merupakan kuadran yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kinerja yang dilakukan oleh pihak perusahaan dirasakan terlalu tinggi atau berlebihan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan di PO Safari Dharma Raya yaitu sebuah perusahaan yang bergerak di transportasi darat yang menyediakan bus malam yang beralamat di Jalan Ring Road Barat, Gamping, Yogyakarta.

2. Subjek penelitian

Subyek penelitian ini adalah penumpang bus Safari Dharma Raya yang pernah menjadi penumpang bus Safari Dharma Raya dengan trayek Yogyakarta-Denpasar

3.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini dilakukan indentifikasi masalah, yaitu untuk menentukan kepentingan dan kepuasan penumpang PO Safari Dharma Raya. Setelah itu akan dianalisis menggunakan metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui atribut atau faktor apa saja yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penumpang bus Safari Dharma Raya trayek Yogyakarta-Denpasar. Untuk sampel yang digunakan adalah penumpang bus Safari Dharma Raya Trayek Yogyakarta-Denpasar pada saat penelitian.

3.4 Skala Likert

Menurut Sugiyono dalam Ong dan pambudi (2014) mengatakan bahwa Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang atau sejumlah kelompok dalam sebuah fenomena sosial dimana jawaban dari setiap item instrumen mempunyai perbedaan dari yang sangat positif sampai sangat negatif. Untuk skala likert ini variabel yang diukur dijabarkan menjadi variabel indikator. setelah itu indikator tersebut digunakan untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Di bawah ini adalah skala yang digunakan dalam penelitian ini : 1. Sangat Puas 2. Tidak Puas 3. Cukup Puas 4. Puas 5. Sangat Puas

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian Kualitas Layanan

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan hasil observasi langsung di lapangan dengan melihat dan merasakan secara langsung. Selain itu juga melakukan wawancara secara langsung terhadap PO Safari Dharma Raya

Gambar 3. 1 Tabel Dimensi Dan Atribut Pelayanan

No	Pernyataan
Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti fisik)	
1	Fisik bus yang bersih dan menarik
2	Kebersihan dan keharuman bus
3	Panel AC yang masih berfungsi dengan baik

4	Kebersihan toilet bus
5	Penampilan karyawan yang rapi
6	Pencahayaan yang memadai saat berada didalam bus
7	Kebersihan ruang tunggu di pool bus

Dimensi *Reliability* (Kehandalan)

8	Menaikan penumpang ditempat yang di tentukan.(terminal, agen, pool)
9	Ketepatan waktu pemberangkatan
10	Ketepatan waktu tiba saat jalan normal
11	Kesesuaian jadwal tiba di rest area pada saat jam makan malam.

Dimensi *Responsiveness* (Daya tanggap)

12	Karyawan selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan
13	Kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan
14	Ketepatan karyawan dalam menentukan informasi jurusan bus

Dimensi *Assurance* (Jaminan)

15	Kontak telpon yang mudah dihubungi
16	Keamanan barang didalam bus
17	Keahlian sopir dalam mengendalikan bus
18	Kenyamanan saat berada didalam bus

Dimensi *Emphaty*(Perhatian)

19	Keramahan karyawan
20	Perlakuan khusus bagi penumpang khusus (lansia,wanita hamil, penyandang disabilitas)
21	Terjalin komunikasi yang baik antara petugas dan pelanggan

3.6 Metode Pengumpulan Data

1. Sudi Pustaka

Studi pustaka dilakukan agar peneliti dapat memahami konsep-konsep dan teori yang berhubungan dengan masalah-masalah penelitian ini dengan cara membaca dan mempelajari referensi yang ada seperti literatur, laporan ilmiah dan jurnal tulisan-tulisan yang nantinya akan digunakan menjadi landasan teori dalam penelitian ini.

2. Penelitian Lapangan

Pada penelitian lapangan ini dilakukan dengan cara meneliti langsung ke perusahaan yang ingin diteliti. Data-data yang diperoleh dengan cara:

a. Observasi

Observasi merupakan metode yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian untuk mendapatkan data-data secara aktual

b. Data Sekunder

Data perusahaan adalah data yang didapatkan dari literatur-literatur yang terdapat di perusahaan maupun yang didapat dari pemilik usaha dan berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan

3.7 Jenis Data

Data untuk menyelesaikan penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari jawaban kuesioner terhadap sampel yang telah diterapkan terhadap responden. Pada penelitian ini data yang digunakan adalah data:

- a. Data penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan
- b. Data penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan terhadap aspek pelayanan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang didapatkan dari hasil penelitian sebelumnya, jurnal, dan referensi-referensi lainnya yang dapat digunakan untuk menggali teori-teori guna mendukung pemecahan masalah

3.8 Pengujian Alat Ukur

3.8.1 Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data berfungsi untuk mengetahui apakah data yang diambil sudah cukup atau tidak untuk mewakili suatu populasi, dengan melakukan perhitungan data maka diketahui berapa banyak jumlah data minimal yang dibutuhkan. Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat ketelitian dengan perhitungan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

(Eriyanto, 2007)

Keterangan:

- n : Ukuran Sampel
- Z : Tingkat kepercayaan (90% = 1,645)
- e : *Sampling Error* (10% = 0.1)
- p : Proporsi harus dalam populasi
- q : Persentase kuesioner cacat (q = 1-p)

Karena besarnya proporsi sampel p tidak diketahui, dan p (1-p) juga tidak diketahui maka pengujian ini belum dapat dilakukan. Tetapi nilai p selalu diantara 0 sampai 1 dengan nilai p maksimum, maka :

$$F(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{df(p)} = 1 - 2p$$

$$\frac{df(p)df(p)}{df(p)df(p)} \text{ maksimal jika } \frac{df(p)}{df(p)} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$P = 0,5$$

Setelah menentukan nilai dari p maka akan dilanjutkan dengan melakukan uji kecukupan data sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{1,645^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 67,65 \approx 68 \text{ sampel}$$

maka Minimal sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah 68 sampel

3.8.2 Uji Validitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui keakurasian kuesioner yang disebarkan, untuk menguji ini menurut Arikunto dalam Iriandini, Yulianto, dan Mawardi (2015) menjelaskan bahwa pengujian validitas instrumen dapat menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh *Person* yang dikenal dengan rumus *product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N(\sum X^2) - (\sum X)^2][N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

(Iriandini, Yulianto, & Mawardi, 2015)

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi *product moment*

N : Jumlah Subyek

X_i : Skor item ke i

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

3.8.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indek yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila mana suatu alat ukur dipakai dua kali maka akan menghasilkan hasil yang cukup konsisten maka alat ukur tersebut reliabel. Atau dapat dikatakan bahwa reliabilitas menunjukkan suatu konsitenisasi suatu alat ukur, berikut ini adalah rumus untuk reliabilitas :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

(Saefuddin Azwar, 1992)

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S_j = varians responden untuk item

S_x = jumlah varians skor total

3.9 Pengolahan Data *Servqual*

Berikut adalah hal yang perlu dilakukan dalam menghitung menggunakan metode *servqual* :

1. Menghitung *Mean* Persepsi dan Harapan

Menghitung rata-rata (*mean*) untuk tiap-tiap atribut yang diukur. Langkah ini dilakukan dengan menghitung rata-rata *score* dari tiap atribut dari persepsi dan harapan.

2. Penghitungan Nilai *Servqual* (*Gap*)

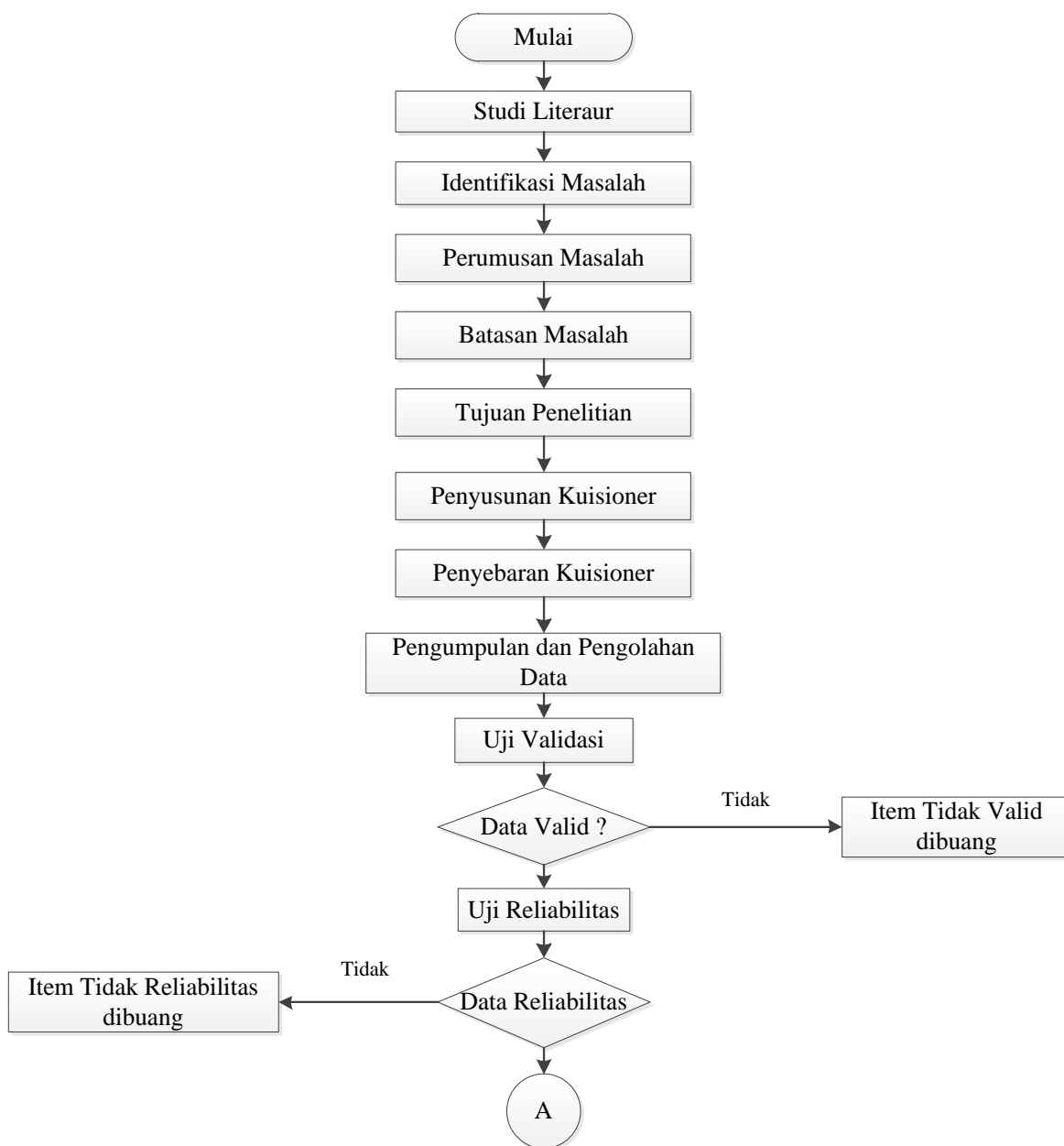
Menghitung nilai *Servqual* dengan mengurangkan nilai rata-rata persepsi aktual dengan nilai rata-rata harapan responden.

$$\text{Nilai Servqual} = (\text{rata} - \text{rata persepsi}) - (\text{rata} - \text{rata harapan})$$

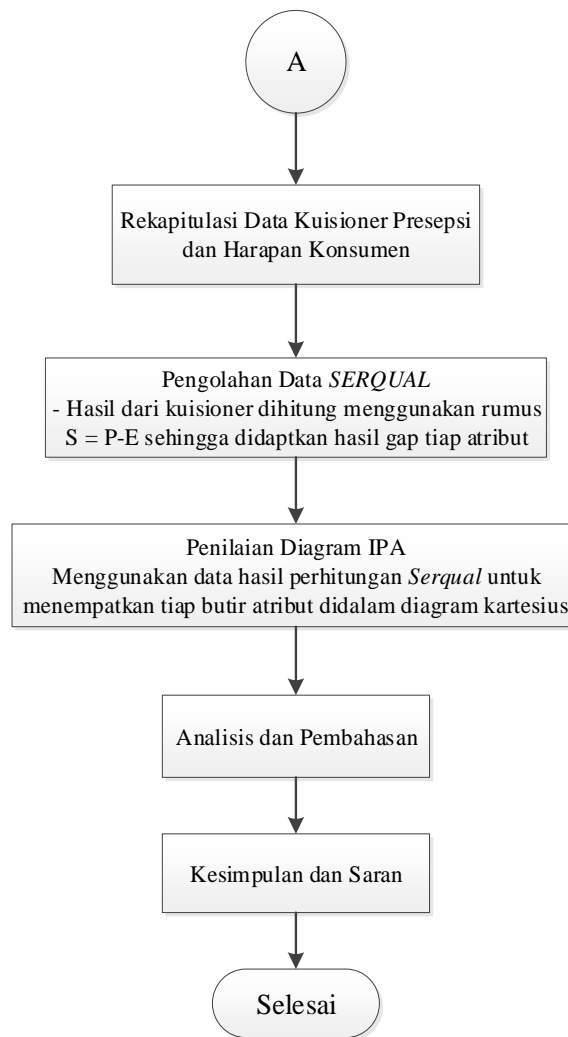
3.10 Analisis Data

Setelah menentukan jumlah sampel, uji validitas dan reliabilitas dan telah mendapatkan bobot untuk tiap variabel kualitas, maka dilakukan analisis terhadap data servqual tersebut. Analisa dilakukan terhadap tingkat kepuasan penumpang bus Safari Dharma Raya dengan trayek Yogyakarta-Denpasar. Hal yang dilakukan adalah dengan cara menganalisa tingkatan *gap* yang didapatkan dari tiap variabel atau atribut, sehingga didapatkan rekomendasi untuk perusahaan mengenai atribut yang memiliki tingkat prioritas perbaikan tertinggi agar ditingkatkan kualitas atribut jasa tersebut.

3.11 Alur Penelitian



Gambar 3. 2 Alur Penelitian



Gambar 3. 3 Alur Penelitian (lanjutan)

Dalam penelitian ini dilakukan beberapa tata cara penelitian serta tahapan penelitian sesuai pada gambar 3.2 dan 3.3 diatas yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Studi Literatur ini bertujuan untuk mengumpulkan segala informasi dan dasar-dasar teori penunjang baik berasal dari buku, jurnal, ataupun referensi yang lain. Teori-teori pendukung yang digunakan sebagai pemecahan masalah.

2. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini memiliki tujuan untuk menganalisis kondisi perusahaan dan mengidentifikasi permasalahan apa yang mungkin terjadi dan berhubungan dengan metode yang telah dipelajari.

3. Perumusan Masalah

Setelah mengetahui kondisi perusahaan, maka dapat ditentukan topik permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini. Permasalahan yang diangkat dari penelitian ini dapat dilihat pada perumusan masalah, dilakukan untuk merumuskan permasalahan apa yang akan diamati dan dianalisa dalam penelitian. Perumusan masalah yang diteliti mengacu pada latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya. Berdasarkan rumusan masalah yang jelas, maka diharapkan pada saat melakukan penelitian baik permasalahan maupun obyek yang diteliti tidak akan mengalami perluasan maupun perubahan.

4. Batasan Masalah

Pada tahap ini agar penelitian ini dapat terfokus pada pemecahan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

5. Tujuan Penelitian

Penetapan tujuan ini dimaksudkan untuk memberi masukan atau rekomendasi bagi pihak perusahaan, sehingga penerapannya dapat berguna bagi perusahaan. Perincian tujuan dapat dilihat di dalam bab I. Langkah ini dilakukan untuk menentukan tujuan apa yang ingin dicapai dalam penelitian. Penentuan tujuan penelitian ini berfungsi untuk memberikan arahan dalam pelaksanaan penelitian secara keseluruhan, dengan demikian penelitian akan lebih terarah pada kerangka yang telah dibuat, sehingga tujuan dari penelitian ini benar-benar tercapai.

6. Penyusunan Kuisisioner

Dalam penelitian ini kuisisioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. Kuisisioner disusun dari variabel-variabel penelitian yang telah ditentukan. Pada penelitian ini kuisisioner berupa kuisisioner tingkat kepuasan (persepsi dan harapan) responden.

7. Penyebaran Kuisisioner

Setelah melakukan penyusunan kuisisioner berupa variabel-variabel faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, maka kuisisioner tersebut diberikan kepada responden yang merupakan pelanggan dari perusahaan.

8. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Setelah melakukan penyebaran kuisisioner, maka kuisisioner tersebut dikumpulkan dan diolah agar mengetahui variabel-variabel faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

9. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dapat didefinisikan sebagai ukuran seberapa akurat suatu alat pengukur melakukan fungsi ukurnya. Dalam hal ini bila validitas suatu variabel semakin tinggi, maka uji tersebut semakin mengenai sarannya dan semakin menunjukkan apa yang harus ditunjukkannya.

10. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Dalam hal ini keandalan dapat diartikan, meski variabel-variabel dalam kuisisioner ditanyakan pada beberapa responden yang berbeda, maka hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk variabel tersebut. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama.

11. Rekapitulasi Kuisisioner

Pada tahap ini mengumpulkan data hasil dari jawaban responden setelah melalui uji validitas dan reliabilitas kemudian merekap data untuk dilanjutkan ketahap pengolahan data.

12. Pengolahan Data *Servqual*

Setelah data penilaian tingkat kepuasan pengunjung diuji validitas dan reliabilitasnya, selanjutnya data diolah dengan tahap metode *servqual*.

13. Penilaian Diagram *IPA*

Pengolahan Data *servqual* akan menghasilkan nilai gap atau kesenjangan kemudian di masuk kan kedalam diagram *Importance Performance Analysis* dimana pada diagram tersebut terdapat 4 kuadran yang nantinya akan dianalisis.

14. Analisa dan pembahasan

Selanjutnya dilakukan analisis secara keseluruhan terhadap kualitas pelayanan yang merupakan masukan bagi perencanaan strategi peningkatan kualitas pelayanan bagi pihak perusahaan.

15. Kesimpulan dan Saran

Dari hasil analisis tersebut kemudian diambil kesimpulan yang merupakan hasil akhir dari penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat diberikan rekomendasi atau masukan dan juga saran-saran yang dapat menjadi masukan bagi pihak perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanannya.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan

PO Safari dharma raya berdiri pada tahun 1969 di kota Temanggung Jawa Tengah dengan nama PO OBL yang merupakan singkatan dari pemiliknya yaitu Oei Bie Lay (Darmoyuwono). Pada awal beroperasinya PO ini hanya melayani rute jarak dekat yaitu Magelang-Ngadirojo PP, dengan seiring berjalannya waktu PO Safari Dharma raya pada tahun 1971 mulai merambah ke bus malam dengan rute Temanggung - Surabaya – Malang PP (baik melalui jalur Semarang ataupun Yogyakarta), Perusahaan Bus ini kemudian semakin berkembang dengan mulai membuka rute baru yaitu rute Yogyakarta – Jakarta pada tahun 1974 dan juga pada tahun 1989 membuka 2 rute baru lagi yaitu Jakarta-Denpasar dan juga Temanggung- Yogyakarta – Denpasar. Pada tahun 1984 agar lebih berkonsentrasi dibidang bus malam PO Safari Daharma Raya kemudian mulai menutup rute bus siang.

Sepeninggal pendiri PO Safari Dharma Raya yaitu Bapak Darmoyuwono pada tanggal 1984 perusahaan ini diwariskan kepada kedua anaknya yaitu Hendro Darmoyuwono dan juga Santoso dibawah pengawasan Ibu Soetri Darmoyuwono. Seiring berkembangnya waktu PO Safari Dharma Raya ini mulai mengembangkan bisnisnya di bidang bus Pariwisata danjuga pada tahun 2002 perusahaan ini berhasil

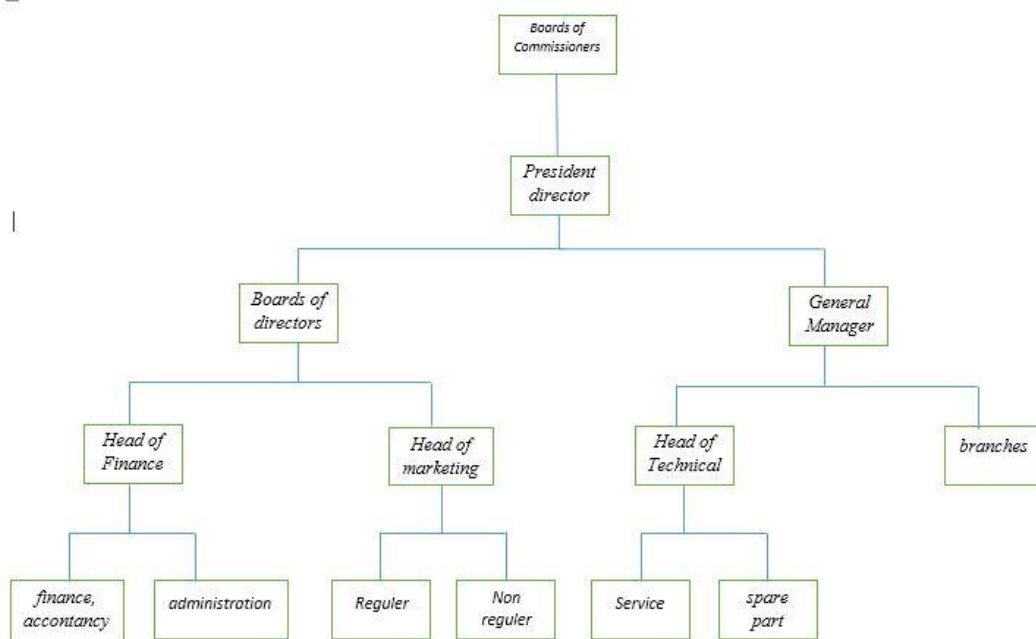
memenangkan tender pengadaan dan pelayanan bandara selama 5 tahun di bandara Ngurah Rai Denpasar.

Dengan pengalaman yang kurang lebih 50 tahun menggeluti bisnis transportasi penumpang PO Safari Dharma Raya berharap bisa konsisten dapat mengembangkan area ini dan ke depan akan melakukan penetrasi pasar dengan menggarap kebutuhan akan armada bis dengan spesifikasi ataupun kebutuhan khusus.

4.1.2 Visi Misi Perusahaan

Menjadi perusahaan yang berkomitmen menjaga keselamatan, keamanan, dan kenyamanan penumpang dengan memberikan pelayanan terbaik demi kesejahteraan bersama.

4.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi

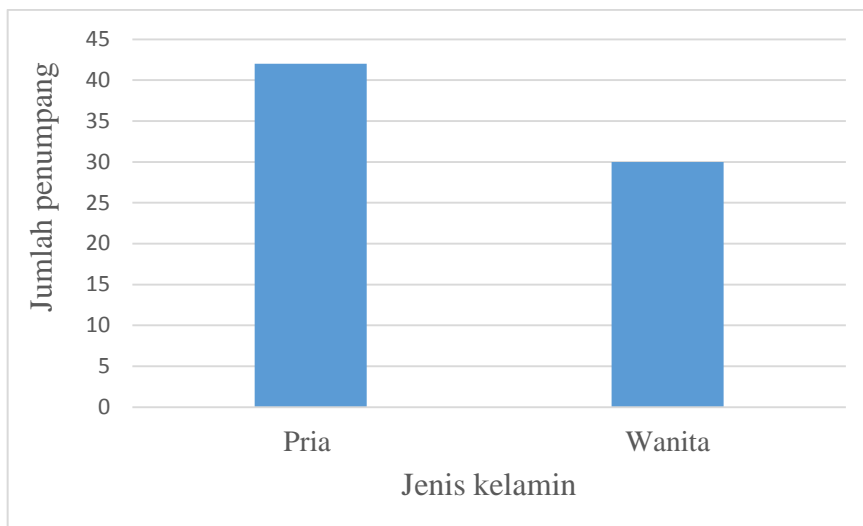
Kegiatan perusahaan Safari Dharma raya dijalankan oleh seorang *President Director* dan struktur yang dibawah di jelaskan sebagai berikut :

1. PT Safari Dharma Sakti dipimpin oleh seorang *Boards of Commissioners*.
2. *President Director* membawahi departemen *Boards of directors and General Manager* sebagai pelaksanaanya.
3. *Head of Finance and administration* membawahi *finance, accountancy, and administration* yang bertanggung jawab atas pelaksanaanya.
4. *Head of Operation Departement* membawahi *General dan HRD* yang bertanggung jawab atas pelaksanaanya
5. *Head of marketing* membawahi *Reguler and Non reguler* yang bertanggung jawab atas pelaksanaanya
6. *Head of Technical* membawahi *Service and spare part* yang bertanggung jawab atas pelaksanaanya.
7. Pada departemen *branches* tidak membawahi apapun

4.2 Pengolahan Data

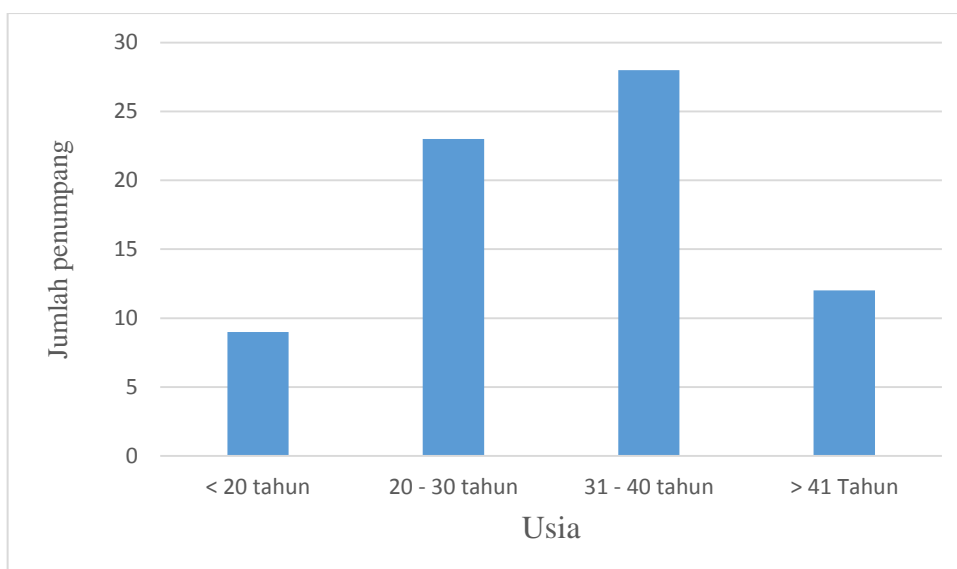
4.2.1 Pengolahan Data Profil Responden

Berdasarkan penyebaran kuesioner pada PO Safari Dharma Raya didapatkan data profil responden sebanyak 72 responden. Untuk klasifikasi yang pertama adalah data profil berdasarkan jenis kelamin penumpang bus yaitu penumpang pria adalah 42 dengan presentase 58 % dan penumpang wanita adalah 30 dengan presentase 42%.



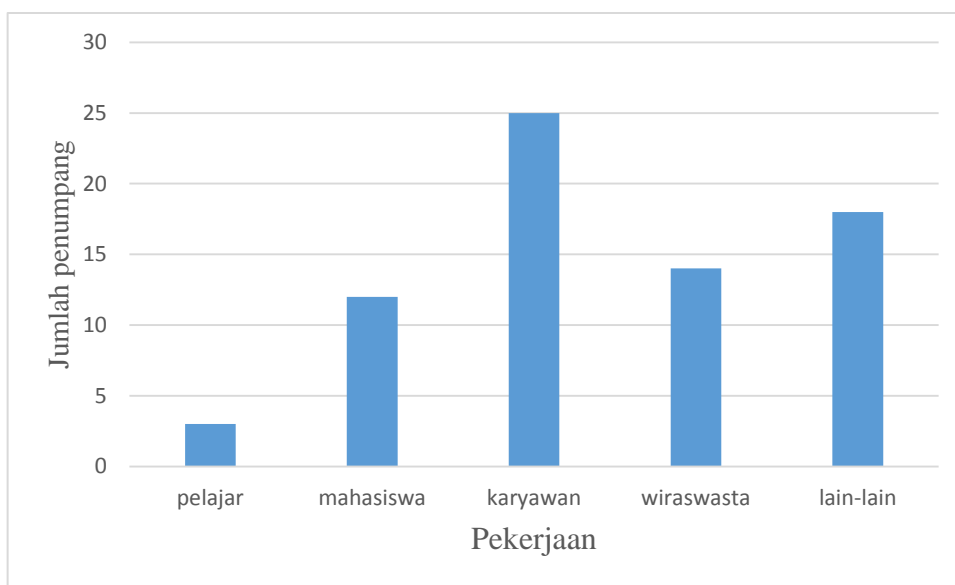
Gambar 4. 2 Hasil Olahan Kuesioner Diagram Profil Jenis Kelamin Responden

Profil responden berdasarkan usia penumpang bus adalah untuk usia kurang dari 20 tahun terdapat 9 penumpang dengan presentase 13 %, kemudian untuk usia kisaran 20 sampai dengan 30 tahun adalah 23 penumpang dengan presentase 32 %, untuk usia 31 sampai dengan 40 tahun adalah 28 penumpang dengan presentase 39 %, dan untuk penumpang dengan usia lebih dari 41 tahun yaitu 12 penumpang dengan presentase 17 %. Untuk lebih jelasnya grafik 4.2 berikut adalah grafik persebarannya



Gambar 4. 3 Hasil Olahan Kuesioner Diagram Profil Usia Responden

Untuk profil 72 responden berikutnya adalah pekerjaan para penumpang PO Safari Dharma Raya yaitu terdapat 3 orang pelajar dengan presentase 4 %, mahasiswa 12 orang dengan presentase 17 %, kemudian terdapat 25 karyawan dengan presentase 35 %, wiraswasta 14 orang dengan presentase 19 % dan juga lain-lain dengan 18 orang dengan presentase 25 %



Gambar 4. 4 Diagram Profil Pekerjaan Responden

Data profil responden digunakan untuk acuan dalam dalam pengambilan data kuesioner agar data yang diambil adalah data yang benar dan *valid*, karena jika data *valid* dan benar maka akan semakin kecil terjadi kesalahan dan juga data ini digunakan sebagai referensi populasi pengguna jas bus Safari Dharma Raya.

4.2.2 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji yang digunakan untuk mengukur *valid* atau tidak suatu data kuesioner. Uji ini dilakukan agar jawaban dari kuesioner ini dapat digunakan dalam penelitian.

a. Menentukan Hipotesis

H_0 = Skor item tidak berkorelasi positif dengan skor total

H_1 = Skor item berkorelasi positif dengan skor total

b. Menentukan Nilai r_{tabel}

Dari nilai tabel, $df = (\text{jumlah kasus atau responden}) - 2$, dalam penelitian ini $df = 72 - 2 = 70$. Dan tingkat signifikansi 5 %, maka akan didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,235.

c. Mencari nilai r_{hitung}

Nilai dari r_{hitung} didapatkan dari pengolahan data menggunakan *software SPSS 18*. Nilai r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *output SPSS 18* pada kolom *Corrected Item – Total Correlation*

d. Pengambilan keputusan

Dasar pengambilan keputusan, yaitu

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan *valid*

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan tidak *valid*

4.2.2.1 Uji Validitas Persepsi Pelanggan

Tabel 4.1 berikut ini adalah data hasil uji validitas skor Persepsi pelanggan pada PO Safari Dharma Raya

Tabel 4. 1 Uji Validitas Persepsi Pelanggan

Dimensi	No	Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
Tangible (Penampilan Fisik)	1.	Fisik bus yang bersih dan menarik	0,592	0,235	<i>Valid</i>
	2.	Kebersihan dan keharuman bus	0,632	0,235	<i>Valid</i>
	3.	Panel AC yang masih berfungsi dengan baik	0,549	0,235	<i>Valid</i>
	4.	Kebersihan toilet bus	0,765	0,235	<i>Valid</i>
	5.	Penampilan karyawan yang rapi	0,665	0,235	<i>Valid</i>
	6.	Pencahayaannya yang memadai saat berada didalam bus	0,548	0,235	<i>Valid</i>
	7.	Kebersihan ruang tunggu di pool bus	0,697	0,235	<i>Valid</i>
Reliability	8.	Menaikan penumpang ditempat yang di tentukan.(terminal, agen, pool)	0,547	0,235	<i>Valid</i>
	9.	Ketepatan waktu pemberangkatan	0,537	0,235	<i>Valid</i>

Dimensi	No	Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
(Kehandalan)	10.	Ketepatan waktu tiba saat jalan normal	0,370	0,235	<i>Valid</i>
	11.	Kesesuaian jadwal tiba di rest area pada saat jam makan malam.	0,243	0,235	<i>Valid</i>
Responsiveness (Daya tanggap)	12.	Karyawan selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan	0,354	0,235	<i>Valid</i>
	13.	Kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan	0,324	0,235	<i>Valid</i>
	14.	Ketepatan karyawan dalam menentukan informasi jurusan bus	0,440	0,235	<i>Valid</i>
	15.	Kontak telpon yang mudah dihubungi	0,570	0,235	<i>Valid</i>
Assurance (Jaminan)	16.	Keamanan barang didalam bus	0,513	0,235	<i>Valid</i>
	17.	Keahlian sopir dalam mengendalikan bus	0,601	0,235	<i>Valid</i>
	18.	Kenyamanan saat berada didalam bus	0,597	0,235	<i>Valid</i>
Empathy (Empati)	19.	Keramahan karyawan	0,667	0,235	<i>Valid</i>
	20.	Perlakuan khusus bagi penumpang khusus (lansia, wanita hamil, penyandang disabilitas)	0,580	0,235	<i>Valid</i>
	21.	Terjalin komunikasi yang baik antara petugas dan pelanggan	0,702	0,235	<i>Valid</i>

Sebelum menghitung *service quality* dan *Important Performance Analysis* dilakukan uji validitas terhadap 72 jawaban responden untuk mengetahui nilai *total corelation* atau yang biasa disebut r_{hitung} yang nantinya akan dibandingkan dengan nilai pada r_{tabel} , jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data pertanyaan tersebut dinyatakan tidak *valid* dan nilai r_{tabel} tersebut didapatkan dari jumlah responden 72-2 dengan tingkat signifikansi 5%.

Setelah dilakukan uji validitas terhadap jawaban reponden dapat diketahui bahwa nilai dari r_{hitung} sudah lebih dari nilai r_{tabel} yaitu 0,235 maka dapat diketahui bahwa nila persepsi pelanggan pada tabel 4.1 adalah *valid*.

4.2.2.2 Uji Validitas Harapan Pelanggan

Berikut adalah hasil uji validitas harapan pelanggan pada Po Safari Dharma Raya yang ditunjukkan pada tabel 4.2 di bawah ini

Tabel 4. 2 Uji Validitas Harapan Pelanggan

Dimensi	No	Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
Tangible (Penampilan Fisik)	1.	Fisik bus yang bersih dan menarik	0,419	0,235	<i>Valid</i>
	2.	Kebersihan dan keharuman bus	0,635	0,235	<i>Valid</i>
	3.	Panel AC yang masih berfungsi dengan baik	0,744	0,235	<i>Valid</i>
	4.	Kebersihan toilet bus	0,755	0,235	<i>Valid</i>
	5.	Penampilan karyawan yang rapi	0,748	0,235	<i>Valid</i>
	6.	Pencahayaan yang memadai saat berada didalam bus	0,766	0,235	<i>Valid</i>
	7.	Kebersihan ruang tunggu di pool bus	0,727	0,235	<i>Valid</i>
Reliability (Kehandalan)	8.	Menaikan penumpang ditempat yang di tentukan.(terminal, agen, pool)	0,755	0,235	<i>Valid</i>
	9.	Ketepatan waktu pemberangkatan	0,713	0,235	<i>Valid</i>
	10.	Ketepatan waktu tiba saat jalan normal	0,573	0,235	<i>Valid</i>
	11.	Kesesuaian jadwal tiba di rest area pada saat jam makan malam.	0,641	0,235	<i>Valid</i>
Responsiveness (Daya tanggap)	12.	Karyawan selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan	0,712	0,235	<i>Valid</i>
	13.	Kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan	0,760	0,235	<i>Valid</i>
	14.	Ketepatan karyawan dalam menentukan informasi jurusan bus	0,528	0,235	<i>Valid</i>
Assurance (Jaminan)	15.	Kontak telpon yang mudah dihubungi	0,792	0,235	<i>Valid</i>
	16.	Keamanan barang didalam bus	0,763	0,235	<i>Valid</i>
	17.	Keahlian sopir dalam mengendalikan bus	0,417	0,235	<i>Valid</i>
	18.	Kenyamanan saat berada didalam bus	0,746	0,235	<i>Valid</i>

Dimensi	No	Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
<i>Empathy</i> (Empati)	19	Keramahan karyawan	0,774	0,235	Valid
	20	Perlakuan khusus bagi penumpang khusus (lansia, wanita hamil, penyandang disabilitas)	0,770	0,235	Valid
	21	Terjalin komunikasi yang baik antara petugas dan pelanggan	0,755	0,235	Valid

Sama halnya dengan yang dilakukan pada kepentingan pelanggan yaitu dilakukannya uji validitas terhadap 72 jawaban responden untuk mengetahui nilai *total correlation* atau yang biasa disebut r_{hitung} yang nantinya akan dibandingkan dengan nilai pada r_{tabel} , jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data pertanyaan tersebut dinyatakan tidak *valid* dan nilai r_{tabel} tersebut didapatkan dari jumlah responden 72-2 dengan tingkat signifikansi 5%.

Setelah dilakukan uji validitas terhadap jawaban responden dapat diketahui bahwa nilai dari r_{hitung} sudah lebih dari nilai r_{tabel} yaitu 0,235 maka dapat diketahui bahwa nilai kepentingan pelanggan pada tabel 4.2 adalah *valid*.

4.2.3 Uji Reliabilitas

Pada perhitungan uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha*, apabila r_{hitung} lebih dari 0,6 maka dapat dinyatakan reliabel. Berikut merupakan tingkatan reliabilitas menurut Arikunto (2006):

Nilai	Tingkat
0 – 0,2	Sangat rendah
0,2 – 0,4	Rendah
0,4 – 0,6	Cukup
0,6 – 0,8	Tinggi
0,8 – 1,00	Sangat tinggi

. Untuk menguji reliabilitas ini diuji dengan menggunakan *software SPSS*. Berikut adalah uji reliabilitas kenyataan yang diuji menggunakan koefisien reliabilitas *Cronchbach's Alpha* dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas Persepsi

No	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
1.	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	0,857	0,6	<i>Valid</i>
2.	<i>Reliability</i> (kehandalaan)	0,601	0,6	<i>Valid</i>
3.	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	0,636	0,6	<i>Valid</i>
4.	<i>Assurance</i> (jaminan)	0,743	0,6	<i>Valid</i>
5.	<i>Empathy</i> (empati)	0,742	0,6	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, yaitu uji reliabilitas persepsi terhadap 72 responden, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pada uji reliabilitas pada dimensi *Tangible* atau bukti fisik didapatkan r_{hitung} sebesar 0,857, karena angka r_{hitung} tersebut lebih dari 0,6 maka burtir-butir pertanyaan pada dimensi *Tangible* tersebut reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.
2. Pada uji reliabilitas pada dimensi *Reliability* atau kehandalaan didapatkan r_{hitung} sebesar 0,601, karena angka r_{hitung} tersebut lebih dari 0,6 maka burtir-butir pertanyaan pada dimensi *Reliability* tersebut reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.
3. Pada uji reliabilitas pada dimensi *Responsiveness* atau daya tangkap didapatkan r_{hitung} sebesar 0,636, karena angka r_{hitung} tersebut lebih dari 0,6 maka burtir-butir pertanyaan pada dimensi *Responsiveness* tersebut reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.
4. Pada uji reliabilitas pada dimensi *Assurance* atau jaminan didapatkan r_{hitung} sebesar 0,743, karena angka r_{hitung} tersebut lebih dari 0,6 maka burtir-butir pertanyaan pada dimensi *Assurance* tersebut reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.
5. Pada uji reliabilitas pada dimensi *Emphaty* atau empati didapatkan r_{hitung} sebesar 0,742 karena angka r_{hitung} tersebut lebih dari 0,6 maka burtir-butir

pertanyaan pada dimensi *Empathy* tersebut reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas harapan pelanggan yang dilakukan peneliti menggunakan rumus *Cronchbach,s Alpha*. Dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas Harapan

No	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
1.	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	0,872	0,6	<i>Valid</i>
2.	<i>Reliability</i> (kehandalaan)	0,814	0,6	<i>Valid</i>
3.	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	0,687	0,6	<i>Valid</i>
4.	<i>Assurance</i> (jaminan)	0,742	0,6	<i>Valid</i>
5.	<i>Empathy</i> (empati)	0,831	0,6	<i>Valid</i>

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, yaitu uji reliabilitas harapan terhadap 72 responden, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pada uji reliabilitas pada dimensi *Tangible* atau bukti fisik didapatkan r_{hitung} sebesar 0,872, karena angka r_{hitung} tersebut lebih dari 0,6 maka burtir-butir pertanyaan pada dimensi *Tangible* tersebut reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.
2. Pada uji reliabilitas pada dimensi *Reliability* atau kehandalaan didapatkan r_{hitung} sebesar 0,814, karena angka r_{hitung} tersebut lebih dari 0,6 maka burtir-butir pertanyaan pada dimensi *Reliability* tersebut reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.
3. Pada uji reliabilitas pada dimensi *Responsiveness* atau daya tangkap didapatkan r_{hitung} sebesar 0,687, karena angka r_{hitung} tersebut lebih dari 0,6 maka burtir-butir pertanyaan pada dimensi *Responsiveness* tersebut reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.
4. Pada uji reliabilitas pada dimensi *Assurance* atau jaminan didapatkan r_{hitung} sebesar 0,742, karena angka r_{hitung} tersebut lebih dari 0,6 maka burtir-butir pertanyaan pada dimensi *Assurance* tersebut reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian.

5. Pada uji reliabilitas pada dimensi *Emphaty* atau empati didapatkan r_{hitung} sebesar 0,831, karena angka r_{hitung} tersebut lebih dari 0,6 maka burtir-butir pertanyaan pada dimensi *Emphaty* tersebut reliabel, sehingga dapat digunakan untuk penelitian

4.2.4 Pengolahan Data *Service Quality*

4.2.4.1 *Tangible* (Bukti Fisik)

Tangible atau bukti fisik dapat diartikan bagaimana tampilan fisik yang diberikan kepada konsumen dan dirasakan langsung oleh konsumen, pada dimensi ini dirasakan pertama kali oleh konsumen.oleh karena itu aspek ini dianggap penting untuk *service quality*. Pada aspek ini berdasarkan nilai *gap* yang diperoleh dari rumus pelayanan persepsi (P) – ekspektasi (E) maka dapat dilihat pada tabel 4.5 semua atribut bernilai negatif (-) sehingga menandakan bahwa persepsi pelanggan terhadap kinerja perusahaan lebih rendah dari pada harapan pelanggan.

Tabel 4. 5 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Tangible*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
T ₁	Fisik bus yang bersih dan menarik	3,875	4,583	-0,708
T ₂	Kebersihan dan keharuman bus	3,944	4,347	-0,403
T ₃	Panel AC yang masih berfungsi dengan baik	4,028	4,486	-0,458
T ₄	Kebersihan toilet bus	4,014	4,528	-0,514
T ₅	Penampilan karyawan yang rapi	3,875	4,278	-0,403
T ₆	Pencahayaan yang memadai saat berada didalam bus	3,847	4,403	-0,556
T ₇	Kebersihan ruang tunggu di <i>pool</i> bus	3,903	4,500	-0,597
Rata-rata		3,927	4,446	-0,520

4.2.4.2 *Reliability* (Kehandalan)

Pada dimensi *Reliability* ini yang berarti kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan terhadap pelanggan. Pada dimensi ini semua nilai tabel 4.6 pada bagian *gap* bernilai negatif (-) sehingga harapan pelanggan PO Safari Dharma Raya belum terpenuhi dengan kenyataan yang diharapkan.

Tabel 4. 6 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Reliability*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
Re ₈	Menaikan penumpang ditempat yang di tentukan.(terminal, agen, pool)	4,097	4,542	-0,444
Re ₉	Ketepatan waktu pemberangkatan	3,903	4,486	-0,583
Re ₁₀	Ketepatan waktu tiba saat jalan normal	3,847	4,486	-0,639
Re ₁₁	Kesesuaian jadwal tiba di rest area pada saat jam makan malam.	3,681	4,569	-0,889
Rata-rata		3,882	4,521	-0,639

4.2.4.3 *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Pada dimensi *Responsiveness* ini menunjukkan bagaimana karyawan dapat memberikan pelayanan yang tanggap dan tepat terhadap konsumen, karena kita ketahui bahwa pelanggan ingin segera dilayani secara cepat dan juga menjadi prioritas utama saat datang. Berdasarkan perhitungan *gap* yang diperoleh dengan cara Persepsi (P) - Ekspektasi (E) pada tabel 4.7 tersebut nilai *gap* bernilai negatif (-) sehingga harapan pelanggan PO Safari Dharma Raya belum terpenuhi dengan kenyataan yang diharapkan

Tabel 4. 7 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Responsiveness*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
----------------	-------------------	-----------------	----------------	------------

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
R ₁₂	Karyawan selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan	4,097	4,514	-0,417
R ₁₃	Kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan	4,056	4,556	-0,500
R ₁₄	Ketepatan karyawan dalam menentukan informasi jurusan bus	4,194	4,528	-0,333
Rata-rata		4,116	4,532	-0,417

4.2.4.4 Assurance (Jaminan)

Pada dimesi *Assurance* yang merupakan dimensi yang diharapkan dapat menumbuhkan rasa nyaman dan aman terhadap pelanggan terdapat empat aspek yang menjadi parameter dalam pengujian ini, pada keempat aspek tersebut yang tertera pada tabel 4.8 memiliki nilai *gap* yang negatif (-) sehingga dapat diartikan bahwa pelanggan PO Safari Dharma Raya belum terpenuhi dengan kenyataan yang diharapkan

Tabel 4. 8 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Assurance*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
A ₁₅	Kontak telpon yang mudah dihubungi	4,208	4,514	-0,306
A ₁₆	Keamanan barang didalam bus	4,111	4,389	-0,278
A ₁₇	Keahlian sopir dalam mengendalikan bus	4,264	4,611	-0,347
A ₁₈	Kenyamanan saat berada didalam bus	3,889	4,417	-0,528
Rata-rata		4,118	4,483	-0,365

4.2.4.5 *Empathy* (Empati)

Empathy adalah adanya perhatian secara individual dari perusahaan terhadap konsumennya. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Pada dimensi ini semua atribut mendapatkan penilaian negatif (-) yang mana pelanggan merasa kurang terpenuhi dengan apa yang ada pada setiap atribut pada dimensi ini. Untuk selengkapnya dalam dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Empathy*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
E ₁₉	Keramahan karyawan	3,958	4,389	-0,431
E ₂₀	Perlakuan khusus bagi penumpang khusus (lansia, wanita hamil, penyandang disabilitas)	3,986	4,444	-0,458
E ₂₁	Terjalin komunikasi yang baik antara petugas dan pelanggan	3,847	4,417	-0,569
Rata-rata		3,931	4,417	-0,486

4.2.4.6 Nilai *Gap* dan *Ranking* keseluruhan

Berdasarkan hasil perhitungan pengolahan data gap keseluruhan, maka diperoleh nilai rata-rata *gap* keseluruhan adalah -0,493

Tabel 4. 10 Nilai *Gap* Keseluruhan Dimensi

Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap
<i>Tangible</i>	3,875	4,583	-0,708
	3,944	4,347	-0,403
	4,028	4,486	-0,458
	4,014	4,528	-0,514
	3,875	4,278	-0,403

Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap
	3,847	4,403	-0,556
	3,903	4,500	-0,597
<i>Reliabilility</i>	4,097	4,542	-0,444
	3,903	4,486	-0,583
	3,847	4,486	-0,639
	3,681	4,569	-0,889
	4,097	4,514	-0,417
<i>Responsiveness</i>	4,056	4,556	-0,500
	4,194	4,528	-0,333
	4,208	4,514	-0,306
<i>Assurance</i>	4,111	4,389	-0,278
	4,264	4,611	-0,347
	3,889	4,417	-0,528
	3,958	4,389	-0,431
<i>Emphaty</i>	3,986	4,444	-0,458
	3,847	4,417	-0,569
Rata-rata Total	3,982	4,476	-0,493

4.2.4.7 Perhitungan Kualitas Pelayanan

Untuk menganalisis kualitas pelayan dari perusahaan kepada pelanggan menurut Besterfield dalam (Handoko, 2011) menggunakan rumus :

$$Kualitas\ Layanan\ (Q) = \frac{Penilaian(persepsi)}{Harapan}$$

Dari hasil perhitungan jika $Q \geq 1$, maka kesenjangan atas kualitas pelayanan dinyatakan baik dan apabila $Q < 1$, Maka dikatakan kesenjangan atas kualitas pelayanan yang diberikan belum dikatakan baik . Jika dilihat pada hasil perhitungan kualitas layanan

pada perusahaan bus Safari Dharma Raya pada tabel bahwa belum ≥ 1 , maka dikatakan kurang baik.

Tabel 4. 11 Perhitungan Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi	Persepsi (P)	Harapan (E)	GAP	Q = P/E
1	<i>Tangibles</i>	3,927	4,446	-0,520	0,883
2	<i>Reliability</i>	3,882	4,521	-0,639	0,859
3	<i>Responsiveness</i>	4,116	4,532	-0,417	0,908
4	<i>Assurance</i>	4,118	4,483	-0,365	0,919
5	<i>Emphaty</i>	3,931	4,417	-0,486	0,890
	Rata-rata	3,995	4,480	-0,485	0,892

4.2.4.8 Data *Rangking Gap* Keseluruhan

Dari hasil perhitungan nilai rata-rata *gap* secara keseluruhan, maka didapatkan urutan nilai *gap* dari yang tertinggi hingga yang terendah seperti yang bisa dilihat pada tabel 4.12 berikut :

Tabel 4. 12 Data *Rangking Gap Service Qualityl*

No	Pernyataan Atribut	<i>Ranking</i>	<i>Gap</i>
1.	Fisik bus yang bersih dan menarik	2	-0,708
2.	Kebersihan dan keharuman bus	16	-0,403
3.	Panel AC yang masih berfungsi dengan baik	12	-0,458
4.	Kebersihan toilet bus	9	-0,514
5.	Penampilan karyawan yang rapi	17	-0,403
6.	Pencahayaan yanmg memadai saat berada didalam bus	7	-0,556
7.	Kebersihan ruang tunggu di pool bus	4	-0,597
8.	Menaikan penumpang ditempat yang di tentukan.(terminal, agen, pool)	13	-0,444
9.	Ketepatan waktu pemberangkatan	5	-0,583
10.	Ketepatan waktu tiba saat jalan normal	3	-0,639
11.	Kesesuaian jadwal tiba di rest area pada saat jam makan malam.	1	-0,889
12.	Karyawan selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan	15	-0,417
13.	Kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan	10	-0,500

No	Pernyataan Atribut	Ranking	Gap
14.	Ketepatan karyawan dalam menentukan informasi jurusan bus	14	-0,333
15	Kontak telpon yang mudah dihubungi	20	-0,306
16	Keamanan barang didalam bus	21	-0,278
17	Keahlian sopir dalam mengendalikan bus	18	-0,347
18	Kenyamanan saat berada didalam bus	8	-0,528
19	Keramahan karyawan	14	-0,431
20	Perlakuan khusus bagi penumpang khusus (lansia,wanita hamil, penyandang disabilitas)	11	-0,458
21	Terjalin komunikasi yang baik antara petugas dan pelanggan	6	-0,569

4.2.5 Pengolahan Data *Importance Performance Analysis*

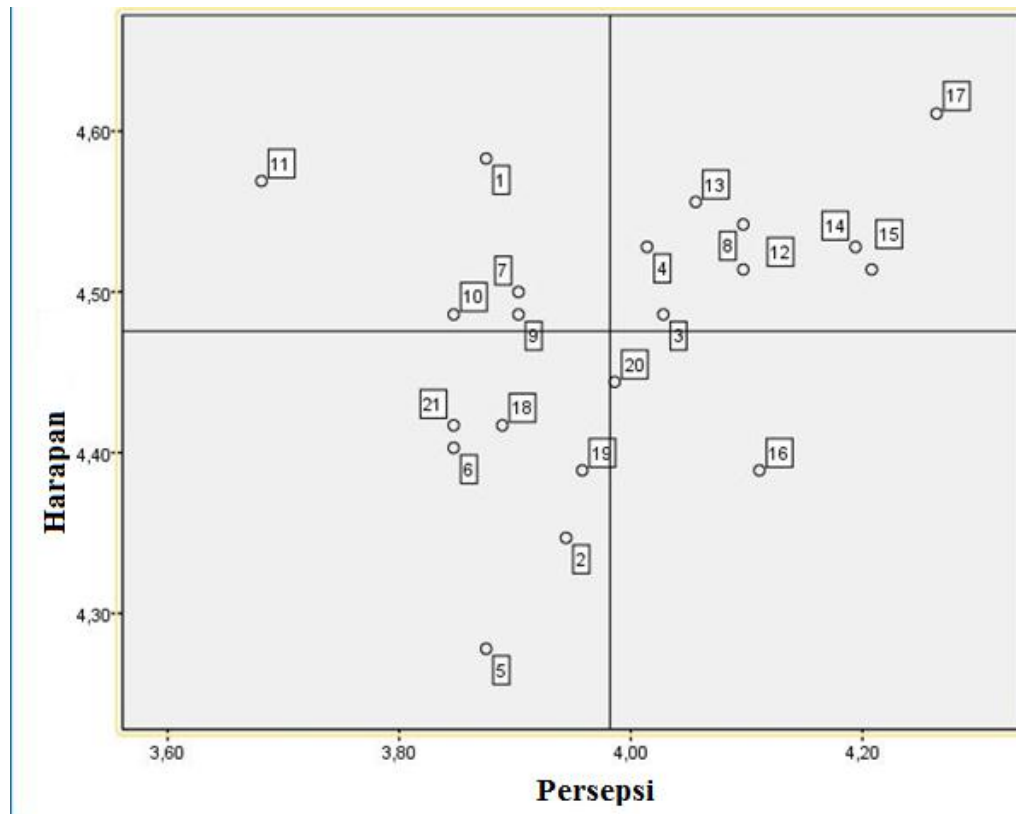
Langkah selanjutnya setelah mengetahui nilai *gap* secara keseluruhan akan dilanjutkan dengan analisis kerja dan harapan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui posisi tiap atribut dalam pelayanan terhadap penumpang pada PO Safari Dharma Raya berdasarkan tingkat kinerja dan tingkat harapan. Analisis kuadran persepsi – harapan menggunakan diagram Kartesius, sebelum menampilkan hasil pada diagram terlebih dahulu mengetahui tingkat persepsi dan harapan yang diperoleh dari rata-rata tiap tingkat persepsi (X) dan rata-rata tingkat kepentingan/ harapan (Y) kemudian data tersebut dijelaskan dalam diagram Kartesius, sehingga diketahui letak kuadran tiap dimensi atau keseluruhan. Data nilai tingkat kinerja-kepentingan dan letak kuadran masing-masing atribut dapat dilihat pada tabel 4.13

Tabel 4. 13 Kuadran Keseluruhan Dimensi

Atribut	Dimensi	Gap	Kuadran
A ₁		-0,708	A
A ₂		-0,403	C
A ₃		-0,458	B
A ₄	<i>Tangibles</i>	-0,514	B
A ₅		-0,403	C
A ₆		-0,556	C
A ₇		-0,597	A

Atribut	Dimensi	Gap	Kuadran
A ₈	<i>Reliabilility</i>	-0,444	B
A ₉		-0,583	A
A ₁₀		-0,639	A
A ₁₁		-0,889	A
A ₁₂	<i>Responsiveness</i>	-0,417	B
A ₁₃		-0,500	B
A ₁₄		-0,333	B
A ₁₅	<i>Assurance</i>	-0,306	B
A ₁₆		-0,278	D
A ₁₇		-0,347	B
A ₁₈		-0,528	C
A ₁₉	<i>Emphaty</i>	-0,431	C
A ₂₀		-0,458	D
A ₂₁		-0,569	C

Cara membuat diagram kartesius adalah dengan membagi suatu bagan menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik X dan Y, dimana X adalah rata-rata dari rata-rata seluruh atribut skor tingkat kinerja dan Y adalah rata-rata dari seluruh atribut tingkat kepentingan. Dalam penelitian ini, diagram kartesius IPA dibuat dengan menggunakan *SPSS 18.0*. Hasil dari input data kuesioner kepuasan pelanggan ke dalam *SPSS* menghasilkan output seperti yang ditunjukkan pada gambar 4.5 berikut.



Gambar 4. 5 Diagram Kartisius

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Kualitas Jasa Pelayanan

Dari penelitian ini untuk menentukan kualitas dari suatu jasa pelayanan, maka membutuhkan dimensi yang dapat mengukurnya. terdapat lima dimensi untuk mengukurnya yang pertama yaitu, dimensi *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati). Setiap dimensi tersebut memiliki atribut – atribut pertanyaan untuk ditanyakan kepada penumpang Bus Safari Dharma Raya. Pada penelitian ini terdiri dari 21 atribut pertanyaan. Kedua puluh satu atribut pertanyaan ini akan diuji validitas dan reliabilitas datanya menggunakan software SPSS 18. Setelah uji validitas dan reliabilitas ke seluruh data responden dinyatakan valid dan reliabel sehingga data tersebut dapat digunakan dalam perhitungan *Servqual* dan *IPA*

5.2 Analisis Service Quality

Pada pengolahan data *servqual* yang sudah dilakukan, kemudian data akan dianalisis hal apa saja yang menyebabkan terjadinya *gap* / kesenjangan yang terjadi antara kepentingan ataupun harapan terhadap kepuasan pelanggan penumpang Bus Safari Dharma Raya dengan trayek Yogyakarta – Denpasar. Jika pada hasil pengolahan data tersebut terjadi nilai kesenjangan yang positif, maka pelayanan yang diberikan sudah

sangat baik. Dan apabila nilai kesenjangan nol, maka kinerja yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang di harapkan oleh pelanggan. Kemudian apabila yang terjadi nilai kesenjangan negatif, maka menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Selanjutnya menganalisis faktor apa saja yang bisa diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan PO Safari Dharma Raya. Berikut ini adalah hasil perhitungan yang dilakukan dalam metode *service quality* meliputi dimensi-dimensi yang sudah diuji :

1. *Tangible*

Tangible adalah suatu wujud kenyataan yang tampak saat pertama konsumen melihatnya, atau tampilan fisik dari fasilitas yang dapat dirasakan secara langsung oleh konsumen. Pada perhitungan semua *Gap* yang telah diperoleh dari perhitungan dimensi *tangible* semuanya bernilai negatif (-). Maka para penumpang bus Safari Dharma Raya ini merasa belum puas dengan dimensi bukti fisik. Jika diurutkan dari yang terkecil dari nilai *Gap* bukti fisik ini adalah nilai dari atribut pertama yaitu kebersihan dan keharuman bus dan juga penampilan karyawan yang rapi. Pada atribut ini sama –sama diperoleh nilai *gap* -0,403, dan dapat diartikan para penumpang cukup puas dengan kebersihan dan keharuman bus dan juga penampilan karyawan yang rapi. Kemudian nilai terkecil yang kedua adalah panel AC yang masih berfungsi dengan baik dengan nilai *gap* yaitu -0,458. Kemudian nilai terkecil yang ketiga adalah kebersihan toilet bus dengan nilai – 0,514. Setelah itu yang keempat adalah pencahayaan yang memadai saat berada didalam bus dengan nilai – 0,556. Kemudian yang kelima adalah kebersihan ruang tunggu yang berada di *pool* bus dengan nilai – 0,597. Kemudian yang terakhir adalah fisik bus yang bersih dan menarik dengan nilai -0,708. fisik bus yang bersih dan menarik mempunyai nilai *gap* yang tinggi sehingga atribut ini dianggap atribut yang membuat penumpang kurang puas pada dimensi *tangible* ini.

2. *Reliability*

Reliability merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan serta pelayanan yang memuaskan pelanggan. Pada perhitungan di dimensi ini tidak ditemukan nilai *gap* yang bernilai positif . nilai rata-rata *gap* pada dimensi ini adalah -0,639.

Pada atribut ke 11 yaitu kesesuaian jadwal tiba di rest area pada saat jam makan malam mendapatkan nilai *gap* yang paling tinggi pada dimensi ini yaitu -0,889, hal ini menunjukkan bahwa para penumpang tidak puas dengan hal ini. Sehingga perusahaan bus sebaiknya melakukan perbaikan dengan memberikan snack berat dahulu terhadap penumpang untuk menyiasati tidak bisa tepatnya sampai ke tempat *rest area* atau kalau tidak memperpendek jarak *rest area*.

Yang memiliki nilai *gap* tertinggi kedua pada dimensi ini adalah ketepatan waktu tiba pada saat jalan normal yaitu -0,639. Keterlambatan ini disebabkan oleh waktu pemberangkatan yang sering terlambat yang pada dimensi ini juga dirasakan penumpang. Atribut waktu ketepatan waktu keberangkatan berada di peringkat ketiga dengan nilai *gap* -0,583. Sehingga lebih baik perusahaan mengusahakan untuk waktu keberangkatan yang tepat. Karena kalo kita ketahui akar permasalahan dari semua keterlambatan ini disebabkan oleh waktu keberangkatan yang mundur.

3. *Responsiveness*

Responsiveness adalah keinginan dimana perusahaan atau karyawan dapat menolong dan juga dapat menyelesaikan permasalahan yang dialami pelanggan dan juga memberikan informasi dengan tepat dan cepat. Karena kita ketahui bahwa semakin dapat menyelesaikan dan dapat membantu pelanggan dengan cepat dan tepat semakin pelanggan akan loyal terhadap perusahaan tersebut. Pada dimensi *responsiveness* Bus Safari Dharma Raya memiliki nilai *gap* rata-rata yaitu -0,417, dengan nilai atribut terendah yaitu -0,333 yaitu bagaimana ketepatan karyawan dalam menentukan informasi jurusan bus terhadap pelanggan. Kemudian yang kedua yaitu karyawan selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan dengan nilai *gap* -0,417. Untuk nilai *gap* terbesar pada atribut ini adalah kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan dengan nilai *gap* -0,500.

4. *Assurance*

Assurance adalah dimana peran karyawan atau perusahaan untuk menanamkan kepercayaan akan rasa aman dan nyaman terhadap suatu perusahaan atau produk. Pada dimensi ini perusahaan bus Safari Dhrama Raya mendapatkan perhitungan rata-rata *gap* pada dimensi *assurance* yaitu -0,365. Pada dimensi ini setiap atributnya bernilai negatif untuk nilai yang terendah yaitu pada atribut

keamanan barang didalam bus yaitu -0,278, setelah itu pada urutan kedua terendah adalah pada atribut kontak telpon yang mudah dihubungi mendapatkan nilai *gap* -0,306, untuk urutan ketiga terendah adalah keahlian supir dalam mengendalikan bus dengan nilai *gap* -0,347, untuk nilai *gap* yang terbesar dari dimensi *assurance* ini adalah pada atribut kenyamanan saat berada didalam bus yaitu -0,528. Hal ini menandakan bahwa para penumpang bus Safari Dharma Raya belum terpenuhi harapan para pelanggan dengan kenyataan yang didapatkan.

5. *Empathy*

Empathy adalah adanya perhatian secara individu dari perusahaan terhadap konsumennya. Dimana suatu perusahaan dapat memberikan perhatian secara spesifik terhadap pelanggan. Pada dimensi *empathy* ini didapatkan nilai rata – rata *gap* dari tiap atribut adalah -0,486. Untuk setiap atributnya nilai *gap* yang tertinggi adalah nilai dari atribut terjalin komunikasi yang baik antara petugas dan pelanggan dengan nilai *gap* -0,569 kemudian nilai tertinggi kedua dari dimensi ini adalah nilai *gap* dari atribut perlakuan khusus bagi penumpang khusus (lansia, wanita hamil, penyandang disabilitas) dengan nilai *gap* -0,458, untuk nilai paling rendah pada atribut ini adalah nilai *gap* dari keramahan karyawan dengan nilai *gap* -0,431.

5.3 Analisis Tingkat Kualitas Layanan

Pada analisis tingkat kualitas layanan pada perusahaan Bus Safari Dharma Raya dapat dilihat pada nilai setiap dimensinya yang dihasilkan dari rumus persepsi dibagi harapan. Untuk dimensi yang pertama adalah dimensi *Tangibles* dengan nilai kualitas (Q) adalah 0,883, kemudian pada dimensi *Reliability* memiliki nilai kualitas (Q) adalah 0,859, yang ketiga adalah dimensi *Responsiveness* dengan nilai kualitas (Q) yaitu 0,908, kemudian yang keempat yaitu dimensi *Assurance* dengan nilai kualitas (Q) yaitu 0,919, pada dimensi yang terakhir adalah dimensi *Empathy* dengan nilai kualitas (Q) yaitu 0,890. Dari hasil perhitungan analisis kualitas layanan tersebut jika hasil $Q \geq 1$ maka kesenjangan atas kualitas pelayanan dinyatakan baik, karena pada perhitungan tersebut

tidak ada yang menghasilkan nilai kualitas layanan $Q \geq 1$, maka dikatakan tingkat kualitas pelayanan pada Bus Safari Dharma Raya belum bisa dikatakan baik.

5.4 Importance Performance Analysis

Analisis *IPA* dilakukan untuk mengetahui posisi setiap atribut berdasarkan tingkat persepsi dan harapan penumpang Bus Safari Dharma Raya. Analisis *IPA* ini didapatkan dari rata-rata setiap atribut tingkat kepuasan pelanggan dan juga rata-rata setiap atribut dari harapan pelanggan. Setelah itu kedua data akan dijelaskan pada diagram *IPA* dengan menggunakan diagram kartisius untuk rata-rata tingkat persepsi pelanggan akan menjadi sumbu X dan juga rata-rata setiap atribut harapan pelanggan akan menjadi sumbu Y. Diagram tersebut akan terbagi menjadi empat kuadran, untuk kuadran A memiliki tingkat sangat penting (prioritas utama), untuk kuadran B memiliki tingkat kepentingan yang penting atau prioritas kedua, kemudian untuk kuadran C memiliki tingkat kepentingan yang kurang penting (prioritas rendah), dan untuk kuadran D memiliki nilai prioritas yang tidak terlalu penting (prioritas sangat rendah). Berikut ini adalah posisi setiap atribut pada diagram kartisius :

1. Posisi Concentrate Here (Kuadran A)

Jika atribut pada dimensi layanan berada di kuadran ini maka tingkat harapan pelanggan terhadap atribut atau dimensi layanan tinggi, namun tingkat kepuasan yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan ini rendah maka akan menimbulkan sesuatu masalah karena rata-rata dari atribut tingkat harapan dan juga kepuasan saling berlawanan, sehingga pada kuadran ini merupakan prioritas pertama untuk diperbaiki. Atribut yang berada dalam kuadran ini adalah :

1. Fisik bus yang bersih dan menarik (A_1)
2. Kebersihan ruang tunggu di pool bus (A_7)
3. Ketepatan waktu pemberangkatan (A_9)
4. Ketepatan waktu tiba saat jalan normal (A_{10})
5. Kesesuaian jadwal tiba di rest area pada saat jam makan malam (A_{11})

2. Posisi *Keep up the Good Work* (Kuadran B)

Pada atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran B ini menunjukkan bahwa tingkat harapan pelanggan yang tinggi tetapi tingkat kepuasan

pelanggan juga tinggi sehingga atribut pada kuadran B ini dianggap harus dipertahankan kinerjanya oleh perusahaan. Atribut-atribut yang berada di kuadran ini adalah :

1. Panel AC yang masih berfungsi dengan baik (A_3)
 2. Kebersihan toilet bus (A_4)
 3. Menaikan penumpang ditempat yang di tentukan.(terminal, agen, *pool*) (A_8)
 4. Karyawan selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan (A_{12})
 5. Kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan (A_{13})
 6. Ketepatan karyawan dalam menentukan informasi jurusan bus (A_{14})
 7. Kontak telpon yang mudah dihubungi (A_{15})
 8. Keahlian sopir dalam mengendalikan bus (A_{17})
3. Posisi *Low Priority* (Kuadran C)

Atribut yang berada pada kuadran C ini menunjukkan bahwa tingkat harapan pelanggan yang rendah tetapi tingkat kinerja yang diberikan oleh perusahaan juga rendah sehingga atribut pada kuadran ini mendapat prioritas rendah untuk diperbaiki. atribut-atribut yang berada dalam kuadran ini adalah :

1. Kebersihan dan keharuman bus (A_2)
 2. Penampilan karyawan yang rapi (A_5)
 3. Pencahayaan yang memadai saat berada didalam bus (A_6)
 4. Kenyamanan saat berada didalam bus (A_{18})
 5. Keramahan karyawan (A_{19})
 6. Terjalin komunikasi yang baik antara petugas dan pelanggan (A_{21})
4. Posisi *Possible Overkill* (Kuadran D)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada posisi ini menunjukkan bahwa harapan pelanggan rendah tetapi kinerja yang diberikan terhadap pelanggan tinggi. Hal ini terjadi karena perusahaan memberikan layanan yang berlebihan terhadap hal ini, sehingga lebih baik perusahaan harus mengurangi aktivitas atau menghemat sumberdaya untuk atribut ini.

1. Keamanan barang didalam bus (A_{16})
2. Perlakuan khusus bagi penumpang khusus (lansia, wanita hamil, penyandang disabilitas) (A_{20})

Pada diagram *IPA*, yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan adalah semua yang berada pada kuadran A, maka perbaikan yang harus menjadi prioritas perbaikan perusahaan bus Safari Dharma Raya yaitu pada fisik bus yang bersih dan menarik, solusi yang diberikan pada masalah ini adalah lebih memperhatikan kebersihan fisik bus dan juga dengan cara melakukan peremajaan bus yang sudah mulai usang atau dengan cara mengecat ulang bus yang catnya sudah mulai kusam, kemudian yang kedua adalah kebersihan ruang tunggu di *pool* bus, untuk solusi masalah ini adalah dengan cara menambah petugas kebersihan pada *pool* bus dan juga menambahkan poster-poster larangan buang sampah sembarangan. Selanjutnya atribut lain yang masih berada pada kuadran A adalah ketepatan waktu pemberangkatan, ketepatan waktu tiba saat jalan normal, kemudian yang ketiga adalah kesesuaian waktu tiba di *rest area* pada jam makan malam, ketiga atribut ini disebabkan karena ketidak tepatan waktu pemberangkatan bus sehingga menimbulkan efek yang berkelanjutan oleh karena itu solusi yang baik untuk menghindari masalah keterlambatan ini adalah dengan cara memberikan informasi toleransi waktu keterlambatan kepada penumpang melalui agen-agen.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisa kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *Service Quality* dan *Important Performance Analysis* pada perusahaan Bus Safari Dharma Raya dengan trayek Yogyakarta-Bali maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan analisis *Servqual* dari seluruh atribut dapat kita ketahui bahwa para penumpang Bus Safari Dharma Raya trayek Yogyakarta–Bali ini belum merasa puas, karena kita ketahui dari hasil perhitungan rata-rata kinerja karyawan didapatkan nilai 3,982 dan nilai kepentingan pelanggan berada pada nilai rata-rata 4,476 sehingga dihasilkan nilai *gap* yaitu -0,493 karena nilai *gap* negatif maka hal ini menunjukkan bahwa para penumpang Bus Safari Dharma Raya belum merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan dari perusahaan.
2. Atribut-atribut yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan yaitu semua atribut yang berada pada kuadran A, atribut-atribut tersebut adalah :
 1. Fisik bus yang bersih dan menarik (A_1)
 2. Kebersihan ruang tunggu di pool bus (A_7)
 3. Ketepatan waktu pemberangkatan (A_9)
 4. Ketepatan waktu tiba saat jalan normal (A_{10})
 5. Kesesuaian jadwal tiba di rest area pada saat jam makan malam (A_{11})

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan maka saran-saran yang diberikan penulis untuk Perusahaan Bus Safari Dharma Raya adalah :

1. Berdasarkan penelitian karena para penumpang Bus Safari Dharma Raya kurang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan maka hal yang perlu dilakukan adalah memperbaiki atribut-atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki karena jika tidak segera memperbaiki maka perusahaan dikhawatirkan tidak akan bisa bersaing untuk trayek yogyakarta-Bali.
2. Untuk memperbaiki atribut atribut yang menjadi prioritas utama perusahaan harus segera melakukan pembenahan yaitu :
 1. Lebih memperhatikan kebersihan fisik bus dan juga melakukan peremajaan bus yang sudah mulai usang atau dengan cara mengecat ulang bus yang catnya sudah mulai kusam
 2. Segera menambah petugas kebersihan pada *pool* bus dan juga menambahkan poster-poster larangan buang sampah sembarangan untuk lebih menjaga kebersihan di *pool* bus.
 3. memberikan informasi toleransi waktu keterlambatan kepada penumpang melalui agen-agen untuk mencegah keterlambatan pemberangkatan bus.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, M. R., & Sulaksono, J. (2013). Penerapan Fuzzy Multiple Criteria Decision Making (FMDC) untuk mengevaluasi kualitas layanan. *Jurnal InFestasi*, IX, 161-168.
- Direktorat Jendral Perhubungan Darat Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. (2018, Februari 17). Diambil kembali dari Direktorat Jendral Perhubungan Darat Kementerian Perhubungan Republik Indonesia : <http://hubdat.dephub.go.id/>
- Dirgantara, H., & Sambodo, A. T. (2015). Penerapan Model Importance Performance Analysis Dalam Studi Kasus Analisis Kepuasan Konsumen bhinneka.com.
- Eriyanto. (2007). *Teknik Sampling : Analisis Opini Publik*. Yogyakarta: LKIS.
- Iriandini, A. P., Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan pelanggan (Survey pada PT. Gemilang Libra Logistics, Kota Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23, 2.
- Iskandar, P., & Wijaksana, T. I. (2015). Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Transportasi PT Tara Megah Mulia Utama (Taksi gemah Ripah) Di Kota Bandung. *e-Proceeding Of Management*, 2.
- Napitupulu, P. (2007). *Pelayanan Publik dan Customer Satisfaction*. Bandung: Alumni.
- Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero). *Jurnal Teknik Industri*, IX, 1-10.
- Palero, A., & Widiyanesti, S. (2017). analisis kualitas jasa Day Trans Executive Shuttle Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Method. *e-Proceeding of Management*, 275-280.
- Pratama, Y. (2014). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PO. Rosalia Indah Di Palur Karanganyar Dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal teknik industri*, VI(12).

- Sari, D. P., & Hermawan, A. (2014). Upaya Perbaikan Kualitas Layanan Pada Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Muhammadiyah Roemani Dengan Menggunakan Metode SERVQUAL dan TRIZ. *Jurnal TI UNDIP*, VII(2).
- Sianipar, O. P., Deoranto, P., & Dania, W. a. (2013). Analisis Pengaruh Kualitsa Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Servqual (Studi Kasus Nest coffee, Jombang) . *Jurnal Analisis Bisnis Dan Ekonomi*.
- Siboro, S., & Millanyani, h. (2014). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Sentra Anugrah Motor. *jurnal Studi manajemen Bisnis Teknologi*.
- Somantri, A., & Muhidin, S. A. (2006). *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Srinadi, N. P. (2016). Analisis SWOT sebagai Dasar Menentukan Strategi Pemasaran Kompetitif Studi Kasus Di Usaha Jasa Dekorasi X. *SENTIKA 2016*.
- Subagio, H., & Saputra, R. (2012). Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction Dan Image Terhadap Customer Loyalty (Studi Kasus Garuda Indonesia). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7, 3.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food, Dan Price Terhadap kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1, 1-10.
- Suhendra, A., & Prasetyanto, D. (2016). Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance Performance Analysis. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 2.
- Syamsudin, N. (2014). Pennerapan Analisis SWOT Dalam Penjualan daihatsu Luxio Di Malang. *Jurnal Intekna*, XIV(2), 102-209.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, Quality, And Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas jasa*. Jakarta Barat: PT. Indeks.
- Winarno, H., & Absor, T. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (SERVQUAL) Dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada PT.Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Logistik*, 1(2).
- Yuriansyah, A. L. (2013). Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Management Analysis Journal. *Jurnal Analisis Manajemen*, II.

LAMPIRAN

1. Kuesioner

KUESIONER

KEPUASAN DAN KEPENTINGAN PENUMPANG BUS MALAM PO SAFARI DHARMA RAYA TRAYEK YOGYAKARTA-DENPASAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bapak/Ibu yang saya hormati,

Saya mahasiswa Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia. Dalam ini saya sedang mengadakan penelitian Tugas Akhir. Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan kepentingan penumpang bus malam PO Safari Dharma Raya dengan memberi tanda (\surd). Hasil kuesioner ini tidak untuk di publikasikan, melainkan untuk kepentingan penelitian semata.

Atas bantuan, kesediaan waktu dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

BAGIAN I

Petunjuk pengisian :

Isi dan berilah tanda silang (**X**) pada jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda.

1. Nama / inisial :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia :
4. Pekerjaan : Pelajar Mahasiswa/i Karyawan Wiraswasta
 Lain-lain:

BAGIAN II

Petunjuk pengisian :

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda.

Keterangan :

Skala Kepuasan/Kenyataan

1 = Sangat Tidak Puas

2 = Tidak Puasa

3 = Cukup

4 = Puasa

5 = Sangat Puas

Skala Kepentingan/Harapan

1 = Sangat Tidak Penting

2 = Tidak Penting

3 = Cukup

4 = Penting

5 = Sangat Penting

Semakin besar angka yang Anda pilih, semakin anda setuju terhadap pernyataan tersebut.

No	`Kenyaatan					Pernyataan	Harapan				
						Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti fisik)					
1	1	2	3	4	5	Fisik bus yang bersih dan juga menarik	1	2	3	4	5
2	1	2	3	4	5	Kebersihan dan keharuman ruangan bus	1	2	3	4	5
3	1	2	3	4	5	Kebersihan toilet bus	1	2	3	4	5
4	1	2	3	4	5	Panel AC yang masih berfungsi dengan baik	1	2	3	4	5
5	1	2	3	4	5	Pencahayaan yang memadahi saat berada didalam bus	1	2	3	4	5
6	1	2	3	4	5	Penampilan karyawan yang rapi	1	2	3	4	5
7	1	2	3	4	5	Kebersihan ruang tunggu di pool bus	1	2	3	4	5
						Dimensi <i>Reliability</i> (Kehandalan)					
8	1	2	3	4	5	Bus menaikkan penumpang di tempat yang ditentukan (terminal, agen, pool)	1	2	3	4	5
9	1	2	3	4	5	Ketepatan waktu pemberangkatan	1	2	3	4	5
10	1	2	3	4	5	Ketepatan waktu kedatangan	1	2	3	4	5

						ketika kondisi jalan normal						
11	1	2	3	4	5	Kesesuaian jadwal berhenti di rest area dengan jam makan malam	1	2	3	4	5	
						Dimensi Responsiveness (Daya tanggap)						
12	1	2	3	4	5	Kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan penumpang	1	2	3	4	5	
13	1	2	3	4	5	Karyawan selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan	1	2	3	4	5	
14	1	2	3	4	5	Ketepatan karyawan dalam menentukan informasi jurusan bus	1	2	3	4	5	
						Dimensi Assurance (Jaminan)						
15	1	2	3	4	5	Keamanan barang di dalam bus	1	2	3	4	5	
16	1	2	3	4	5	Kontak telpon yang mudah dihubungi	1	2	3	4	5	
17	1	2	3	4	5	Keahlian sopir dalam mengendalikan bus	1	2	3	4	5	
18	1	2	3	4	5	Kenyamanan saat berada didalam bus	1	2	3	4	5	
						Dimensi Empathy (Empati)						
19	1	2	3	4	5	Keramahan karyawan	1	2	3	4	5	
20	1	2	3	4	5	Perlakuan khusus bagi penumpang yang membutuhkan (lansia, wanita hamil, penyandang disabilitas)	1	2	3	4	5	
21	1	2	3	4	5	Terjalin komunikasi yang baik antara petugas dan pelanggan	1	2	3	4	5	

22	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	5	5	5	3	2	5	2
23	3	1	1	1	3	3	3	1	3	4	3	1	1	4	3	3	4	3	3	3	3
24	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
27	3	3	4	5	3	5	3	5	3	3	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4
28	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	1	1	3	5	4	5	4	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	3	1	1	5	5	5	5	5	5	5
30	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2
31	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4
32	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	5	5	4	5	5	1	1	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
35	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3
36	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4
37	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	3	5	3	3	3	3	3	5	3	4	2	3	4	4	4	5	4	3	2	3	3
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
45	3	2	5	3	3	4	4	3	1	1	1	5	3	3	5	5	3	5	5	5	3
46	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4
47	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
48	5	5	3	3	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	3	3	4

49	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	2	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	
50	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
51	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	5	3	5	5	3	5	3	4	5	4	
52	4	3	3	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	3	4	5	5	3	
53	4	4	3	3	3	3	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	
54	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	
55	3	3	5	4	3	3	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	
56	5	5	5	4	4	3	3	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	
57	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	5	4	3	4	3	4	4	4	
58	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	
59	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
60	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
61	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	5	5	5	3	2	5	2	
62	3	5	5	5	3	3	3	5	3	4	3	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3	
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	
65	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	
66	2	5	3	2	3	3	2	4	2	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	
67	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	
68	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
69	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	
70	1	3	5	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	3	4	4	
71	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
72	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	

b. Harapan penumpang

	H ₁	H ₂	H ₃	H ₄	H ₅	H ₆	H ₇	H ₈	H ₉	H ₁₀	H ₁₁	H ₁₂	H ₁₃	H ₁₄	H ₁₅	H ₁₆	H ₁₇	H ₁₈	H ₁₉	H ₂₀	H ₂₁	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
8	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5
10	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4
11	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
14	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
15	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
21	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
23	5	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	4	1	1	5	1	1	1	1	1

24	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	5
25	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4
27	5	3	4	5	3	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4
31	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
33	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5
34	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
37	5	5	5	5	3	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	4
38	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4
39	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4
40	3	5	3	3	3	3	3	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3
41	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	2	5	4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5
46	3	3	5	5	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	4	3	3	3	3	4	5
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	3	3
49	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
50	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5

51	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
52	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5
53	5	3	3	4	3	4	3	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4
55	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	4	4	4	3	4	4	3
58	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4
60	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
62	4	5	5	5	1	1	1	5	5	4	4	5	5	4	5	1	5	1	1	5	1
63	5	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	5
64	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4
67	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
71	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5
72	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5