



**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN PADA TRANS PAKUAN KOTA BOGOR**

Skripsi

Dibuat oleh
Dendy Wahyudi
021113527

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR**

AGUSTUS 2017

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN PADA TRANS PAKUAN KOTA BOGOR**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan
Bogor

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi,



(Dr. Hendro Sasongko, M.M., SE., Ak., CA.)

Ketua Program Studi,

(Herdiyana, SE., MM.)

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN PADA TRANS PAKUAN KOTA BOGOR**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari : Sabtu, Tanggal: 5 Agustus 2017

Dendy Wahyudi
021113527

Menyetujui,

Dosen Penilai,



(Ferdisar Adrian, SE., MM)

Ketua Komisi Pembimbing

Anggota Komisi Pembimbing



(Dr. Hari Mubandani, SE.,MM.)



(Yuany Farradin, Ir., M.Sc.)

ABSTRAK

Dendy Wahyudi, NPM 021113527. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Dengan Judul "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Trans Pakuan Kota Bogor". Dibawah bimbingan Ketua Komisi Pembimbing Bapak Dr. Hari Muharam, SE., MM dan anggota Komisi Pembimbing Ibu Yuany Farradia, Ir., M.Sc. Tahun 2017.

Latar belakang penelitian ini adalah bagaimana kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan) ini masih belum optimal sehingga menyebabkan pengguna bus mengalami penurunan.

Penelitian ini ditunjukan untuk menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Trans Pakuan Kota Bogor dengan jenis penelitian kuantitatif korelasional menggunakan data primer dan sekunder, dengan metode wawancara, observasi dan kuesioner dibagikan kepada 242 responden dengan menggunakan metode slovin. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien korelasi *pearson product moment*, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis korelasi diolah dengan menggunakan program SPSS 21.

Hasil analisis koefisien korelasi *pearson product moment* diperoleh $r = 0.641$. Artinya, hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Trans Pakuan Kota Bogor, mempunyai hubungan kuat. Hasil analisis koefisien determinasi diperoleh $KD = 41.08\%$. Artinya kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 41.08 dan untuk hasil uji hipotesis korelasi diperoleh $t_{hitung}(13,5330) > t_{tabel} (1,6512)$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya terdapat hubungan yang positif dan nyata antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, dengan judul skripsi yaitu : **"HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN PADA TRANS PAKUAN KOTA BOGOR"**.

Dengan terselesaikannya skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kelemahan serta kekurangan baik dari segi isi maupun cara pengungkapan dan penyajian ke dalam bentuk tulisan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak demi terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan sehingga selesainya penyusunan skripsi ini kepada :

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
2. Bapak Herdiyana, SE., MM., selaku Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
3. Ibu Tutus Rully, SE., MM., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Bapak Dr. Hari Muharam, SE., MM., dan Ibu Yuany Farradia, Ir., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing dan Co Pembimbing yang penuh dengan kesabaran dan ketulusan hati memberikan bimbingan, petunjuk dan pengarahan bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ferdisar Adrian, SE., MM, selaku Dosen penguji seminar proposal penelitian dan sidang skripsi.
6. Ibu Nancy Yusnita, SE., MM., selaku Dosen Wali dan koordinator seminar yang selalu mendampingi dan mengarahkan.
7. Bapak dan Ibu Dosen jurusan Manajemen yang telah membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
8. Seluruh Dosen di Program Studi Manajemen Universitas Pakuan yang telah memberikan banyak ilmu dan pengajarannya yang bermanfaat.
9. Seluruh Staff Tata Usaha, Perpustakaan dan seluruh karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan yang telah membantu keperluan saya pada saat menyusun skripsi ini.
10. Seluruh Staff Manajemen PD. Jasa Transportasi Kota Bogor yang telah memberikan izin untuk mengambil data, serta membantu dan mengarahkan sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik dan benar.

11. Pelanggan Trans Pakuan yang telah meluangkan waktu untuk membantu pelaksanaan penelitian.
12. Kedua Orang tua yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan motivasi dengan sangat antusias demi dapat terselesaikannya laporan ini.
13. Kedua Kakak Rika Amalia dan Agung Maulana Saputra yang telah mensupport segalanya selama ini.
14. Seluruh teman kelas M & N dan Konsentrasi Manajemen Pemasaran yang telah berbagi ilmu, nasihat dan dukungannya selama ini.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya yang akan ataupun tengah mengadakan tinjauan terhadap masalah yang sama. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bogor, 14 Juni 2017

(Dendy Wahyudi)

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi & Perumusan Masalah	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran, Fungsi Pemasaran dan Konsep Pemasaran	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Bauran Pemasaran dan Unsur-unsur Bauran Pemasaran	12
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	12
2.2.2 Unsur-unsur Bauran Pemasaran.....	13
2.3 Jasa & Karakteristik Jasa.....	15
2.3.1 Pengertian Jasa.....	15
2.3.2 Karakteristik Jasa.....	15
2.3.3 Transportasi.....	17
2.3.4 Transportasi Bus	17
2.4 Kualitas & Kualitas Pelayanan.....	18
2.4.1 Pengertian Kualitas	18
2.4.2 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	19
2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan & Kepuasan Pelanggan.....	20
2.5.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	20
2.5.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan	21

2.6	Model Gap (Kesenjangan).....	23
2.7	Faktor Kepuasan Pelanggan & Mengukur Kepuasan Pelanggan..	24
2.7.1	Faktor Kepuasan Pelanggan.....	24
2.7.2	Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	26
2.9	Kerangka Pemikiran & Hipotesis Penelitian.....	30
2.9.1	Kerangka Pemikiran.....	30
2.9.2	Hipotesis penelitian.....	30
2.9.2	Hipotesis penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	33
3.2	Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian.....	33
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian.....	33
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	33
3.5	Metode Penarikan Sampel.....	35
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	35
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
3.7.1	Uji Validitas.....	37
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	37
3.8	Metode Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN		
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	43
4.1.1	Sejarah dan Perkembangan Trans Pakuan.....	43
4.1.2	Struktur Organisasi PD.Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan).....	44
4.2	Profil Responden.....	46
4.3	Pembahasan.....	49
4.3.1	Kualitas Pelayanan Pada Trans Pakuan.....	49
4.3.2	Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Trans Pakuan	62
4.4	Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Trans Pakuan.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA		
JADWAL PENELITIAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Penumpang Periode Tahun 2015 – 2016	3
Tabel 1.2	Tabel Tingkat Kinerja Pada Indikator (50 Responden)	5
Tabel 1.3	Tabel Tingkat Harapan Pada Indikator (50 Responden)	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu yang Relevan	29
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 3.2	Skala Likert	36
Tabel 3.3	Reliability Statistics	38
Tabel 3.4	Uji Validitas & Reliabilitas Kualitas Pelayanan	38
Tabel 3.5	Reliability Statistics	39
Tabel 3.7	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas	40
Tabel 3.8	Interval Koefisien korelasi	42
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.2	Usia Responden	47
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.4	Pendapatan Responden	48
Tabel 4.5	Penilaian Responden Terhadap Halte/Shelter yang Bersih dan Nyaman	49
Tabel 4.6	Penilaian Responden Terhadap Kondisi/Peralatan Sarana Penunjang Halte/Shelter Trans Pakuan yang Bersih dan Nyaman	50
Tabel 4.7	Penilaian Responden Terhadap Kondisi dan Kelengkapan Armada Bus yang Beroperasi	51
Tabel 4.8	Penilaian responden Terhadap Penampilan Pegawai PDJT Kota Bogor di Halte/Shelter yang Rapi	51
Tabel 4.9	Penilaian Responden Terhadap Jadwal Keberangkatan Bus Dengan Tepat Waktu	52
Tabel 4.10	Penilaian Responden Terhadap Pelayanan yang Diberikan Oleh Pegawai Cepat dan Tepat	53
Tabel 4.11	Penilaian Responden Terhadap Pegawai PDJT Kota Bogor Memberikan Pelayanan yang Ramah Serta Selalu Siap Menolong	53
Tabel 4.12	Penilaian Responden Terhadap Pegawai Memberikan Perhatian yang Sungguh-Sungguh Terhadap Pelanggan yang Mendapat Masalah	54

Tabel 4.13	Penilaian Responden Terhadap Pegawai Menyampaikan Informasi yang Akurat	55
Tabel 4.14	Penilaian Responden Terhadap Pegawai Menawarkan Bantuan yang Dapat Diberikan Tanpa Dimintai Oleh Pelanggan.....	55
Tabel 4.15	Penilaian Responden Terhadap Ketanggapan Pegawai Memecahkan Masalah yang Timbul.....	56
Tabel 4.16	Penilaian Responden Terhadap Keramahan Pegawai Pada Saat Berkomunikasi Dengan Pelanggan	57
Tabel 4.17	Penilaian Responden Terhadap Pegawai Mengerti dan Memahami Tentang Persoalan Seputar Trans Pakuan yang Ditanyakan Pelanggan.....	57
Tabel 4.18	Penilaian Responden Terhadap PDJT Kota Bogor Membuat Pelanggan Merasa Aman Saat Menggunakan Jasa Layanan Perusahaan	58
Tabel 4.19	Penilaian Responden Terhadap Bertanggung Jawab Terhadap Keamanan dan Kenyamanan Penumpang.....	58
Tabel 4.20	Penilaian Responden Terhadap Pegawai Memberikan Perhatian Terhadap Pelanggan Dengan Cara Memperingati	59
Tabel 4.21	Penilaian Responden Terhadap Pada Saat Melayani Pelanggan Pegawai Memahami Keperluan Pelanggan.....	59
Tabel 4.22	Penilaian Responden Terhadap Perhatian Pihak PDJT Secara Individu Kepada Pelanggan	60
Tabel 4.23	Analisis Hasil Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan.....	62
Tabel 4.25	Penilaian Responden Terhadap Kinerja Trans Pakuan yang Sesuai Misi.....	63
Tabel 4.26	Penilaian Responden Terhadap Kinerja Layanan yang Diberikan Oleh Trans Pakuan.....	63
Tabel 4.27	Penilaian Responden Terhadap Kinerja Pegawai yang memberikan Layanan Dengan Profesional	64
Tabel 4.28	Penilaian Responden Terhadap Kinerja Pegawai yang Mengemudikan Bus Dengan Teliti dan Hati-hati	65
Tabel 4.29	Penilaian Responden Terhadap Kinerja Pegawai yang Mampu Berkomunikasi Dengan Baik Kepada Pelanggan	65
Tabel 4.30	Penilaian Responden Terhadap Kinerja Trans Pakuan Memberikan Pelayanan Sesuai Waktu Operasi Jadwal Bus Dengan Tepat Waktu	66
Tabel 4.31	Penilaian Responden Terhadap Layanan yang Diberikan Pegawai Sesuai Dengan Standar Perusahaan.....	66

Tabel 4.32	Penilaian Responden Terhadap Kesungguhan Kinerja Pihak Manajemen yang Merespon Saran dan Keluhan Pelanggan.....	67
Tabel 4.33	Penilaian Responden Terhadap Kinerja Trans Pakuan yang Dapat Dipercaya Sebagai Penyedia Layanan Transportasi yang Baik Terhadap Pelanggan.....	68
Tabel 4.34	Penilaian Responden Terhadap Layanan Trans Pakuan Telah Sesuai Dengan Harapan Pelanggan.....	69
Tabel 4.35	Penilaian Responden Terhadap Harapan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Trans Pakuan Terpenuhi.....	69
Tabel 4.36	Penilaian Responden Terhadap Menyediakan Jasa Pada Waktu yang Dijanjikan Sesuai Dengan Harapan.....	70
Tabel 4.37	Penilaian Responden Terhadap Menyelesaikan masalah keluhan sesuai dengan harapan pelanggan.....	71
Tabel 4.38	Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Trans Pakuan Sesuai Dengan Harapan.....	71
Tabel 4.39	Penilaian Responden Terhadap Kemudahan Akses Menuju Halte/Shelter yang Sesuai Dengan Harapan Pelanggan.....	72
Tabel 4.40	Penilaian Responden Terhadap Ketengkapan Peralatan Teknologi yang Digunakan Untuk Melayani Telah Sesuai Dengan Harapan Pelanggan.....	73
Tabel 4.41	Penilaian Responden Terhadap Perjalanan Menuju Tempat Tujuan yang Aman Selama Perjalanan Sesuai Dengan Harapan Pelanggan.....	73
Tabel 4.42	Penilaian Responden Terhadap Harga Tiket yang Ditetapkan Telah Sesuai Dengan Harapan Pelanggan terhadap Kondisi Bus dan Layanan Trans Pakuan.....	74
Tabel 4.43	Penilaian Responden Terhadap Bus Trans Pakuan yang Nyaman Telah Memenuhi Harapan Pelanggan.....	75
Tabel 4.44	Hasil Analisis Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan.....	76
Tabel 4.45	Korelasi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Analisis Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i>	77
Tabel 4.46	Nilai Interval Koefisien.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Penumpang Trans Pakuan.....	4
Gambar 1.2 Grafik Jumlah Penumpang Trans Pakuan.....	4
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	22
Gambar 2.2 Model gap/kesenjangan.....	23
Gambar 2.4 Konstelasi Penelitian.....	32
Gambar 3.1 Kurva Pengujian Hipotesis Koefisien Korelasi.....	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PD Jasa Transportasi Kota Bogor.....	45
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	47
Gambar 4.3 Usia Responden.....	47
Gambar 4.4 Pekerjaan Responden.....	48
Gambar 4.5 Pendapatan Responden.....	49
Gambar 4.6 Histogram Kualitas Pelayanan.....	62
Gambar 4.7 Histogram Kepuasan Pelanggan.....	76
Gambar 4.8 Kurva Uji Hipotesis.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2** : Jawaban Hasil Kuesioner Untuk Pernyataan Variabel Independen Kualitas Pelayanan (X)
- Lampiran 3** : Jawaban Hasil Kuesioner Untuk Pernyataan Variabel Dependen Kepuasan Pelanggan (Y)
- Lampiran 4** : Jadwal Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sarana transportasi merupakan salah satu sarana perhubungan yang sangat penting dalam segala hal aktivitas manusia. Semakin berkembang sarana transportasi semakin mudah terjalin hubungan antar manusia. Abbas Salim (2013:6) mendefinisikan transportasi sebagai dasar untuk pembangunan ekonomi dan perkembangan masyarakat serta pertumbuhan industrialisasi. Dengan adanya transportasi menyebabkan adanya spesialisasi atau pembagian pekerjaan menurut keahlian sesuai dengan budaya, adat-istiadat dan budaya suatu bangsa atau daerah. Perkembangan zaman yang semakin maju saat ini, menimbulkan pertumbuhan teknologi, bisnis dan sistem perekonomian yang begitu pesat.

Pembangunan ekonomi membutuhkan jasa yang cukup serta memadai. Tanpa adanya transportasi sebagai sarana penunjang tidak dapat diharapkan tercapainya hasil yang memuaskan dalam usaha pengembangan ekonomi suatu negara. Alat transportasi umumnya adalah untuk memperlancar kegiatan masyarakat untuk beraktivitas. Sedangkan alat transportasi dibedakan menjadi tiga yaitu alat transportasi darat, laut dan udara.

Transportasi adalah bagian yang berperan penting dan sangat diperlukan dalam kehidupan, karena memberikan sumbangsih terhadap perkembangan masyarakat dalam aspek ekonomi, sosial, budaya serta aspek kehidupan masyarakat lainnya. Selain itu, adapun tujuan yang bersifat non ekonomis, yaitu untuk meningkatkan integritas bangsa, meningkatkan ketahanan, dan pertahanan nasional (Abbas Salim, 2013:2). Jasa transportasi pada saat ini merupakan suatu sarana yang tidak dapat dipisahkan oleh masyarakat pada kehidupan sehari-hari.

Tingginya tingkat kemacetan yang sering terjadi di kota-kota besar di Indonesia seperti DKI Jakarta, Bandung, Surabaya, Depok, Tangerang, Bekasi, Bogor dan kota lainnya, membuat kemacetan khususnya pada waktu-waktu tertentu seperti jam pulang kerja, hari libur dan pada saat hari raya, untuk mengendalikan kemacetan tersebut di beberapa kota-kota besar mulai diterapkan sistem Bus Rapid Transit (BRT) selain itu, pemerintah daerah juga harus mendorong masyarakat untuk menggunakan sarana jasa transportasi umum. Pilihan utama jasa transportasi umum yang dapat digunakan untuk menghindari kemacetan salah satunya adalah jasa transportasi bus yang berkapasitas besar.

Transportasi umum yang ada di Kota Bogor terdiri dari alat transportasi yang dapat mengangkut banyak orang seperti Angkutan Kota (Angkot) dan Bus. Bus Trans Pakuan merupakan salah satu alat transportasi umum yang hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, dengan melihat semakin meningkatnya aktivitas masyarakat di wilayah Kota Bogor.

Bus Trans Pakuan adalah Bus Rapid Transit (BRT) di Kota Bogor yang dikelola oleh Perusahaan Daerah Jasa Transportasi Kota Bogor dan diresmikan pada tanggal 3 Juni 2007. Bus ini juga diharapkan akan mengurangi jumlah angkot dan solusi kemacetan di Kota Bogor. Total terdapat 30 buah bus yang dihibahkan oleh Dirjen Perhubungan Darat dan pengoperasiannya dilakukan oleh PD, Jasa Transportasi Kota Bogor, Sumber (www.pdit.kotabogor.go.id).

BusTrans Pakuan ini adalah sebuah upaya Pemerintah Kota Bogor untuk meningkatkan pelayanan publik khususnya pada sektor transportasi darat di kawasan perkotaan dengan berbasis menggantikan sistem setoran menjadi sistem pembelian pelayanan. Menurut Vargo & Lusch dikutip dalam Tjiptono (2008:11), jasa/layanan diberikan melalui kombinasi kompleks antara barang, uang, dan institusi, karenanya basis layanan dalam setiap pertukaran tidak selalu setara.

Pelayanan yang bermutu merupakan salah satu cara tepat bagi perusahaan agar dapat bersaing dengan perusahaan yang lainnya. Dengan memberikan pelayanan bermutu, maka diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Tingkat mutu pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan, tetapi harus dipandang dari sudut pelanggan.

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2009:182) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*). Dengan kualitas pelayanan yang baik akan membantu perusahaan dalam mencapai tujuan dengan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan mengacu pada lima dimensi kualitas pelayanan antara lain bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*).

Dalam hal ini, perusahaan yang memenuhi standar mutu pelayanan, sedangkan yang menilai adalah pelanggan. Oleh karena itu, dalam merumuskan strategi pemasaran, harus berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

Menurut Kotler (2011:2) dikutip dalam Tony Wijaya menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari pandangan terhadap kinerja produk atau jasa dan harapan konsumen. Sedangkan menurut Suptianto & Ernawati (2010:303) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau puas bahwa produk atau jasa yang diterima telah sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa karena dalam hal ini pelanggan memegang peranan penting dalam mengukur kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Trans Pakuan.

Selama masa operasionalnya dari tahun 2007 hingga sekarang, antusiasme masyarakat Kota Bogor terhadap Trans Pakuan saat ini tidak lagi tampak seperti pada masa awal Trans Pakuan beroperasi. Dari hasil pengamatan pra-penelitian, banyak bus Trans Pakuan yang kondisinya tampak tidak terawat.

Pendingin udara (AC) bus banyak yang tidak berfungsi, kursi yang rusak dan pintu bus yang macet. Pada tahun 2015, Jumlah penumpang setiap bulannya masih tergolong besar namun memasuki tahun 2016 Trans Pakuan mengalami jumlah penurunan penumpang. Hal itu dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 1.1
Data Jumlah Penumpang Periode Tahun 2015 - 2016

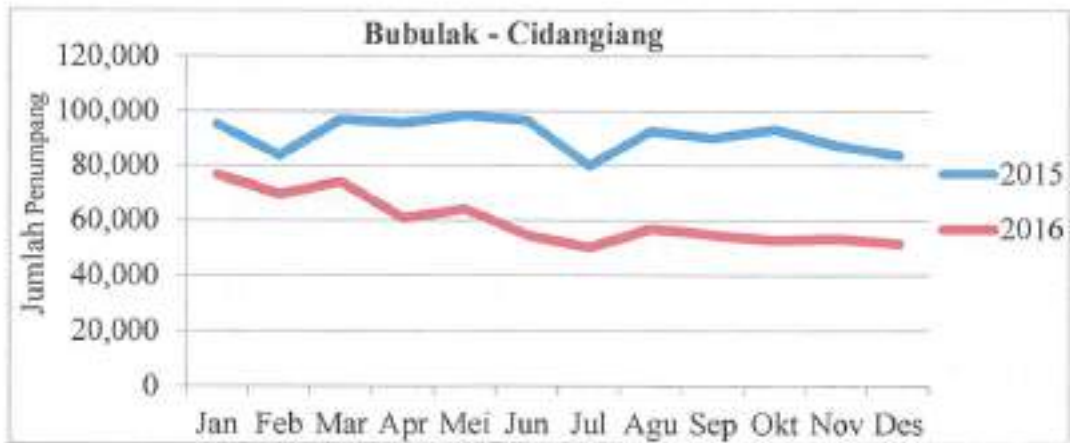
Bulan	Target	Bubulak			Target	Bellanova		
		2015	2016	Persentase		2015	2016	Persentase
Jan	155.000	95.247	76.785	-24	44.640	33.569	22.585	-48,6
Feb	140.000	83.835	69.642	-20,3	40.320	27.010	20.276	-33,2
Mar	155.000	97.064	74.032	-31,1	44.640	35.957	21.918	-64
Apr	150.000	95.600	60.826	-57,1	43.200	34.322	21.091	-62,7
Mei	155.000	98.568	64.115	-53,7	44.640	33.917	23.845	-42,2
Jun	150.000	96.630	54.628	-76,8	43.200	32.619	26.932	-21,1
Jul	155.000	80.162	50.241	-59,5	44.640	28.267	19.595	-44,2
Agu	155.000	92.670	56.919	-62,8	44.640	28.984	20.024	-44,7
Sep	150.000	90.281	54.882	-64,3	43.200	28.062	21.646	-29,6
Okt	155.000	93.414	52.876	-76,6	44.640	28.160	18.233	-54,4
Nov	150.000	87.545	53.472	-63,7	43.200	24.966	19.768	-26,2
Des	155.000	84.036	51.508	-63,1	44.640	25.387	22.461	-13
Jml	1.825.000	1.095.052	719.926	-52,1	525.600	361.220	258.374	-39,8
Rata2	152.083	91.254	59.993	-54,4	43.800	30.101	28.687	-40,3

Sumber data : PD. Jasa Transportasi Kota Bogor, 2017 (Diolah Peneliti)

Mencermati Fenomena dari Tabel 1.1 dapat dilihat presentase jumlah penumpang bahwasepanjang tahun 2016 rute Bubulak – Cidangiang mengalami jumlah penurunan penumpang dengan rata-rata setiap bulannya sebesar -54,4% dengan penurunan jumlah penumpang terbesar terjadi pada bulan Juni yaitu sebesar -76,8%, sedangkan rute Cidangiang – Bellanova mengalami penurunan jumlah penumpang dengan rata-rata setiap bulannya adalah sebesar -40,3% dengan penurunan jumlah penumpang terbesar terjadi pada bulan maret yaitu sebesar -64%.

Dilihat dari kedua rute yang beroperasi, Rute Bubulak mengalami angka penurunan yakni sebesar -52,1 persen pada tahun 2016 sedangkan rute Bellanova mengalami angka penurunan yakni sebesar -39,8 persen pada tahun 2016.

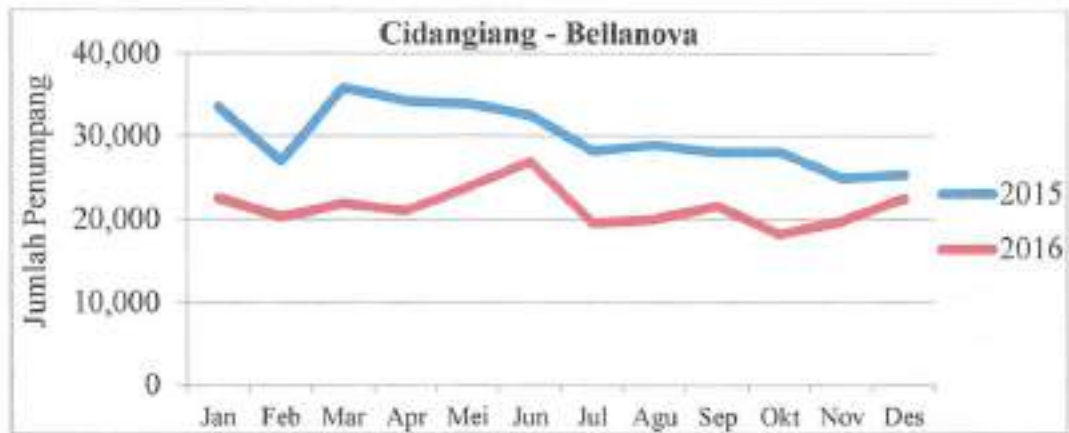
Dalam hal ini, penulis sajikan diagram garis untuk memperjelas permasalahan yang terjadi berikut ini :



Sumber data: PD. Jasa Transportasi Kota Bogor, 2017 (Diolah Peneliti)

Gambar 1.1

Grafik Jumlah Penumpang Trans Pakuan



Sumber data : PD. Jasa Transportasi Kota Bogor, 2017 (Diolah Peneliti)

Gambar 1.2

Grafik Jumlah Penumpang Trans Pakuan

Berdasarkan gambar 1.1 dan gambar 1.2 jumlah penumpang Trans Pakuan selama tahun 2015 – 2016 tidak mengalami kenaikan, grafik menunjukkan tidak mengalami fluktuasi dan sepanjang tahun 2016 telah terjadi penurunan jumlah penumpang yang cukup signifikan. Menurunnya jumlah pengguna bus Trans Pakuan disepanjang tahun 2016 yang terus menerus harus diikuti dengan sejumlah perbaikan layanan yang masih belum dilakukan perusahaan dengan optimal.

Penurunan jumlah penumpang diindikasikan oleh tidak tercapainya kepuasan pelanggan sehingga pelanggan memilih alat transportasi lain atau tidak melakukan *repurchase*, hal ini akan membuat pendapatan perusahaan dan citra Trans Pakuan

menurun. Dari hasil survei pra-penelitian yang dilakukan penulis terhadap pengguna bus Trans Pakuan setidaknya ada beberapa macam layanan yang harus diperbaiki,

Berikut adalah tabel hasil kuesioner prapenelitian kepada pengguna bus Trans Pakuan tahun 2017:

Tabel 1.2
Tabel Tingkat Kinerja Pada Indikator (50 Responden)

No	Keluhan	Kinerja					Jml	Skor
		SB /5	B/4	KB /3	TB /2	STB /1		
1	Tangibles (Penampilan fisik halte/shelter dan armada bus Trans Pakuan)	8	11	22	5	4	50	164
2	Reliability (Kemampuan melakukan pelayanan yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat)	6	9	18	14	3	50	151
3	Responsiveness (Kesediaan petugas membantu pengguna bus)	8	14	23	4	1	50	174
4	Assurance (Sopan santun, memiliki keterampilan melakukan pelayanan)	14	21	15	0	0	50	199
5	Emphaty (Memahami kebutuhan dan mendengarkan keluhan pelanggan)	6	12	19	13	0	50	161

Sumber : Data Prapenelitian Kuesioner Diolah, 2017

Tabel 1.3
Tabel Tingkat Harapan Pada Indikator (50 Responden)

No	Keluhan	Harapan					Jml	Skor
		SP/ 5	P/4	KP /3	TP/ 2	STP/ 1		
1	Tangibles (Penampilan fisik halte/shelter dan armada bus Trans Pakuan)	12	15	20	3	0	50	180
2	Reliability (Kemampuan melakukan pelayanan yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat)	4	15	13	18	0	50	155
3	Responsiveness (Kesediaan petugas membantu pengguna bus)	16	19	13	2	0	50	186
4	Assurance (Sopan santun, memiliki keterampilan melakukan pelayanan)	13	16	12	9	0	50	183
5	Emphaty (Bertanggung jawab dan memahami keperluan pelanggan)	14	17	13	6	0	50	189

Sumber : Data Prapenelitian Kuesioner Diolah, 2017

Untuk mengetahui hasil prapenelitian kuesioner, maka peneliti menggunakan tingkat kesesuaian yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antar skor tingkat kinerja atau pelaksanaan dengan skor tingkat kepentingan atau harapan pelanggan. Dari hasil analisis diatas, dengan menggunakan tingkat kesesuaian diatas

100% mengenai Tangibles $Tki = \frac{164}{180} \times 100\% = 91.11\%$ (belum memenuhi kepuasan pelanggan), Reliability $Tki = \frac{151}{155} \times 100\% = 97.41\%$ (belum memenuhi kepuasan pelanggan), Responsiveness $Tki = \frac{174}{186} \times 100\% = 93.54\%$ (belum memenuhi kepuasan pelanggan), Assurance $Tki = \frac{199}{183} \times 100\% = 108.74$ (telah memenuhi kepuasan pelanggan, dan Emphaty $Tki = \frac{161}{189} \times 100\% = 85.18\%$ (belum memenuhi kepuasan pelanggan).

Berdasarkan tabel 1.2 dan 1.3 bahwa hasil dari prapenelitian terdapat 4 indikator pelayanan yang belum memenuhi kepuasan pelanggan dan hanya satu indikator pelayanan yang telah memenuhi kepuasan pelanggan pada Trans Pakuan, keluhan-keluhan tersebut seharusnya ditanggapi oleh pihak PDJT Kota Bogor sebagai pengelola dengan mengambil langkah-langkah yang diperlukan, sehingga pelanggan akan merasa puas dengan layanan dan dukungan yang diberikan pihak Trans Pakuan.

Banyaknya keluhan dari hasil survei menunjukkan bahwa masih banyak pengguna bus yang tidak puas akan pelayanan yang telah diberikan oleh pihak Trans Pakuan karena belum sesuai dengan harapan para pelanggan. Seperti yang dikemukakan oleh (Dharmmesta, 2002:92) bahwa seseorang konsumen yang mengalami ketidakpuasan mempunyai kemungkinan akan merubah perilaku keputusan belinya dengan mencari alternatif merek lain pada konsumsi berikutnya untuk meningkatkan kepuasannya.

Menurut Sunarto (2006:8) Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pembeli terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, pembeli lebih senang.

Pelanggan membentuk ekspektasi jasa dari banyak sumber, seperti pengalaman masa lalu, opini teman, dan iklan. Secara umum, pelanggan membandingkan jasa anggapan dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa anggapan berada dibawah jasa yang diharapkan, pelanggan kecewa. Perusahaan yang berhasil menambahkan manfaat pada penawaran mereka sehingga pelanggan tidak hanya puas tetapi terkejut dan sangat puas. Pelanggan akan sangat puas bila mendapatkan pengalaman yang melebihi harapannya.

PD. Jasa Transportasi Kota Bogor harus terus melakukan perubahan didalam perusahaan agar tidak kalah dari pesaing. Perusahaan yang bergerak di bidang transportasi sudah semakin banyak, antara lain adalah Angkutan Kota (Angkot) dan munculnya Transportasi berbasis online yang semakin menjamur. Hal ini yang memicu persaingan antar perusahaan transportasi semakin ketat dan membutuhkan kemampuan bersaing yang unggul untuk menjadi pemenang. Pelanggan selalu berkeinginan memilih yang terbaik untuk memuaskan kebutuhannya.

Dengan melihat fenomena tersebut dan melihat kebutuhan masyarakat akan transportasi publik semakin meningkat membuat perusahaan harus melakukan pelayanan yang tepat, dengan maksud meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, sesuai dengan uraian penulis yang telah dikemukakan dengan melihat fenomena persaingan dan peluang yang terjadi maka penulis tertarik untuk membuat skripsi mengenai “Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Trans Pakuan Kota Bogor”.

1.2. Identifikasi & Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas permasalahan yang dihadapi adalah terdapat temuan jumlah keluhan dan belum memenuhi kepuasan pelanggan dari hasil survey prapenelitian pengguna bus Trans Pakuan yang berakibat pada jumlah penurunan pelanggan yang banyak serta pelayanan yang mengacu pada lima dimensi yaitu bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*) pada Trans Pakuan yang kurang optimal.

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*) yang dilakukan oleh Trans Pakuan ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Trans Pakuan ?
3. Ada atau tidak hubunganyang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Trans Pakuan ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi dan data yang relevan agar dapat dijadikan sebagai sumber penelitian untuk dapat diamati, dipelajari dan diolah sehingga mendapatkan hasil yang akurat dari perusahaan. Selain itu penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat mengetahui tingkat pelayanan di Trans Pakuan yang dipengaruhi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati sebagai indikatornya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk memahami dan menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Trans Pakuan.
2. Untuk menganalisis mengenai kepuasan pelanggan pada Trans Pakuan.

3. Untuk menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Trans Pakuan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penulis berharap penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman yang lebih jelas dan mendalam, serta menjadi sarana dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran dengan mengaplikasikan teori maupun prakteknya dengan persoalan nyata pada perusahaan khususnya mengenai kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan sebuah pembelajaran untuk introspeksi diri dan menambah pengetahuan, serta merubah pola pikir penulis ke arah yang lebih baik.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan informasi bagi manajemen PD. Jasa Transportasi Kota Bogor untuk mengetahui secara pasti bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan untuk tetap mempertahankan atau meningkatkan agar pelanggan merasa nyaman dan puas.

c. Bagi Pihak Lain

Penulis berharap makalah ini menjadi tambahan informasi bagi pihak lain umumnya masyarakat yang berhubungan dengan manajemen pemasaran dalam kaitannya dengan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran, Fungsi Pemasaran dan Konsep Pemasaran

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi membawa arah positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu pengetahuan dalam pemasaran. Kegiatan pemasaran semakin berkembang dari kegiatan distribusi maupun penjualan yang kemudian menjadi salah satu penghubung antara perusahaan dengan pasarnya. Ini menjadikan setiap perusahaan harus tanggap terhadap masalah-masalah dan peluang-peluang baru menyangkut strategi pemasaran yang akan dipakai oleh perusahaan.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan pokok perusahaan, disamping fungsi yang lain sebagai fungsi keuangan dan personalia. Kegiatan pemasaran sebagaimana telah diketahui bersama adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan agar barang atau jasa yang diproduksi atau dihasilkan dapat sampai ke tangan konsumen sebagai pihak yang membutuhkan.

Di dalam perusahaan pemasaran sudah menjadi salah satu cara perusahaan dalam mendapatkan konsumen yang arahnya bukan hanya pada bagaimana semua produk terjual, tetapi lebih mengarah pada bagaimana memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen, perusahaan berharap konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang (menjadi pelanggan) bagi perusahaan.

Dalam manajemen perusahaan terdapat bagian pemasaran sebagai salah satu pendukung semua kegiatan perusahaan berjalan dengan baik. Dengan diadakannya bagian pemasaran bertujuan untuk mencapai penjualan produk barang dan jasa secara efektif dan efisien dengan berorientasi pada masa depan.

Berhasilnya suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tergantung pada kemampuan setiap Sumber Daya Manusia (SDM) dalam perusahaan tersebut, baik dalam menyangkut pemasaran, produksi, keuangan dan bidang lainnya. Jadi pada dasarnya pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam mempertahankan kontinuitas usahanya untuk mendapatkan keuntungan.

Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan pemasaran, maka pembahasan mengenai pemasaran semakin berkembang pula dimana para ahli pemasaran mengemukakan pendapatnya mengenai definisi maupun konsep pemasaran, namun dalam mengemukakan pendapatnya para ahli mempunyai definisi berbeda-beda dengan sudut pandang masing-masing dalam melihat aspek pemasaran.

Pemasaran meliputi segala aktivitas didalam perusahaan. Untuk lebih jelasnya berikut berbagai batasan definisi/pengertian dari pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli dibidang pemasaran antara lain :

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dalam sebuah perusahaan atau organisasi baik individu-individu maupun kelompok-kelompok melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk barang atau jasa yang bernilai untuk mendapatkan apa yang konsumen butuhkan dan inginkan. (Kotler & Armstrong, 2008:7)

Menurut Mullins, Walker & Boyd (2008:4) dikutip dalam Tjiptono, Pemasaran adalah proses sosial yang mencakup aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk memungkinkan individu dan organisasi mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan relasi pertukaran berkesinambungan.

Menurut *American Marketing Association (AMA)* dalam Dwi Suhartanto (2014:2) mendefinisikan pemasaran sebagai berikut: "*Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large*". (Approved July 2013) (Pemasaran merupakan aktivitas, rangkaian institusi, proses penciptaan, pengkomunikasian, pengiriman, dan pertukaran sesuatu yang bernilai bagi pelanggan, klien, partner, serta masyarakat umum).

Menurut Hermawan Kartajaya dalam Buchari Alma (2014:257) bahwa pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholdersnya. Sedangkan Menurut Kotler & Armstrong (2012:29) pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun hubungan konsumen yang kuat untuk menangkap nilai dari konsumen sebagai imbalannya.

Dari berbagai pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran memiliki tujuan dan persepsi yang sama, yakni merupakan suatu proses perencanaan dimana perusahaan menganalisis struktur pasar serta membangun hubungan yang kuat agar perusahaan mendapatkan suatu penilaian yang baik dalam benak konsumen/pelanggan dalam menciptakan pertukaran yang memuaskan.

2.1.2 Fungsi Pemasaran

Didalam melakukan kegiatan pemasaran terdapat fungsi pemasaran yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penjualan. Berikut adalah fungsi pemasaran menurut Sofjan Assauri (2010:19) mengklasifikasikan fungsi-fungsi pemasaran atas tiga fungsi dasar yaitu : fungsi transaksi/transfer meliputi pembelian dan penjualan, fungsi supply fisik (pengangkutan dan penggudangan atau penyimpanan), dan fungsi penunjang (penjagaan, standarisasi dan *grading*,

financing, penanggungan resiko dan informasi pasar). Adapun fungsi-fungsi pemasaran yang disoroti dalam tulisan ini adalah :

1. Pembelian (*Buying*)

ialah fungsi yang mengikuti aktivitas-aktivitas mencari dan mengumpulkan barang-barang yang diperlukan sebagai persediaan memenuhi kebutuhan konsumen. Fungsi ini pada dasarnya merupakan proses atau kegiatan mencari penjual dan merupakan timbal balik dari kegiatan penjualan (*Selling*). Untuk itu maka, sangat perlu dipahami kegiatan apa saja yang dapat mengakibatkan orang melakukan pembelian.

2. Penjualan (*Selling*)

Mencakup aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk mencari calon pembeli produk yang ditawarkan dengan harapan dapat menguntungkan. Kegiatan penjualan merupakan lawan dari pembelian. *Buying* tidak akan terjadi tanpa *selling* demikian pun sebaliknya.

3. Transportasi

Adalah proses pendistribusian atau pemindahan barang dari suatu tempat ke tempat yang lain.

4. Penggudangan/penyimpanan

ialah fungsi penyimpanan produk yang dibeli sebagai persediaan agar terhindar dari resiko kerusakan maupun resiko lainnya.

5. Informasi pasar

Poin ini merupakan fungsi pemasaran yang luas dan penting, karena fungsi ini memberikan informasi tentang situasi perdagangan pada umumnya yang berhubungan dengan produk, harga yang diinginkan konsumen dan situasi pasar secara menyeluruh.

Sedangkan menurut Deliyanti Oentoro (2012:3) fungsi pemasaran diantaranya :

1. Fungsi Pertukaran

Dengan pemasaran pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali.

2. Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk . Produk diangkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara dan sebagainya. Penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan produk agar tidak terjadi kekurangan saat dibutuhkan.

3. Fungsi Perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan

aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktifitas fungsi antara lain pengurangan resiko, pembiayaan pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (klasifikasi) produk.

Sedangkan menurut Kasmir (2004:89) menyatakan bahwa fungsi pemasaran meliputi :

1. Pemasaran sebagai fungsi yang sama
Yaitu pemasaran sama besarnya dengan fungsi keuangan, Produksi, Kepegawain, Sumber daya manusia dengan kata lain masing-masing fungsi memiliki kesamaan satu dengan yang lainnya.
2. Pemasaran sebagai fungsi yang lebih penting
Yaitu bahwa fungsi pemasaran memiliki peran yang paling besar dari fungsi keuangan, produksi, kepegawain dan sumber daya manusia.
3. Pemasaran sebagai fungsi utama
Yaitu pemasaran dipusatkan sebagai sentral dari kegiatan fungsi lainnya atau dengan kata lain fungsi pemasaran sebagai inti dari kegiatan perusahaan.
4. Pelanggan sebagai pengendalian
Yaitu masing-masing fungsi memiliki peran yang sama namun dikendalikan oleh pelanggan.
5. Pelanggan sebagai fungsi pengendalian dan pemasaran sebagai fungsi integratif
Yaitu pemasaran sebagai pusat integratif fungsi keuangan produk dan sumber daya manusia sedangkan pelanggan sangat berkaitan dengan keuangan, sumber daya manusia, dan produksi dalam pengendalian pemasaran.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa fungsi pemasaran yang baik, terstruktur dan terorganisir dengan baik akan dapat dijalankan dengan baik pula didalam sebuah perusahaan itu sendiri.

2.2 Bauran Pemasaran dan Unsur-unsur Bauran Pemasaran

2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran

Manajemen pemasaran dikenal dengan istilah bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran pemasaran merupakan salah satu konsep utama dalam pemasaran modern yang akan mempengaruhi tujuan pemasaran organisasi. Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Sedangkan menurut beberapa ahli definisi bauran pemasaran adalah sebagai berikut :

Muhammad Mursid (2006 :31) mendefinisikan bahwa bauran pemasaran adalah kerangka daripada suatu keputusan pemasaran yang variabel (*Marketing*

Decision Variables) dalam setiap perusahaan didalam waktu atau sampai batas waktu tertentu.

Menurut Tjiptono (2014:41) bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan seperangkat alat yang digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan.

Menurut Yazid (2012 : 15) bauran pemasaran adalah kumpulan dari variabel yang dikendalikan oleh perusahaan dalam mengkomunikasikan layanan yang akan digunakan untuk memberikan rasa puas kepada konsumen sasarannya.

Berdasarkan pada beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya yang diinginkan untuk mempengaruhi konsumen dipasar sasarannya.

2.2.2 Unsur-unsur Bauran Pemasaran

Menurut Christopher Lovelock dan Laurent Wright (2005 : 49) *Marketing mix* terdiri dari variabel *product, price, place, promotion* atau sering disingkat dengan istilah 4P merupakan bauran pemasaran yang dipergunakan untuk kegiatan *marketing* yang berkaitan dengan produk yang bersifat barang. Variabel *marketing mix* yang terdiri dari 4P ini sering dikatakan sebagai bauran pemasaran yang konvensional atau tradisional. Sedangkan bauran pemasaran jasa atau *Service Marketing Mix* terdiri dari unsur 4P yang ditambah dengan unsur variabel lain terdiri atas 4P (*Product, Price, Place & Promotion*) ditambah dengan variabel *process, people* serta *promise*. Maka variabel *service marketing mix* sering disingkat dengan 7P :

- a. *Product, Price, Place, Promotion* (Produk, Harga, Tempat, Promosi)
Variabel pertama *marketing mix* adalah produk, karena keberadaan produk akan menuntun pada terbentuknya harga produk. Maka variabel produk akan diikuti dengan variabel harga. Sedangkan variabel selanjutnya adalah variabel distribusi. Kegiatan distribusi akan dilakukan tentu saja setelah keberadaan produk beserta harga ditetapkan. Variabel promosi adalah kegiatan pendukung dari setiap variabel *marketing mix* yang lain. Setelah variabel produk, harga, dan distribusi ditetapkan, maka keberadaan variabel promosi sangat penting.
- b. *Process, People, Promise* (Proses, Karyawan, Janji)
Variabel lain yang menambahkan variabel 4P sebelumnya merupakan pembeda antara kegiatan pemasaran barang dan pemasaran jasa. Misalnya variabel proses, semua kegiatan yang berkaitan dengan jasa tidak dapat dipisahkan dengan adanya proses. Proses jasa yang tepat adalah mengikuti

alur atau prosedur kegiatan penyampaian jasa secara tepat, serta didukung oleh prosedur tahapan yang harus dilalui secara tepat.

Sedangkan menurut Zeithaml & Bitner dikutip dalam Rambat Lupiyoadi dan Hamdani (2009 : 18) mendefinisikan unsur-unsur bauran pemasaran jasa sebagai berikut :

a. *Product* (Produk)

Berkenaan dengan penawaran yang dilakukan perusahaan pada pasar termasuk didalamnya pertimbangan tentang barang-barang tambahan atau perlengkapan jasa, tingkat kualitas, aksesoris, cara mengenal garansi dan pemberian merek. Seperti memberikan jaminan asuransi.

b. *Price* (Harga)

Secara harfiah harga merupakan sejumlah uang yang baru dibayarkan konsumen untuk membeli produk. Harga merupakan pengorbanan bagi konsumen dalam membeli suatu produk. Seperti biaya relatif terjangkau, mencakup semua kalangan.

c. *Place* (Tempat atau Saluran Distribusi)

Alat bauran pemasaran jasa untuk segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan agar produknya mudah dijangkau dan tersedia bagi konsumen sasarannya. Seperti lokasi strategis, mudah dijangkau berada ditengah kota.

d. *Promotion* (Promosi)

Alat bauran pemasaran jasa untuk segala aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya kepada konsumen sasarannya. Seperti bekerja sama dengan beberapa perusahaan disekitar.

e. *People* (Orang)

Semua orang yang mengambil bagian dalam pemberian serta yang ikut memberikan pengaruh terhadap persepsi pembeli, misalkan petugas atau pegawai perusahaan, konsumen lain dalam lingkungan jasa yang bersangkutan. Bagaimana penampilan sikap, kebiasaan orang-orang terlibat dalam suatu jasa, terutama dari pihak penyedia jasa, merupakan fokus dari alat bauran pemasaran jasa ini. Seperti adanya karyawan diperusahaan dan petugas didalam pengiriman.

f. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Alat bauran pemasaran yang berupa lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumen berinteraksi. Serta segala komponen fisik atau nyata (*tangibles*) yang memfasilitasi proses, hasil atau komunikasi jasa. *Physical evidence* merupakan alat yang memberikan peluang bagi perusahaan untuk menyampaikan pesan untuk tujuan organisasi, segmen, sasaran dan hakekat seperti kondisi fisik (kondisi armada dalam keadaan baik), kelengkapan sarana dan prasarana atau fasilitas yang sangat lengkap.

g. *Process (Proses)*

Alat bauran pemasaran jasa yang merupakan prosedur berjalan mekanisme, dan diluar aktivitas-aktivitas yang dilakukan dalam penyampaian jasa, pada jasa yang melakukan keterlibatan tinggi dalam konsumen. Peran proses sangat tinggi karena keterlibatan konsumen sebagai bagian dari jasa itu memberikan pengaruh besar dalam penilaiannya terhadap jasa bersangkutan. Misalnya inelayani pelayanan yang baik untuk konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan kombinasi dari produk, promosi, harga, dan distribusi yang dipakai perusahaan untuk mencapai tujuannya untuk mempengaruhi konsumen.

2.3 Jasa & Karakteristik Jasa

2.3.1 Pengertian Jasa

Lovelock, Wirtz & Mussry (2011 : 16) mendefinisikan jasa adalah suatu aktivitas ekonomi yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain. Dikutip dalam Tjiptono, Kotler & Keller (2012:26) berpendapat bahwa jasa dapat didefinisikan sebagai "setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Sedangkan menurut Tjiptono (2012:15) jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Menurut Valerie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner dalam Buchari Alma (2014 : 243) Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan kegiatan yang memberikan manfaat yang dapat ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang pada dasarnya memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dapat pindah kepemilikannya.

2.3.2 Karakteristik Jasa

Jasa ini banyak macamnya, Secara umum kita melihat karakteristik umum dari jasa. Beberapa perbedaan antara jasa dan barang menurut Edward W. Wheadey yang dikutip dalam Buchari Alma (2014:244) :

1. Pembelian jasa, sangat dipengaruhi oleh motif yang didorong oleh emosi.
2. Jasa bersifat tidak berwujud, berbeda dengan barang yang bersifat berwujud, dapat dilihat, dirasa, dicium, memiliki berat, ukuran dsb.

3. Barang bersifat tahan lama, tetapi jasa tidak. Jasa dibeli dan dikonsumsi pada waktu yang sama.
4. Barang dapat disimpan, sedangkan jasa tidak dapat disimpan.
5. Ramalan permintaan dalam marketing barang merupakan masalah, tidak demikian halnya dengan marketing jasa. Untuk menghadapi masa-masa puncak, dapat dilatih tenaga khusus.
6. Adanya puncak yang sangat padat, merupakan masalah tersendiri bagi marketing jasa. Pada masa puncak, ada kemungkinan layanan yang dipersingkat, agar dapat melayani langganan sebanyak mungkin. Jika mutu jasanya tidak dikontrol, maka ini dapat berakibat negatif terhadap perusahaan, karena banyak langganan merasa tidak puas.
7. Usaha jasa sangat mementingkan unsur manusia.
8. Distribusinya bersifat langsung, dari produsen ke konsumen.

Dikutip dalam Buchari Alma (2014:244) Leonard L. Berry - mengemukakan ada 3 karakteristik jasa yaitu :

1. Lebih bersifat tidak berwujud dari pada berwujud (*more intangible than tangible*) beli atau kita gunakan sehari

Benda atau barang yang kita beli atau kita gunakan sehari-hari adalah sebuah objek, sebuah alat atau sebuah benda (*a good is an object, a device, a thing*), sedangkan jasa merupakan perbuatan, penampilan atau sebuah usaha (*a service is deed, a performance, and effort*). Bila kita membeli suatu barang, maka barang tersebut dipaksi atau ditempatkan pada suatu tempat. Tapi bila membeli jasa, maka pada umumnya tidak ada wujudnya.

2. Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultaneous production and consumption*)

Jasa diproduksi dan dikonsumsi dalam rangka waktu yang sama. Pada umumnya, barang diproduksi dulu kemudian dijual dan dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual dulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara serempak.

3. Kurang memiliki standarisasi dan keseragaman
Industri jasa cenderung dibedakan antara :
 - Berdasarkan orang (*people based*)
 - Berdasarkan perlengkapan (*equipment based*)

Implikasi dari perbedaan ini ialah "*outcomes*" atau hasil jasa berdasarkan orang (*people based*) jasa kurang memiliki standarisasi, dibandingkan dengan *outcomes* dari jasa yang berdasarkan perlengkapan (alat).

Sedangkan menurut Zulian Yamit (2013:21) Karakteristik jasa tersebut adalah:

1. Tidak dapat diraba (*intangibility*).
Jasa adalah sesuatu yang sering kali tidak dapat disentuh atau tidak dapat diraba.
2. Tidak dapat disimpan (*inability to inventory*).
Salah satu ciri khusus dari jasa adalah tidak dapat disimpan
3. Produksi dan konsumsi secara bersama-sama
Jasa adalah sesuatu yang dilakukan secara bersama-sama dengan produksi.
4. Memasukinya lebih mudah
Mendirikan usaha dibidang jasa membutuhkan investasi yang lebih sedikit, mencari lokasi lebih mudah dan banyak tersedia, tidak membutuhkan teknologi tinggi.
5. Sangat dipengaruhi faktor dari luar
Jasa sangat dipengaruhi oleh faktor dari luar seperti teknologi, peraturan pemerintah dan kenaikan harga energi.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik jasa atau pelayanan yang ada yaitu terdiri dari beberapa karakteristik yang saling berhubungan dan karakteristik pelayanan ini dapat membantu perusahaan dan konsumen atau pelanggan dalam membedakan suatu pelayanan dengan pelayanan yang lainnya. Pelayanan yang baik maka akan membuat citra perusahaan menjadi baik

2.3.3 Transportasi

Pembangunan ekonomi membutuhkan jasa angkutan yang cukup serta memadai. Tanpa adanya transportasi sebagai sarana penunjang tidak dapat diharapkan tercapainya hasil yang memuaskan dalam usaha pengembangan ekonomi suatu negara.

Menurut Buchari Alma (2013:296), yang dimaksud dengan transportasi atau pengangkutan adalah kegiatan pemindahan barang-barang dan manusia dari satu tempat asal ke tempat tujuan. Pemindahan barang-barang dan manusia dari satu tempat asal ke tempat tujuan menggunakan alat-alat transport yang digunakan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Transportasi dibedakan menjadi tiga, yaitu transportasi darat, transportasi laut, dan transportasi udara.

2.3.4 Transportasi Bus

Bus merupakan jenis alat transportasi darat yang berfungsi untuk membawa penumpang dalam jumlah banyak. Ukuran dan berat kendaraan bus ini lebih besar dari pada mobil penumpang biasa. Bus Rapid Transit (BRT) adalah sebuah sistem bus yang cepat, nyaman, aman dan tepat waktu dari infrastruktur, kendaraan dan

jadwal. Bus rapid transit memakai sebagian nama dari rapid transit yang mendeskripsikan transportasi rel berkapasitas tinggi atau *right-of-way*. Bus Trans Pakuan adalah Bus rapid transit di Kota Bogor yang dikelola oleh PD.Jasa Transportasi dan diresmikan pada tanggal 3 Juni 2007 dengan koridor 1 Terminal Bubulak – Cidangiang, koridor 2 Cidangiang – Harjasari, koridor 3 Cidangiang – Bellanova.

2.4 Kualitas & Kualitas Pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas

Paradigma persaingan dewasa ini telah bergeser dari persaingan yang bersifat material menuju persaingan pengembangan pengetahuan (*Knowledge-based competition*). Hal ini menuntut efisiensi dan efektivitas dalam peningkatan daya saing. Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam pemasaran, dalam perspektif *Total Quality Management* (TQM) Kualitas dipandang secara lebih luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditetapkan, melainkan juga melalui proses, lingkungan dan manusia. Kualitas merupakan suatu proses didalam penilaian suatu produk atau jasa yang akan dirasakan langsung dari konsumen atau si penerima itu sendiri.

Menurut Kotler (2005:57) kualitas adalah keseluruhan sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Tony Wijaya (2011 : 11) Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan atas persyaratan-persyaratan tersebut.

Menurut Sofjan Assauri (2008:292) dalam perusahaan pabrik istilah mutu (kualitas) diartikan sebagai faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang/hasil yang menyebabkan barang/hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang/hasil itu dimaksudkan/dibutuhkan. Sedangkan Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2008:180) mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Maka dapat disimpulkan dari beberapa pendapat para ahli diatas bahwa definisi kualitas merupakan satu kesatuan dari produk, pelayanan, teknis, performa dan sebagainya didalam pemasaran yang dikemas secara baik, terstruktur, konsisten dan maksimal sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

2.4.2 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa atau pelayanan berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, *positioning* dan strategi bersaing. Setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa, konsumen dalam membeli suatu produk atau memakai sebuah jasa tentunya mempunyai harapan agar kinerja produk atau jasa tersebut memenuhi atau melampaui harapan konsumen bukan saja satu kali tetapi berulang-ulang kali sehingga memberikan kepuasan. Dengan demikian persepsi konsumen tersebut adalah bahwa ia telah memperoleh produk atau jasa yang mempunyai kualitas.

Pelayanan adalah jasa atau layanan yang diberikan kepada konsumen dalam hubungan dengan produk tertentu. Misalnya layanan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan konsumen, mencari pesanan, mengatasi keluhan-keluhan, perbaikan-perbaikan/repairasi, melayani pembeli ditoko untuk pramuniaga dan sebagainya. Buchari Alma (2011:243).

Kotler (2009:464) menyebutkan bahwa pelayanan (*service*) dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain. Menurut Kotler (2010:83) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu. Sedangkan Gronroos dalam Pujawan (2012:67) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai hasil kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu.

Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan, Nanang Tasunar (2014:44).

Dari beberapa pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau kegiatan yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) sebagai interaksi antara konsumen dengan karyawan yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan, yang dimaksudkan untuk memecahkan masalah seperti pertanyaan-pertanyaan yang diajukan konsumen/pelanggan.

2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan & Kepuasan Pelanggan

2.5.1 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2011:198) terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

1. Reliabilitas (Reliability)
Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya Tanggap (Responsiveness)
Berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat
3. Jaminan (Assurance)
Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. Empati (Empathy)
Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (Tangibles)
Berkaitan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Menurut Valarie Zeithaml, Leonard Berry, dan A. Parasuraman dikutip dalam Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, dan Jacky Wirtz (2011:154) telah melakukan penelitian intensif terhadap kualitas layanan. Dalam penelitian berikutnya, mereka menemukan tingkat korelasi yang tinggi antara beberapa variabel, dan akhirnya mengonsolidasikannya ke dalam lima dimensi yang luas:

1. *Tangibles* (Penampilan unsur fisik)
2. *Reliability* (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)
3. *Responsiveness* (Kecepatan dan kegunaan)
4. *Assurance* (Kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan)
5. *Empathy* (Akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan).

Apabila kelima elemen diatas diperhatikan, diharapkan akan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan adalah fungsi dari *perceived, performance & expectation*.

Namun dalam perkembangan selanjutnya, Kotler mengungkapkan ada lima faktor dominan penentu kualitas jasa yang dikutip dalam Buchari Alma (2014 : 440) yaitu :

1. *Tangible* (berwujud), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai macam materi komunikasi yang baik, menarik, terawat lancar dsb.
2. *Empathy*, yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan.
3. *Responsiveness* (cepat tanggap), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan/complaint dari konsumen.
4. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, dan konsisten.
5. *Assurance* (kepastian), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan meliputi *tangible, reliability, empathy, responsiveness, dan assurance* yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya.

2.5.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Dalam era globalisasi saat ini yang ditandai revolusi teknologi komunikasi dan teknologi informasi mengakibatkan terjadinya perubahan (*change*) yang luar biasa. Dengan adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi, muncul kompetisi yang semakin ketat yang berakibat pelanggan (*customer*) semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan.

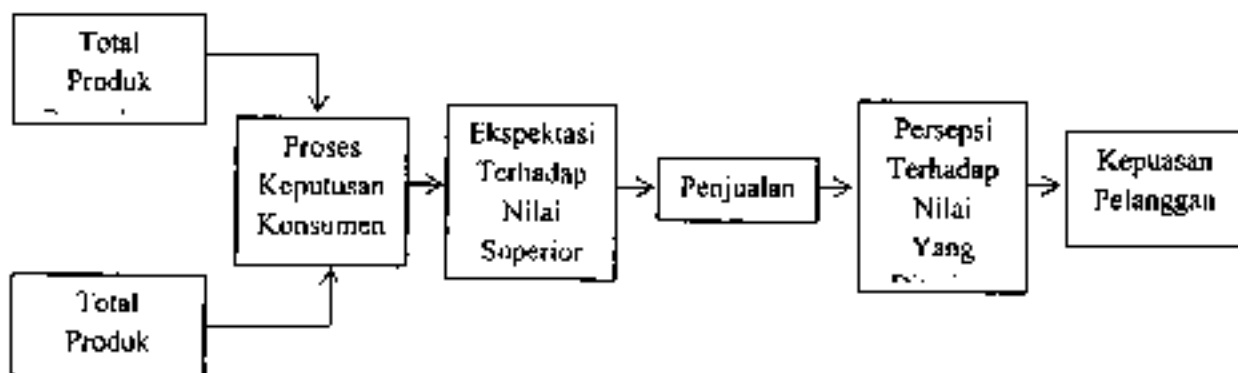
Perhatian terhadap kepuasan pelanggan maupun ketidak puasan pelanggan telah semakin besar. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan ataupun ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, dan peneliti perilaku konsumen.

Kotler (2012:52) mendefinisikan kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Kotler & Armstrong (2012:9) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila

kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas. Sedangkan Menurut Lovelock dan Wirtz (2011 : 74) kepuasan konsumen adalah : *"Customer satisfaction is an attitude like judgement following a consumption experience, most research confirms that the confirmation or disconfirmation of preconsumption expectations is the essential determinant of satisfaction"*

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Menurut Zulian Yamit (2013 : 78) kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan.

Dari berbagai pendapat yang dipaparkan oleh para ahli dapat diambil kesimpulan bahwa definisi kepuasan pelanggan adalah sikap perasaan senang atau bahagia pelanggan yang ditunjukkan setelah membandingkan kinerja (*hasil*) yang dirasakan atau diterima dengan harapan pelanggan sebelum menerima pelayanan. Jika kinerja yang dirasakan lebih kecil dari harapannya maka pelanggan tersebut tidak merasakan puas dan sebaliknya jika kinerja yang dirasakan melebihi dari harapannya maka pelanggan terpuaskan.



Sumber : Fandy Tjiptono (2015:76)

Gambar 2.1
Konsep Kepuasan Pelanggan

Gambar diatas memperlihatkan kepuasan pelanggan dibentuk harapan dan persepsi konsumen terhadap suatu produk yang memiliki nilai unggul. Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dasar sejumlah *value* produk (*kinerja*) yang dipersepsikan oleh pelanggan dibanding dengan harapan pelanggan sebelum menggunakan. Maka dapat disimpulkan bahwa, dimensi kepuasan pelanggan adalah kinerja dan harapan.

1. **The Knowledge Gap (Kesenjangan Pengetahuan)** adalah perbedaan antara apa yang menurut manajemen senior diharapkan oleh pelanggan, dengan kebutuhan aktual dan harapan konsumen.
2. **The Policy Gap (Kesenjangan Kebijakan)** adalah perbedaan antara pemahaman manajemen terhadap ekspektasi pelanggan, dan standar kualitas yang ditetapkan untuk penyajian pelayanan.
3. **The Delivery Gap (Kesenjangan Penyajian)** adalah perbedaan antara standar pelayanan yang ditetapkan, dan kenyataan kinerja tim penyajian serta pelayanan operasional di lapangan.
4. **The Communications Gap (Kesenjangan Komunikasi)** adalah perbedaan antara apa yang dikomunikasikan perusahaan, dan apa yang diterima oleh para pelanggannya.
5. **The Perceptions Gap (Kesenjangan Persepsi)** adalah perbedaan antara apa yang disampaikan kepada pelanggan dan apa yang pelanggan rasa telah mereka terima (karena mereka terkadang tidak dapat mengevaluasi kualitas pelayanan dengan akurat).
6. **The Service Quality Gap (Kesenjangan Kualitas Pelayanan)** adalah perbedaan antara apa yang pelanggan harapkan untuk mereka terima, dan persepsi mereka terhadap pelayanan yang sebenarnya disampaikan.

2.7 Faktor Kepuasan Pelanggan & Mengukur Kepuasan Pelanggan

2.7.1 Faktor Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba dimasa yang akan datang, menjadi pemicu upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Berikut adalah beberapa definisi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan :

Menurut Kotler dikutip dalam Lupiyoadi (2012:158) bahwa untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu :

1. **Kualitas produk**
Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. **Kualitas pelayanan**
Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. **Emosional**
Pelanggan akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum dengannya bila menggunakan produk dengan merek tertentu sehingga menimbulkan kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang relatif lebih tinggi kepada pelanggannya sehingga menimbulkan kepuasan.

5. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk, kualitas pelayanan, emosional dan biaya yang saling berhubungan dan berkaitan satu dengan yang lainnya.

Kotler (2007 : 56) mengemukakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Produk atau jasa inti

- Merupakan esensi dari penawaran yang dapat mewakili produk/jasa inti yang disediakan oleh perusahaan (produsen)
- Penetapan produk/jasa inti ini merupakan hal yang paling mendasar untuk ditawarkan kepada konsumen, sekaligus menjadikan hal yang paling sulit bagi produsen untuk membuatnya lain dari yang lain.
- Untuk market yang kompetitif, maka mau atau tidak mau produsen harus dapat menetapkan produk intinya secara tepat, karena bila tidak ditetapkan maka hubungan dengan konsumen tidak akan pernah bisa diawali.

2. Sistem dan pelayanan pendukung

- Mencakup layanan pendukung yang dipandang dapat mendukung peningkatan kelengkapan dari layanan atau produk inti.
- Perangkat yang menjadi pendukung pada level ini, misalnya : sistem pembayaran, kemudahan memperoleh produk dan pelayanannya, jam pelayanan, level karyawan, pendukung teknis dan perbaikan, sistem komunikasi dan informasi dan sejenisnya.

3. Performa teknis

- Terkait dengan apakah perusahaan sudah menetapkan produk inti maupun layanan pendukungnya itu sudah dilakukan secara benar.
- Fokus yang dipertimbangkan dalam hal ini adalah perusahaan dapat menampilkan produk barang atau jasa sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada konsumen.

4. Elemen interaksi dengan konsumen

- Sebenarnya mengacu pada prinsip interaksi penyediaan jasa dengan konsumen baik melalui tatap muka, atau melalui kontak yang berbasis pada teknologi.
- Perusahaan harus dapat menyediakan sistem paralel atau bisa juga dengan sistem alternatif yang memungkinkan konsumen dapat berhubungan dengan konsumen secara lebih pribadi.

5. Elemen emosional – dimensi efektif pelayanan
 - a. Manajer perusahaan penyedia jasa harus dapat mempertimbangkan kemungkinan-kemungkinan yang dapat memberikan pesan halus untuk disampaikan kepada konsumen, sehingga dapat menumbuhkan perasaan yang positif dalam diri konsumen terhadap produk maupun perusahaannya.
 - b. Banyak riset membuktikan bahwa ketidakpuasan pelanggan tidak berhubungan dengan kualitas produk/jasa inti, akan tetapi tekanannya lebih mengarah pada aspek interaksi konsumen dengan penyedia jasa dan karyawan-karyawannya.

Menurut Dutka (2008 : 11) terdapat tiga dimensi dalam mengukur kepuasan pelanggan secara universal yaitu :

1. *Attributes related to product*, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk seperti penetapan nilai yang didapatkan dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut.
2. *Attributes related to service*, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, dan proses penyelesaian masalah yang diberikan.
3. *Attributes related to purchase*, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapat informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa, faktor pendukung kepuasan pelanggan sangatlah penting dan diperlukan karena keberhasilan suatu perusahaan dilihat dari bagaimana suatu perusahaan tersebut membuat pelanggannya merasa puas dengan kualitas yang diberikan oleh perusahaan.

2.7.2 Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

By definition of Philip Kotler and Garry Armstrong (1994:41) A company's tools for tracking and measuring customer satisfaction range the primitive to the sophisticated. Companies use the following methods to measure how much customer satisfaction they are creating.

1. *Complaint and Suggestion Systems*
A customer-centered organization would make it easy for its customers to deliver suggestions and complaints.
2. *Customer Satisfaction Surveys*

A company must conclude that it can get a full picture of customer satisfaction and dissatisfaction by simply running a complaint and suggestion system.

3. *Ghost Shopping*

Another useful way to gather a picture of customer satisfaction is to hire persons to pose as potential buyers to report their findings on strong and weak points they experienced in buying the company's and competitors products.

4. *Lost Customer Analysis*

Companies should contact customers who have stopped buying or who have switched to another supplier to learn why this happened

Menurut Kotler dalam Ali Hasan (2008:68) metode yang dapat digunakan mengukur kepuasan pelanggan adalah sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berorientasi pelanggan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan saran secara langsung. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga untuk direspons dengan cepat untuk mengatasi keluhan pelanggan.

2. *Ghost Shopping*

Metode ini efektif jika para manajer perusahaan bersedia sebagai *ghost shoppers* untuk mengetahui secara langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan pelanggan.

3. *Last Customer Analyst*

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa berhenti atau pindah pemasok. Hasil ini dapat digunakan untuk mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Lembaga riset independen melakukan penelitian dengan menggunakan metode survei kepuasan pelanggan. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan langsung dari pelanggan. Survei menggunakan skala yang cenderung dipakai dalam survei.

Sedangkan menurut Yarnit (2009:80) mengemukakan bahwa beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, metode tersebut antara lain :

1. Sistem pengaduan

Sistem ini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. Setiap saran dan keluhan yang masuk harus

menjadi perhatian bagi perusahaan, sebab saran dan keluhan itu pada umumnya dilandasi oleh pengalaman mereka dan hal ini sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap produk maupun terhadap perusahaan.

2. Survey pelanggan

Survey pelanggan merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, misalnya melalui surat pos, telepon atau wawancara secara langsung. Metode survey pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan mengajukan pertanyaan.
- b. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar yang mereka rasakan.
- c. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari bank dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- d. Responden dapat diminta untuk merangking berbagai (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja bank dalam masing-masing elemen.

3. Panel pelanggan

Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produk dan mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah haan termenjadi pelanggan perusahaan lain. Dari pelanggan setia akan diperoleh informasi tingkat kepuasan yang mereka rasakan dan dari pelanggan yang telah berhenti membeli, perusahaan akan memperoleh informasi mengapa hal itu dapat terjadi. Apabila pelanggan yang berhenti membeli (*customer loss rate*) ini meningkat hal ini menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

Menurut Kotler (2012), ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer oriented*.)

2. Survei kepuasan pelanggan

Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

3. *Ghost Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.

4. Analisa pelanggan yang hilang

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing.

Berdasarkan penemuan dari beberapa para ahli antara lain Tse dan Wilton dalam Fandy Tjiptono (2008:36), diperoleh rumusan sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = f(\text{expectations, perceived performance})$$

Berdasarkan pada beberapa definisi para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dimana dengan pelayanan yang baik, perusahaan berharap dapat meningkatkan labanya atau keuntungannya dengan memberikan pelayanan sebaik mungkin sehingga berdampak pada baiknya citra perusahaan.

2.8 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan penulis adalah sebagai dasar penyusunan penelitian. Tujuannya adalah untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, sekaligus sebagai perbandingan dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian berikutnya yang sejenis.

Kajian yang digunakan yaitu mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan. Berikut ini adalah perbandingan penelitian terdahulu yang mendukung penelitian penulis. Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

Peneliti	Judul Peneliti	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Retno Budiyati (2009)	Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan	1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan	<i>Importance Performance Analysis (IPA) & Customer Satisfaction</i>	5 Dimensi kualitas pelayanan menunjukkan konsumen

	Transportasi Trans Pakuan Bogor Periode 2008-2009	Konsumen	Index (CSI)	kurang puas dan harus dijadikan prioritas utama Trans Pakuan.
Ronald Angga Harahap (2016)	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Sumber Airconindo Sejahtera Jakarta	1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Konsumen	Koeffisien korelasi	Kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang kuat.
Endi Saudi (2017)	Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen JUST GREAT MOTOR BOGOR	1. Independen : Kualitas Pelayanan 2. Dependen : Kepuasan Pelanggan	Korelasi Rank Spearman	Terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen

2.9 Kerangka Pemikiran & Hipotesis Penelitian

2.9.1 Kerangka Pemikiran

Trans Pakuan merupakan sarana transportasi yang disediakan oleh pemerintah Kota Bogor yang memberikan pelayanan jasa transportasi di Kota Bogor sesuai dengan karakteristik, jasa yang diberikan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, untuk mencapai kepuasan pelanggan diperlukan kualitas pelayanan yang terbaik. Kualitas pelayanan yang unggul akan memberikan kesan puas bagi konsumen/pelanggan dan keinginan untuk kembali menggunakan jasa tersebut akan semakin besar.

PD. Jasa Transportasi Kota Bogor merupakan salah satu industri jasa yang bergerak dibidang transportasi umum. Industri jasa transportasi umum dewasa ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini harus dimanfaatkan sebagai momentum untuk menunjukkan keunggulan pelayanan. Namun kenyataan dilapangan tidak demikian karena sejak tahun 2015 mengalami jumlah penurunan penumpang yang signifikan ditambah lagi dengan tidak beroperasinya rute Cidangiang – Harjasari. Hal ini disebabkan terjadinya penurunan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan mulai menurun diakibatkan tidak

mendapatkan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Phillip Kotler (2012:158) bahwa untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan salah satunya adalah kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik yang sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan menjadi salah satu hal fatal sekaligus vital dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Dalam memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas, hendaknya memiliki cara-cara tersendiri dalam menarik minat konsumen untuk meningkatkan loyalitas. Menurut Valerie Zeithaml, Leonard Berry, dan A. Parasuraman dikutip dalam Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, dan Jacky Wirtz (2011:154) telah melakukan penelitian intensif terhadap kualitas layanan. Dalam penelitian berikutnya, mereka menemukan tingkat korelasi yang tinggi antara beberapa variabel, dan akhirnya mengonsolidasikannya ke dalam lima dimensi yang luas:

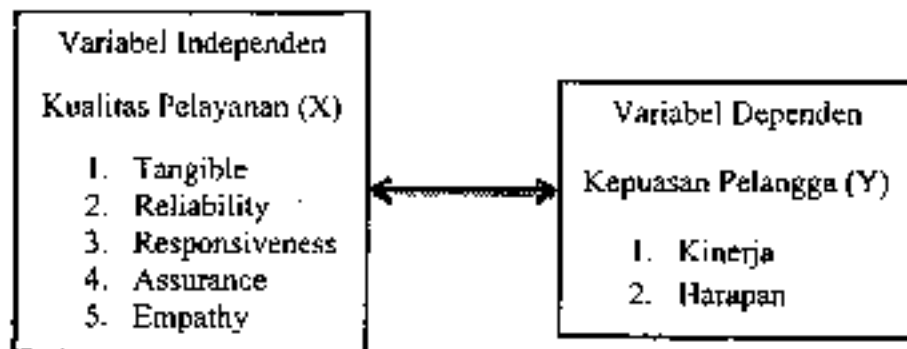
1. *Tangibles* (Penampilan unsur fisik)
2. *Reliability* (Kincija yang dapat diandalkan dan akurat)
3. *Responsiveness* (Kecepatan dan kegunaan)
4. *Assurance* (Kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan)
5. *Empathy* (Akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan).

Sesuai dengan apa yang telah diuraikan peneliti pada Trans Pakuan hanya menggunakan 5 dimensi diantaranya : Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Empathy*).

Dari lima indikator kualitas pelayanan tersebut apabila dilaksanakan dan diterapkan dengan baik maka akan berdampak baik dalam perkembangan perusahaan khususnya Trans Pakuan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu pelayanan pelanggan akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat mempertemukan harapan konsumen dan sistem kinerja yang dirasakan.

Menurut Kotler (2013:35) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas, maka dapat digambarkan konstelasi penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.3

Konstelasi Penelitian

2.9.2 Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang harus dibuktikan dan diuji kebenarannya atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika terbukti salah, dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan. Oleh karena itu rumusan hipotesis penelitian ini adalah :

1. Diduga kualitas pelayanan pada Trans Pakuan telah dilakukan dengan cukup baik.
2. Diduga kepuasan pelanggan pada Trans Pakuan cukup puas.
3. Terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan).

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis atau bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif korelasional yaitu suatu penelitian untuk mengetahui hubungan antara dua variabel kualitas pelayanan PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan) dengan kepuasan pelanggan PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan).

3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

1. Objek penelitian ini adalah terdiri dari kualitas pelayanan yang merupakan variabel bebas (*independen*) dengan indikator bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*) dan kepuasan pelanggan yang merupakan variabel tidak bebas (*dependen*) dengan indikator kinerja dan harapan.
2. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini bersifat *dyads*, yaitu data yang dihimpun dan digunakan berasal dari data yang relevan dengan masalah yang akan diteliti. Selain itu Penulis juga memperoleh data sebagai hasil survey dari responden yang dijadikan obyek penelitian.
3. Dalam rangka pengumpulan data untuk dianalisis, penulis melakukan penelitian pada PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan) yang berada di Jl. KH. Abdullah Bin Nuh, Terminal Bubulak, Kec. Bogor Barat, Kota Bogor.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu metode yang berkaitan dengan tata cara pengumpulan data, analisis data dan interpretasi hasil analisis untuk mendapatkan informasi guna penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan.

Data primer diperoleh dari unit analisis yang diteliti oleh pelanggan Trans Pakuan dari hasil menyebar kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh melalui bahan pustaka, buku-buku, 33 literature-literatur lainnya yang terkait dalam penelitian ini dan data dari pihak manajemen PD. Jasa Transportasi Kota Bogor.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Penggunaan variabel secara operasional dalam penelitian ini akan dilakukan mengecek kebenarannya sehingga hasil akan lebih dipertanggung jawabkan dari segi keilmuan. Operasionalisasi variabel adalah penentuan *construct* sehingga variabel yang dapat diukur. Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen (Variabel Tidak Terikat/Bebas) adalah variabel yang mempengaruhi terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Kualitas Pelayanan.

2. Variabel Dependen (Variabel Terikat/Tidak Bebas) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel
Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada
Trans Pakuan Kota Bogor

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan (x)	<i>Tangible</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan fasilitas fisik 2. Peralatan 3. Personil 4. Materi komunikasi. 	Ordinal
	<i>Reliability</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan 2. Dapat diandalkan 3. Akurat. 	
	<i>Responsiveness</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesiediaan untuk membantu pelanggan 2. menyediakan prompt pelayanan. 	
	<i>Assurance</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kredibilitas: Kepercayaan, kejujuran penyedia jasa. 2. Keamanan: Kebebasan dari bahaya, risiko, atau keraguan. 3. Kompetensi: Memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk melaksanakan pelayanan. 4. Sopan-santun: Kesopanan, rasa hormat, pertimbangan, dan keramahan personel layanan. 	
	<i>Empathy</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses: Mudah didekati dan mudah untuk dikontak. 2. Komunikasi: Mendengarkan pelanggan dan menjaga agar mereka terinformasikan dalam bahasa yang bisa mengerti. 3. Memahami pelanggan: Membuat upaya untuk mengenali pelanggan dan kebutuhan mereka. 	
Kepuasan Pelanggan (y)	Kinerja	Kinerja perusahaan dalam memberikan pelayanan prima bagi konsumen.	Ordinal
	Harapan	Kesesuaian antara harapan dengan kenyataan dalam hal pelayanan kepada pelanggan.	

3.5 Metode Penarikan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang menggunakan jasa layanan Trans Pakuan. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = error nilai kritis atau batas penelitian yang digunakan %

Dengan menggunakan rumus diatas dan dikarenakan tingkat populasi yang sangat besar, serta keterbatasan Penulis dalam hal waktu, tenaga dan biaya yang terbatas, maka digunakan cara pengambilan sampel menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0.05.

Diketahui jumlah penumpang terendah rute Bellanova pada bulan Oktober tahun 2016 sebesar 18.233 dibagi jumlah unit bus sebanyak 30 unit dengan hasil sebesar 608 populasi, sehingga diperoleh :

$$n = \frac{608}{1 + 608(0.05)^2} = 241,26 \sim 242$$

Maka jumlah yang digunakan sampelnya dalam penelitian ini adalah 242 responden.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan dapat dipercaya (*reliable*). Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain :

1. Studi Pustaka

Riset kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data dalam bentuk teori yang dilakukan dengan cara mempelajari, memahami dan meneliti berbagai literatur-literatur seperti buku, catatan-catatan, jurnal-jurnal serta data lainnya yang dapat dijadikan referensi oleh penulis. Tujuan dari studi pustaka ini adalah untuk mendapatkan data sekunder dan landasan teori yang relevan.

2. Data Primer

Penelitian lapangan atau langsung, penelitian yang dilakukan dengan cara memperoleh data langsung dari sumbernya :

a. Observasi

Adalah kegiatan pengumpulan data melalui penglihatan langsung atau melihat secara jelas dan nyata di lokasi penelitian yang terdapat pada PDJT Kota Bogor. Sehingga diketahui aspek-aspek yang diteliti

b. Wawancara

Yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya dan mendengarkan jawaban yang langsung diberikan oleh responden. Peneliti merupakan pewawancara

c. Kuesioner

Penelitian ini menggunakan metode survei, dengan teknik pengumpulan data dengan kuesioner dan wawancara. Populasi dalam penelitian adalah pelanggan yang menggunakan jasa layanan Trans Pakuan. Metode pemilihan contoh yang digunakan adalah metode *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang /kesempatan sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan menggunakan teknik Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan /insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert untuk memberikan ukuran sikap seseorang tingkat ordinal. Skala likert adalah skala yang sering digunakan dalam penelitian survei dengan orang menyatakan sikap atau tanggapan lain selhubungan dengan kategori tingkat ordinal.

Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan seperti tabel dibawah ini:

Tabel 3.2
Skala Likert

Kriteria Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju / Sangat Baik / Sangat Penting / Sangat Puas	5
Setuju / Baik / Penting / Puas	4
Kurang Setuju / Kurang Baik / Kurang Penting / Kurang Puas	3
Tidak Setuju / Tidak Baik / Tidak Penting / Tidak Puas	2
Sangat Tidak Setuju / Sangat Tidak Baik /Sangat Tidak Penting / Sangat Tidak Puas	1

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan aplikasi computer *Excel* dan *Statistical Program For Social Science (SPSS)* 21.

Uji validitas dan reliabilitas merupakan uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian. Kedua uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap instrumen penelitian layak untuk dipakai dalam penelitian. Berikut ini perhitungan uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini :

1. Uji Validitas

Skala pengukuran dikatakan valid atau sah bila skala itu mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas adalah ukuran sesungguhnya yang menangkap keseluruhan makna dan masuk akal bila dinilai oleh pihak lain. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi (r) antar skor masing-masing pertanyaan dengan total skor. Setelah itu melakukan perbandingan antara nilai r hitung dan r tabel. Nilai r tabel diperoleh dari tabel r dengan rumus $df = n - 2$.

Uji validitas dilakukan sebelum kuesioner disebarkan kepada responden yang menjadi instrumen penelitian dengan cara analisis butir, yaitu menghitung korelasi antar masing-masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan rumus korelasi *Pearson product moment*, yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

n = jumlah responden

r_{xy} = koefisien korelasi (r -hitung)

$\sum x$ = Skor variabel kualitas pelayanan

$\sum y$ = Skor variabel kepuasan pelanggan

$\sum xy$ = Hasil perkalian kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat keandalan kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan apakah instrumen yang dipakai reliabel atau tidak, maksud dari reliabel adalah jika instrumen tersebut diujikan berulang-ulang maka hasilnya akan sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk seluruh item pertanyaan menggunakan rumus Spearman-Brown :

$$r_{11} = \frac{2r_{yy}}{1 + r_{xy}}$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

r_{xy} = Korelasi antar dua belahan instrumen

Tabel 3.3
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,919	20

Tabel 3.4
Uji Validitas & Reliabilitas Kualitas Pelayanan
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	37,7000	63,803	,499	,917
VAR00002	37,9667	61,826	,726	,912
VAR00003	37,9000	65,197	,344	,921
VAR00004	37,9333	62,064	,733	,912
VAR00005	37,7333	63,513	,543	,916
VAR00006	37,9667	61,826	,726	,912
VAR00007	37,9000	64,231	,433	,919
VAR00008	37,8667	64,257	,451	,918
VAR00009	37,7667	63,357	,527	,917
VAR00010	37,9333	61,375	,680	,913
VAR00011	37,8000	62,579	,623	,915
VAR00012	38,0000	62,759	,605	,915
VAR00013	37,9000	65,197	,344	,921
VAR00014	38,0000	61,586	,724	,912
VAR00015	37,9000	65,197	,378	,920
VAR00016	38,0667	61,789	,720	,912
VAR00017	38,0000	62,897	,544	,916
VAR00018	37,9333	62,064	,733	,912
VAR00019	37,8000	63,200	,618	,915
VAR00020	38,0333	61,826	,677	,913

Sumber: Data Diolah Penulis, 2017

Pada Tabel 3.4 Corrected Item-Total Correlation, nilai tersebut adalah nilai validitas. Sedangkan nilai Cronbach's Alpha if Item Deleted adalah nilai reliabilitas. Untuk menilai apakah nilai-nilai diatas valid dan reliable, berdasarkan hasil uji validitas, diketahui bahwa dari 20 pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai kritis korelasi pearson diatas 0.361 dan dapat dinyatakan valid adalah sebanyak 18 item pernyataan dan tidak valid 2 item pertanyaan yaitu item pernyataan no 3 dan no 13 untuk item variabel kualitas pelayanan.

Sedangkan hasil uji reliabilitas memiliki nilai Alpha Cronbach diatas 0.70 dan dapat dinyatakan reliabel seluruhnya untuk item pertanyaan kualitas pelayanan.

Tabel 3.5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,924	20

Tabel 3.6

Uji Validitas & Reliabilitas Kepuasan Pelanggan
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	37,7333	67,720	,492	,922
VAR00002	37,8000	66,855	,564	,920
VAR00003	37,7667	68,392	,408	,924
VAR00004	37,9000	66,231	,646	,919
VAR00005	37,9000	65,128	,826	,915
VAR00006	37,9000	64,921	,714	,917
VAR00007	37,9667	65,895	,686	,918
VAR00008	37,8000	68,855	,351	,925
VAR00009	37,8333	67,454	,528	,921
VAR00010	37,9667	64,792	,796	,916
VAR00011	37,8667	69,430	,360	,924
VAR00012	38,0333	65,413	,751	,917
VAR00013	37,9667	68,102	,434	,923
VAR00014	37,9000	65,128	,826	,915
VAR00015	37,7667	68,461	,485	,922
VAR00016	38,0000	65,655	,592	,920
VAR00017	37,9333	65,168	,787	,916
VAR00018	37,7667	68,461	,485	,922
VAR00019	38,0000	64,690	,780	,916
VAR00020	37,6667	68,989	,387	,924

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2017

Pada Tabel 3.6 Berdasarkan hasil uji validitas , diketahui bahwa dari 20 pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki nilai

kritis korelasi pearson diatas 0.361 dan dapat dinyatakan valid adalah sebanyak 36 item pernyataan dan tidak valid 4 item pernyataan yaitu item pernyataan no 3, 13, 28 dan no 31 untuk item variabel kualitas pelayanan.

Sedangkan hasil uji reliabilitas memiliki nilai Alpha Cronbach diatas 0.70 dan dapat dinyatakan reliabel seluruhnya untuk item pernyataan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Tabel 3.7

Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Kualitas Pelayanan					Kepuasan Pelanggan				
No	Validitas		Reliabilitas		No	Validitas		Reliabilitas	
1	0,499	Valid	0,917	Reliable	21	0,492	Valid	0,922	Reliable
2	0,726	Valid	0,912	Reliable	22	0,564	Valid	0,92	Reliable
3	0,344	Tidak Valid	0,921	Reliable	23	0,408	Valid	0,924	Reliable
4	0,733	Valid	0,912	Reliable	24	0,646	Valid	0,919	Reliable
5	0,543	Valid	0,916	Reliable	25	0,826	Valid	0,915	Reliable
6	0,726	Valid	0,912	Reliable	26	0,714	Valid	0,917	Reliable
7	0,433	Valid	0,919	Reliable	27	0,686	Valid	0,918	Reliable
8	0,451	Valid	0,918	Reliable	28	0,351	Tidak Valid	0,925	Reliable
9	0,527	Valid	0,917	Reliable	29	0,528	Valid	0,921	Reliable
10	0,68	Valid	0,913	Reliable	30	0,796	Valid	0,916	Reliable
11	0,623	Valid	0,915	Reliable	31	0,360	Tidak Valid	0,924	Reliable
12	0,605	Valid	0,915	Reliable	32	0,751	Valid	0,917	Reliable
13	0,344	Tidak Valid	0,921	Reliable	33	0,434	Valid	0,923	Reliable
14	0,724	Valid	0,912	Reliable	34	0,826	Valid	0,915	Reliable
15	0,378	Valid	0,920	Reliable	35	0,485	Valid	0,922	Reliable
16	0,72	Valid	0,912	Reliable	36	0,592	Valid	0,92	Reliable
17	0,544	Valid	0,916	Reliable	37	0,787	Valid	0,916	Reliable
18	0,733	Valid	0,912	Reliable	38	0,485	Valid	0,922	Reliable
19	0,618	Valid	0,915	Reliable	39	0,780	Valid	0,916	Reliable
20	0,677	Valid	0,913	Reliable	40	0,387	Valid	0,924	Reliable

Sumber: Data Diolah Penulis, 2017

3.8 Metode Analisis Data

Penelitian ini menguji hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Trans Pakuan. Kualitas Pelayanan sebagai variabel bebas (independen) sedangkan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (dependen).

Berikut penjelasan mengenai teknik pengolahan data yang akan digunakan dalam penelitian ini :

1. Analisis Koefisien Korelasi Product Moment.

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan antara kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan pelanggan (Y) dengan menggunakan *product moment*. Persamaan korelasi Pearson dinyatakan dalam rumus:

$$r = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n(\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)\} \{n(\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)\}}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi ($-1 \leq r \leq +1$)

x = variabel bebas

y = variabel terikat

n = jumlah sampel

Untuk menginterpretasikan hasil penelitian korelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3

Interval Koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,00	Sangat Kuat

2. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui nilai presentase yang menunjukkan sejauh mana hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang telah diuji melalui analisis korelasi. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

R = Nilai koefisien korelasi

3. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nyata atau tidak kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, maka dilakukan uji hipotesis koefisien korelasi sebagai berikut :

$H_0: = 0$ Tidak terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

$H_a: > 0$ Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Untuk menentukan nilai t tabel diperoleh melalui pengujian hipotesis penelitian menggunakan uji hipotesis satu arah untuk koefisien pada taraf nyata $\alpha = 5\%$ atau $0,05$ dan $df = n-2$

T hitung dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

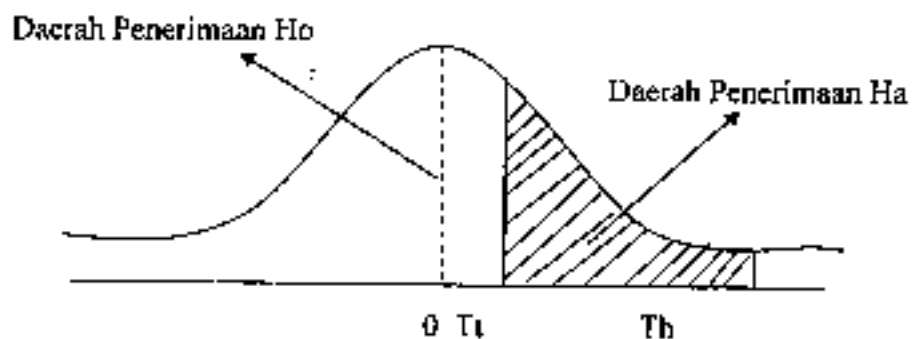
$$t_H = r \frac{\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan :

t_h = t hitung

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel



Gambar 3.2
Kurva Pengujian Hipotesis Koefisien Korelasi

BAB IV

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah dan Perkembangan PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan)

Trans Pakuan merupakan Perusahaan Daerah Jasa Transportasi yang dibentuk oleh Pemerintah Kota Bogor yang bertujuan untuk menanggulangi masalah transportasi di Kota Bogor. Perusahaan dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 5 Tahun 2007 yang ditetapkan pada tanggal 12 April 2007, dengan tujuan melakukan perubahan sistem manajemen angkutan umum agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan profesional. Peraturan daerah ini dibuat sehubungan adanya bantuan 30 unit Bus Angkutan Umum Massal Trans Pakuan dari Direktorat Jenderal Perhubungan Darat.

Dengan pertimbangan bahwa suatu transportasi daerah harus dioperasionalkan oleh perusahaan daerah, maka Pemkot Bogor mengambil inisiatif dengan membuat sebuah peraturan daerah mengenai pembentukan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang akan menangani bidang Transportasi di Kota Bogor. Salah satu perubahan yang dilakukan adalah dengan mengganti sistem setoran menjadi sistem pembelian pelayanan (*Buy the Service*).

Sehubungan dengan didirikannya Perusahaan Daerah Jasa Transportasi, Walikota Bogor pada tanggal 30 April 2007 mengangkat dan melantik Bapak Ir. H. Hari Harsono, MM., MBA sebagai direktur Perusahaan Daerah Jasa Transportasi dan tiga orang Badan Pengawas.

Demi kelancaran tugas dalam mengawali jalannya roda PD. Jasa Transportasi Kota Bogor mempunyai Visi, Misi, Kedudukan, Tugas Pokok dan Fungsi sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi perusahaan penyedia jasa terbaik dalam bidang transportasi.

b. Misi

Memberikan kepuasan kepada masyarakat dengan pelayanan prima dan inovatif, serta berperan sebagai penunjang otonomi daerah.

c. Kedudukan

1. Perusahaan Daerah Jasa Transportasi merupakan unsur pelaksana pemerintah daerah di bidang pengelolaan jasa angkutan, jasa bengkel umum, jasa kendaraan derek, dan jasa usaha transportasi lainnya.
2. Perusahaan Daerah Jasa Transportasi dipimpin oleh seorang Direktur yang bertanggungjawab kepada Walikota melalui Badan Pengawas.

d. Tugas Pokok

1. Memberikan pelayanan angkutan bagi masyarakat Kota Bogor secara memadai, nyaman dan aman.

2. Memberikan pelayanan jasa bengkel, jasa kendaraan derek dan jasa usaha transportasi lainnya.
3. Menjadikan Perusahaan Daerah Jasa Transportasi mampu mengembangkan diri sesuai tugas dan fungsi, sehingga menambah pendapatan daerah secara langsung dan atau tidak langsung.
4. Melakukan pengembangan usaha dan investasi pada Perusahaan daerah Jasa Transportasi.

e. Fungsi Ekonomi

Sebagai sarana prasarana publik senantiasa dituntut untuk meningkatkan kemampuan pengembangan usaha dan memenuhi kewajiban-kewajibannya lainnya dengan cara pengelolaan Perusahaan Daerah Jasa Transportasi secara sehat berdasarkan asas ekonomi perusahaan.

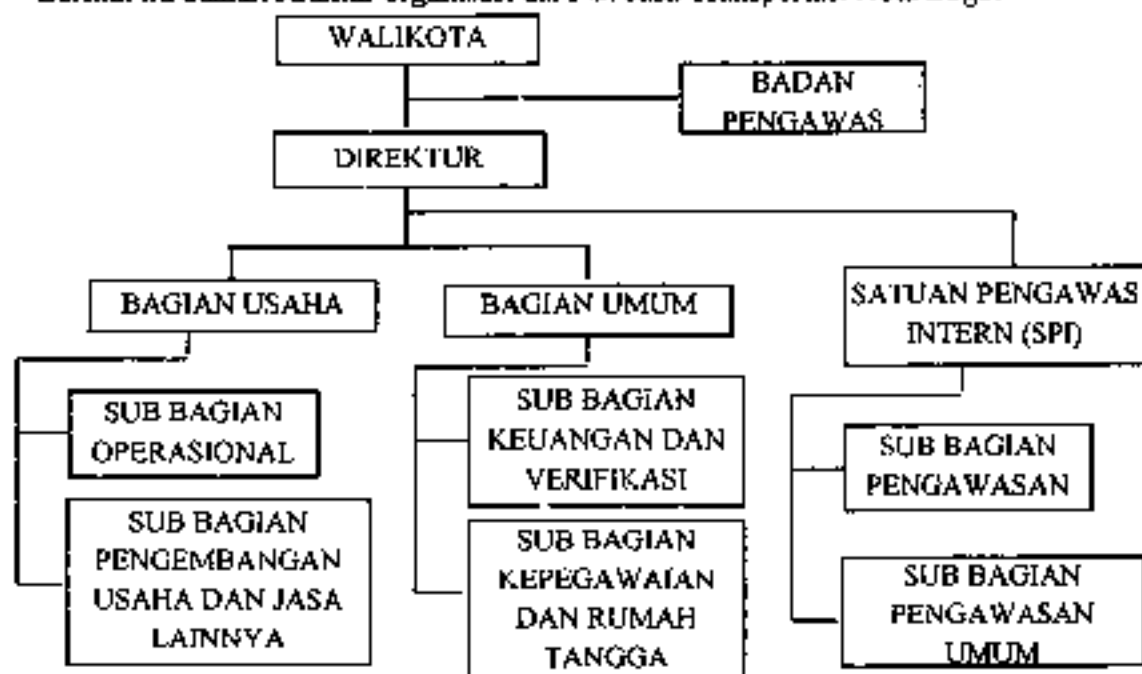
f. Fungsi Sosial

Sebagai sarana publik dalam melaksanakan pengelolaan jasa transportasi yang merupakan urat nadi pembangunan suatu daerah senantiasa dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang optimal kepada seluruh lapisan masyarakat dari semua golongan masyarakat dengan memberlakukan tarif yang terjangkau sesuai kemampuan masyarakat dan aspek keadilan.

4.1.2 Struktur Organisasi PD.Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan)

Dalam suatu perusahaan, untuk mempermudah aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan baik maka diperlukan adanya pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dari setiap karyawan atau anggota dalam rangka pencapaian tujuan perusahaan. Oleh karena itu sebuah perusahaan sangat membutuhkan struktur organisasi. Penyusunan organisasi suatu perusahaan harus sesuai dengan bidang usaha perusahaan, disamping itu juga pada skala usaha dari usaha yang bersangkutan.

Berikut ini adalah struktur organisasi dari PD. Jasa Transportasi Kota Bogor



Gambar 4.1
Struktur Organisasi PD.Jasa Transportasi Kota Bogor

Adapun uraian tugas dari masing-masing jabatan dari struktur organisasi tersebut yaitu .

- a. Walikota
 - Memiliki tugas dan wewenang memimpin penyelenggaraan daerah berdasarkan kebijakan yang ditetapkan bersama DPRD Kota
- b. Badan Pengawas
 - Mengawasi kegiatan direksi
 - Memberikan pendapat dan saran kepada Kepala Daerah terhadap rencana pengangkatan anggota direksi
 - Melakukan tugas-tugas pengawasan lain yang ditentukan oleh Kepala Daerah
- c. Direktur
 - Bertanggung jawab terhadap kelangsungan hidup perusahaan
 - Menentukan strategi dan kebijakan-kebijakan yang harus di ambil perusahaan
- d. Bagian Usaha
 - Bertugas memberikan pelayanan teknis dan administrasi kepada semua satuan unit dibidang ketatausahaan meliputi perencanaan, pelaporan, kepegawaian, keuangan rumah tangga, keprotokoleran, peralatan serta peralatan kantor.
- e. Bagian Umum
 - Bertanggung jawab kepada Sekretaris Daerah melalui Asisten Administrasi Umum

- Bertugas memberikan pelayanan administratif kepada seluruh perangkat daerah kota, termasuk juga pelayanan Kepala Daerah dalam pengelolaan dan perawatan barang daerah.
- f. Satuan Pengawas Intern (SPI)
 - Bertugas menyusun dan melaksanakan rencana audit internal tahunan.
 - Bertugas melakukan evaluasi dan validasi terhadap sistem yang berjalan maupun yang baru akan diimplementasikan mengenai pengendalian, pengelolaan, pemantauan efektivitas serta efisiensi sistem dan prosedur untuk setiap unit perusahaan.
- g. Sub Bagian Operasional
 - Bertugas menyiapkan bahan koordinasi, perumusan kebijakan, pelaksanaan dan memfasilitasi penyelenggaraan kegiatan di bidang transportasi.
- h. Sub Bagian Keuangan dan Verifikasi
 - Bertugas menyusun rencana dan program kerja
 - Melaksanakan pengurusan gaji pegawai dan tunjangan lainnya
 - Melaksanakan pengawasan dan pembinaan dalam rangka pengumpulan, pengolahan dan pengkajian data.
- i. Sub Bagian Pengawasan
 - Bertugas melaksanakan sinkronisasi penyusunan kebijakan pengawasan intern perusahaan dan sinkronisasi penyusunan kebijakan teknis pengawasan dilingkungan perusahaan.
- j. Sub Bagian Pengembangan Usaha dan Jasa Lainnya
 - Bertugas mempersiapkan bahan perumusan kebijakan Pemerintah Daerah di bidang usaha.
- k. Sub Bagian Kepegawaian dan Rumah Tangga
 - Bertugas melakukan program rumah tangga yang meliputi pelayanan angkutan dan perawatan kendaraan dinas, akomodasi dan rumah jabatan, serta memelihara kebersihan kantor dan pekarangan lingkungan kantor
- l. Sub Bagian Pengawasan Umum
 - Bertugas menyelenggarakan urusan surat-menyurat, kearsipan, inventaris barang, perlengkapan, keprotokoan, dan perjalanan dinas.

4.2 Profil Responden

Dalam Penelitian ini, peneliti menyebar kuesioner pada pengguna atau pelanggan bus Trans Pakuan sebanyak 242 orang. Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia atau umur, pekerjaan, dan pendapatan. Hasil dari karakteristik responden yaitu :

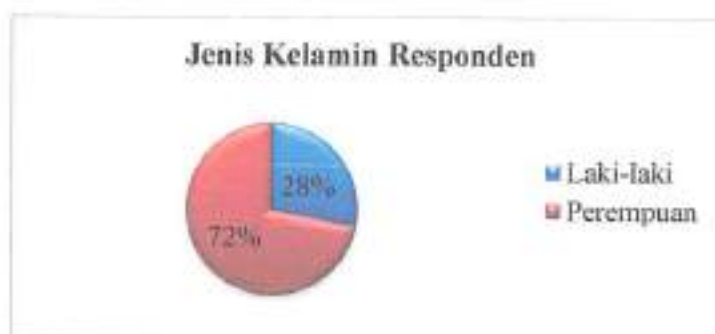
1. Jenis Kelamin Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	68	28%
Perempuan	174	72%
Total	242	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah, 2017



Gambar 4.2
Jenis Kelamin Responden

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan responden berjenis kelamin laki-laki yakni mencapai 72% responden dan jumlah responden laki-laki sebesar 28% responden.

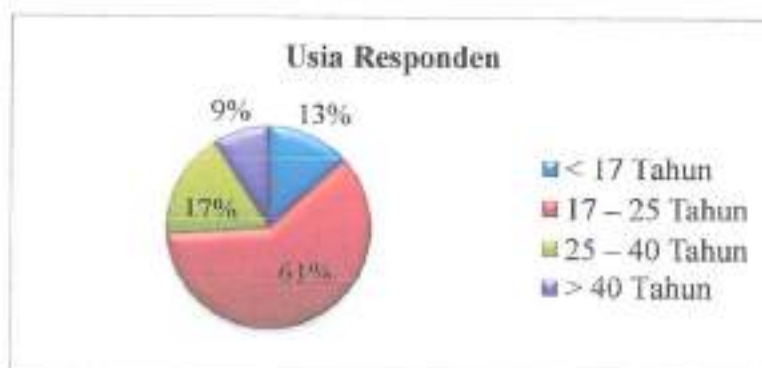
2. Usia Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan usia responden :

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
< 17 Tahun	32	13.2%
17 – 25 Tahun	147	60.7%
25 – 40 Tahun	41	17%
> 40 Tahun	22	9.1%
Total	242	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah, 2017



Gambar 4.3
Usia Responden

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa jumlah terbesar responden adalah pengguna bus yang berusia 17-25 tahun mencapai 61% responden, kemudian diikuti kelompok usia 25-40 tahun sebesar 17% responden, dibawah 17 tahun sebanyak 13% responden dan diatas usia 40 tahun 9% responden.

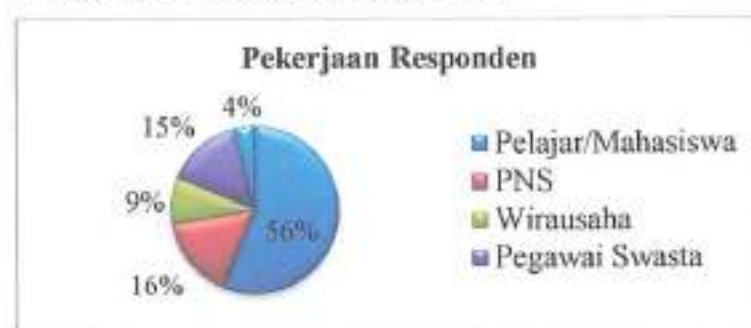
3. Pekerjaan Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan pekerjaan :

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	136	56.1%
PNS	39	16.1%
Wirausaha	22	9.1%
Pegawai Swasta	36	14.9%
Lainnya	9	3.8%
Total	242	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah, 2017



Gambar 4.4
Pekerjaan Responden

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa jumlah terbesar pekerjaan responden adalah Pelajar/Mahasiswa mencapai 56% responden, kemudian diikuti PNS sebesar 16% responden, Pegawai Swasta sebanyak 15% responden, 9% responden adalah Wirausaha dan Pekerjaan lainnya sebesar 4%.

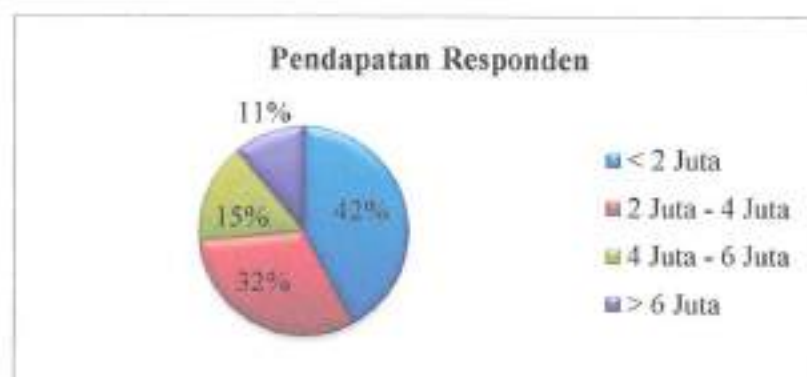
4. Pendapatan Responden

Berikut ini merupakan tabel dan gambar yang menggambarkan responden berdasarkan pendapatan :

Tabel 4.4
Pendapatan Responden

Pendapatan	Jumlah	Presentase
< 2 Juta	102	42.2%
2 Juta- 4 Juta	76	31.4%
4 Juta-6 Juta	37	15.3%
> 6 Juta	27	11.1%
Total	242	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah, 2017



Gambar 4.5
Pendapatan Responden

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa jumlah terbesar sebanyak 42% responden berpendapatan kurang dari Rp 2.000.000 per bulan, kemudian diikuti responden sebesar 32% berpendapatan Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000, kemudian diikuti responden sebesar 15% berpendapatan Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000, dan yang terendah responden berpendapatan lebih dari Rp 6.000.000 sebesar 11% responden.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Kualitas Pelayanan Pada Trans Pakuan

Kualitas pelayanan merupakan hal yang paling utama di dalam sebuah perusahaan. Karena jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan tersebut baik maka pelanggan akan merasa puas. Kualitas pelayanan merupakan hasil antara kenyataan dan harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan dibagi berdasarkan indikator-indikator yaitu bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Emphaty*).

Jika semua indikator kualitas pelayanan tersebut dapat dilaksanakan dengan baik dan pelanggan merasa puas maka perusahaan tersebut dapat dikatakan berhasil dalam melayani pelanggannya. Berikut adalah hasil penerapan kualitas pelayanan pada PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan :

a. Bukti Langsung (*Tangibles*)

1. Halte/shelter Trans Pakuan yang Bersih dan Nyaman.

Tabel 4.5
Penilaian Responden Terhadap Halte/Shelter Trans Pakuan yang Bersih dan Nyaman

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	25	25	10.3%
Tidak Baik	2	104	208	43%
Kurang Baik	3	86	258	35.55%
Baik	4	27	108	11.15%

Sangat Baik	5	0	0	0%
Total		242	599	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak baik sebanyak 25 orang dengan persentase sebesar (10,3%) yang menjawab tidak baik sebanyak 104 orang dengan persentase sebesar(43%) yang menjawab kurang baik sebanyak 86 orang dengan persentase (35,55%) dan yang menjawab baik sebanyak 27 orang dengan persentase sebesar (11,15%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "tidak baik" yaitu sebesar 43% dengan pernyataan "Halte/shelter Trans Pakuan yang bersih dan nyaman". Yang artinya responden menyatakan tidak baik jika halte/shelter Trans Pakuan yang bersih dan nyaman, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak baik, kurang baik dan baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

2. Kondisi Peralatan/Sarana Penunjang Halte/Shelter Trans Pakuan Bersih dan Nyaman

Tabel 4.6

Penilaian Responden Terhadap Kondisi Peralatan/Sarana Penunjang Halte/shelter Trans Pakuan Bersih dan Nyaman

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	37	37	15.3%
Tidak Baik	2	122	244	50.4%
Kurang Baik	3	83	249	34.3%
Baik	4	0	0	0%
Sangat Baik	5	0	0	0%
Total		242	530	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah, 2017.

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak baik sebanyak 37 orang dengan persentase sebesar (15.3%) yang menjawab tidak baik sebanyak 122 orang dengan persentase sebesar (50,4%) dan yang menjawab kurang baik sebanyak 83 orang dengan persentase (34,3%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "tidak baik" yaitu sebesar 50,4% dengan pernyataan "Kondisi peralatan/sarana penunjang halte/shelter Trans Pakuan bersih dan nyaman". Yang artinya responden menyatakan tidak baik jika Kondisi peralatan/sarana penunjang halte/shelter Trans Pakuan bersih dan nyaman, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak baik dan kurang baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

3. Kondisi dan Kelengkapan Armada Bus yang Beroperasi (AC, Kursi, dll)

Tabel 4.7

Penilaian Responden Terhadap Kondisi dan Kelengkapan Armada Bus yang Beroperasi

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	49	49	20,3%
Tidak Baik	2	104	208	43%
Kurang Baik	3	87	261	36%
Baik	4	2	8	0,08%
Sangat Baik	5	0	0	0%
Total		242	526	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak baik sebanyak 49 orang dengan persentase sebesar (20,3%) yang menjawab tidak baik sebanyak 104 orang dengan persentase sebesar (43%) yang menjawab kurang baik sebanyak 87 orang dengan persentase (36%) dan yang menjawab baik sebanyak 2 orang dengan persentase (0,08%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "tidak baik" yaitu sebesar 43% dengan pernyataan "Kondisi dan kelengkapan armada bus yang beroperasi" Yang artinya responden menyatakan tidak baik jika kondisi dan kelengkapan armada bus yang beroperasi, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak baik, kurang baik, dan baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

4. Penampilan Pegawai PDJT Kota Bogor di Halte/Shelter yang Rapi

Tabel 4.8

Penilaian Responden Terhadap Penampilan Pegawai PDJT Kota Bogor di Halte/Shelter yang Rapi

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0%
Tidak Baik	2	14	28	5,8%
Kurang Baik	3	46	138	19%
Baik	4	109	436	45,04%
Sangat Baik	5	73	365	30,16%
Total		242	967	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab tidak baik sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar (5,8%) yang menjawab kurang baik sebanyak 46 orang dengan persentase sebesar (19%) yang menjawab baik sebanyak 109 orang dengan persentase (45,04%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 73 orang dengan persentase sebesar (30,16%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "baik" yaitu sebesar 45,04% dengan pernyataan "Penampilan pegawai PDJT Kota Bogor di halte/shelter yang rapi". Yang artinya responden menyatakan baik jika penampilan pegawai PDJT Kota

Bogor di halte/shelter yang rapi, meskipun ada sebagian responden yang menjawab tidak baik, dan kurang baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

Diantara indikator "Bukti Langsung" (*Tangibles*) yang telah diolah datanya tersebut terdapat 4 pernyataan. Yang paling dominan nilai tertinggi adalah pernyataan penampilan pegawai PDJT Kota Bogor di halte/shelter yang rapi, yaitu pada tabel 4.8 dengan skor total 967 dan terkecil pada tabel 4.7 dengan skor total 526.

b. Keandalan (*Reliability*)

5. Jadwal Keberangkatan Bus Dengan Tepat Waktu

Tabel 4.9
Penilaian Responden Terhadap Jadwal Keberangkatan Bus Dengan Tepat Waktu

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	11	11	4,55%
Tidak Baik	2	37	74	15,29%
Kurang Baik	3	102	306	42,15%
Baik	4	69	276	28,51%
Sangat Baik	5	23	115	9,5%
Total		242	782	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak baik sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar (4,55%) yang menjawab tidak baik sebanyak 37 orang dengan persentase sebesar (15,29%) yang menjawab kurang baik sebanyak 102 orang dengan persentase (42,15%) yang menjawab baik sebanyak 69 orang dengan persentase sebesar (28,51%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 23 orang dengan persentase sebesar (9,5%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "kurang baik" yaitu sebesar 42,15% dengan pernyataan "Jadwal keberangkatan bus dengan tepat waktu". Yang artinya responden menyatakan kurang baik jika jadwal keberangkatan bus dengan tepat waktu, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak baik, tidak baik, baik, dan sangat baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

6. Pelayanan yang Diberikan Oleh Pegawai Cepat dan Tepat

Tabel 4.10
Penilaian Responden Terhadap Pelayanan yang Diberikan
Oleh Pegawai Cepat dan Tepat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0%
Tidak Baik	2	13	26	5,37%
Kurang Baik	3	48	144	19,83%
Baik	4	136	544	56,2%
Sangat Baik	5	45	225	18,6%
Total		242	939	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab tidak baik sebanyak 13 orang dengan persentase sebesar (5,37%) yang menjawab kurang baik sebanyak 48 orang dengan persentase (19,83%) yang menjawab baik sebanyak 136 orang dengan persentase sebesar (56,2%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 45 orang dengan persentase sebesar (18,6%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "baik" yaitu sebesar 56,2% dengan pernyataan "Pelayanan yang diberikan oleh pegawai cepat dan tepat". Yang artinya responden menyatakan baik jika Pelayanan yang diberikan oleh pegawai cepat dan tepat, meskipun ada sebagian responden yang menjawab tidak baik, dan sangat baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

7. Pegawai PDJT Kota Bogor Memberikan Pelayanan yang Ramah Serta Selalu Siap Menolong

Tabel 4.11
Penilaian Responden Terhadap Pegawai PDJT Kota Bogor
Memberikan Pelayanan yang Ramah Serta Selalu Siap Menolong

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0%
Tidak Baik	2	9	18	3,72%
Kurang Baik	3	23	69	9,5%
Baik	4	161	644	66,53%
Sangat Baik	5	49	245	20,2%
Total		242	976	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab tidak baik sebanyak 9 orang dengan persentase sebesar (3,72%) yang menjawab kurang baik sebanyak 23 orang dengan persentase (9,5%) yang menjawab baik sebanyak 161 orang dengan persentase sebesar (66,53%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 49 orang dengan persentase sebesar (20,2%). Dari pernyataan

di atas yang paling tertinggi responden menjawab "baik" yaitu sebesar 66,53% dengan pernyataan "Pegawai PDJT Kota Bogor memberikan pelayanan yang ramah serta selalu siap menolong". Yang artinya responden menyatakan baik jika Pegawai PDJT Kota Bogor memberikan pelayanan yang ramah serta selalu siap menolong, meskipun ada sebagian responden yang menjawab tidak baik, kurang baik dan sangat baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

8. Pegawai Memberikan Perhatian yang Sungguh-Sungguh Terhadap Pelanggan yang Mendapat Masalah

Tabel 4.12

Penilaian Responden Terhadap Pegawai Memberikan Perhatian yang Sungguh-Sungguh Terhadap Pelanggan yang Mendapat Masalah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	42	42	17,35%
Tidak Baik	2	67	134	27,7%
Kurang Baik	3	63	189	26,05%
Baik	4	38	152	15,7%
Sangat Baik	5	32	160	13,2%
Total		242	677	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak baik sebanyak 42 orang dengan persentase sebesar (17,35%) yang menjawab tidak baik sebanyak 67 orang dengan persentase sebesar (27,7%) yang menjawab kurang baik sebanyak 63 orang dengan persentase (26,05%) yang menjawab baik sebanyak 38 orang dengan persentase sebesar (15,7%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar (13,2%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "tidak baik" yaitu sebesar 27,7% dengan pernyataan "Pegawai memberikan perhatian yang sungguh-sungguh terhadap pelanggan yang mendapat masalah". Yang artinya responden menyatakan tidak baik jika Pegawai memberikan perhatian yang sungguh-sungguh terhadap pelanggan yang mendapat masalah, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak baik, kurang baik, baik dan sangat baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

Diantara indikator "Keandalan" (*Reliability*) yang telah diolah datanya tersebut terdapat 4 pernyataan. Yang paling dominan nilai tertinggi adalah pernyataan pegawai PDJT Kota Bogor memberikan pelayanan yang ramah serta selalu siap menolong, yaitu pada tabel 4.11 dengan skor total 976 dan terkecil pada tabel 4.12 dengan skor total 677.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

9. Pegawai Menyampaikan Informasi yang Akurat (Kenaikan Harga dan Jadwal Tiket)

Tabel 4.13
Penilaian Responden Terhadap Pegawai Menyampaikan Informasi yang Akurat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0%
Tidak Baik	2	23	46	9.5%
Kurang Baik	3	51	153	21.08%
Baik	4	107	428	44.21%
Sangat Baik	5	61	305	25.21%
Total		242	932	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017.

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab tidak baik sebanyak 23 orang dengan persentase sebesar (9,5%) yang menjawab kurang baik sebanyak 51 orang dengan persentase sebesar (21,08%) yang menjawab baik sebanyak 107 orang dengan persentase (44,21%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 61 orang dengan persentase sebesar (25,21%) Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "baik" yaitu sebesar 44,21% dengan pernyataan "Pegawai menyampaikan informasi yang akurat". Yang artinya responden menyatakan tidak baik jika pegawai menyampaikan informasi yang akurat, meskipun ada sebagian responden yang menjawab tidak baik, kurang baik, dan sangat baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

10. Pegawai Menawarkan Bantuan yang Dapat Diberikan Tanpa Dimintai Oleh Pelanggan

Tabel 4.14
Penilaian Responden Terhadap Pegawai Menawarkan Bantuan yang Dapat Diberikan Tanpa Dimintai Oleh Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	34	34	14%
Tidak Baik	2	59	118	24.4%
Kurang Baik	3	82	246	33.9%
Baik	4	41	164	17%
Sangat Baik	5	26	130	10.7%
Total		242	692	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak baik sebanyak 34 orang dengan persentase sebesar (14%) yang menjawab tidak baik sebanyak 59 orang dengan persentase sebesar (24,4%) yang menjawab kurang baik sebanyak 82 orang dengan persentase (33,9%) yang menjawab baik sebanyak 41 orang dengan persentase sebesar (17%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 26 orang dengan persentase sebesar (10,7%). Dari

pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab “kurang baik” yaitu sebesar 33,9% dengan pernyataan “Pegawai menawarkan bantuan yang dapat diberikan tanpa diminta oleh pelanggan”. Yang artinya responden menyatakan kurang baik jika Pegawai menawarkan bantuan yang dapat diberikan tanpa diminta oleh pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak baik, tidak baik, baik, dan sangat baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

11 Ketanggapan Pegawai Memecahkan Masalah yang Timbul (Barang Hilang/Tertinggal di Halte/Shelter dan Dalam Armada Dalam Bus)

Tabel 4.15
Penilaian Responden Terhadap Ketanggapan Pegawai Memecahkan Masalah yang Timbul

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	11	11	4,5%
Tidak Baik	2	23	46	9,5%
Kurang Baik	3	42	126	17%
Baik	4	136	544	56,2%
Sangat Baik	5	31	155	12,8%
Total		242	882	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak baik sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar (4,5%) yang menjawab tidak baik sebanyak 23 orang dengan persentase sebesar (9,5%) yang menjawab kurang baik sebanyak 42 orang dengan persentase (17%) yang menjawab baik sebanyak 136 orang dengan persentase sebesar (56,2%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 31 orang dengan persentase sebesar (12,8%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab “baik” yaitu sebesar 56,2% dengan pernyataan “Ketanggapan pegawai memecahkan masalah yang timbul”. Yang artinya responden menyatakan baik jika Ketanggapan pegawai memecahkan masalah yang timbul, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak baik, tidak baik, kurang baik, dan sangat baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

Diantara indikator “Daya Tanggap” (*Responsiveness*) yang telah diolah datanya tersebut terdapat 3 pernyataan. Yang paling dominan nilai yang tertinggi adalah pernyataan pegawai menyampaikan informasi yang akurat, yaitu pada tabel 4.13 dengan skor total 932 dan terkecil pada tabel 4.14 dengan skor total 692.

d. **Jaminan (Assurance)**

12. Keramahan Pegawai Pada Saat Berkomunikasi Dengan Pelanggan

Tabel 4.16

Penilaian Responden Terhadap Keramahan Pegawai Pada Saat Berkomunikasi Dengan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0%
Tidak Baik	2	0	0	0%
Kurang Baik	3	23	69	9,5%
Baik	4	128	512	52,9%
Sangat Baik	5	91	455	37,60%
Total		242	1036	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab kurang baik sebanyak 23 orang dengan persentase sebesar (9,5%) yang menjawab baik sebanyak 128 orang dengan persentase (52,9%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 91 orang dengan persentase sebesar (37,60%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "baik" yaitu sebesar 52,9% dengan pernyataan "Keramahan pegawai pada saat berkomunikasi dengan pelanggan". Yang artinya responden menyatakan baik jika Keramahan pegawai pada saat berkomunikasi dengan pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab tidak baik, kurang baik, dan sangat baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

13. Pegawai Mengerti dan Memahami Tentang Persoalan Seputar Trans Pakuan yang Ditanyakan Pelanggan

Tabel 4.17

Penilaian Responden Terhadap Pegawai Mengerti dan Memahami Tentang Persoalan Seputar Trans Pakuan yang Ditanyakan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0%
Tidak Baik	2	0	0	0%
Kurang Baik	3	17	51	7%
Baik	4	133	532	55%
Sangat Baik	5	92	460	38%
Total		242	1043	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab kurang baik sebanyak 17 orang dengan persentase (7%) yang menjawab baik sebanyak 133 orang dengan persentase sebesar (55%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 92 orang dengan persentase sebesar (38%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "baik" yaitu sebesar 55% dengan pernyataan "Pegawai mengerti dan memahami tentang persoalan seputar Trans

Pakuan yang ditanyakan pelanggan". Yang artinya responden menyatakan baik jika Pegawai mengerti dan memahami tentang persoalan seputar Trans Pakuan yang ditanyakan pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab kurang baik dan sangat baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

14. PDJT Kota Bogor Membuat Pelanggan Merasa Aman Saat Menggunakan Jasa Layanan Perusahaan

Tabel 4.18

Penilaian Responden Terhadap PDJT Kota Bogor Membuat Pelanggan Merasa Aman Saat Menggunakan Jasa Layanan Perusahaan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0%
Tidak Baik	2	26	52	10,8%
Kurang Baik	3	51	153	21%
Baik	4	94	376	38,9%
Sangat Baik	5	71	355	29,3%
Total		242	936	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab tidak baik sebanyak 26 orang dengan persentase sebesar (10,8%) yang menjawab kurang baik sebanyak 51 orang dengan persentase (21%) yang menjawab baik sebanyak 94 orang dengan persentase sebesar (38,9%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 71 orang dengan persentase sebesar (29,3%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "baik" yaitu sebesar 38,9% dengan pernyataan "PDJT Kota Bogor membuat pelanggan merasa aman saat menggunakan jasa layanan perusahaan". Yang artinya responden menyatakan baik jika PDJT Kota Bogor membuat pelanggan merasa aman saat menggunakan jasa layanan perusahaan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab tidak baik, kurang baik dan sangat baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

Diantara indikator Jaminan (*Assurance*) yang telah diolah datanya tersebut terdapat 3 pernyataan. Yang paling dominan nilai yang tertinggi adalah pernyataan pegawai mengerti dan memahami tentang persoalan seputar Trans Pakuan yang ditanyakan pelanggan, yaitu pada tabel 4.17 dengan skor total 1.043 dan PDJT Kota Bogor membuat pelanggan merasa aman saat menggunakan jasa layanan perusahaan pada tabel 4.18 dengan skor total 936 merupakan dominan terkecil.

e. Empati (*Empathy*)

15. Pada Saat Armada Bus Bermuatan Penuh, Pegawai Memberikan Perhatian Terhadap Pelanggan Dengan Cara Memperingati

Tabel 4.20

Penilaian Responden Terhadap Pegawai Memberikan Perhatian Terhadap Pelanggan Dengan Cara Memperingati

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	20	20	8,27%
Tidak Baik	2	36	72	14,88%
Kurang Baik	3	94	282	38,85%
Baik	4	61	244	25,2%
Sangat Baik	5	31	155	12,8%
Total		242	773	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak baik sebanyak 20 orang dengan persentase sebesar (8,27%) yang menjawab tidak baik sebanyak 36 orang dengan persentase sebesar (14,88%) yang menjawab kurang baik sebanyak 94 orang dengan persentase (38,85%) yang menjawab baik sebanyak 61 orang dengan persentase sebesar (25,2%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 31 orang dengan persentase sebesar (12,8%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "kurang baik" yaitu sebesar 38,85% dengan pernyataan "Pegawai memberikan perhatian terhadap pelanggan dengan cara memperingati". Yang artinya responden menyatakan kurang baik jika Pegawai memberikan perhatian terhadap pelanggan dengan cara memperingati, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak baik, tidak baik dan sangat baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

16. Pada Saat Melayani Pelanggan Pegawai Memahami Keperluan Pelanggan.

Tabel 4.21

Penilaian Responden Terhadap Pada Saat Melayani Pelanggan Pegawai Memahami Keperluan Pelanggan.

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	6	6	2,47%
Tidak Baik	2	14	28	5,79%
Kurang Baik	3	79	237	32,64%
Baik	4	102	408	42,15%
Sangat Baik	5	41	205	16,95%
Total		242	884	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak baik sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar (2,47%) yang menjawab tidak baik sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar (5,79%)

yang menjawab kurang baik sebanyak 79 orang dengan persentase (32,64%) yang menjawab baik sebanyak 102 orang dengan persentase sebesar (42,15%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 41 orang dengan persentase sebesar (16,95%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "baik" yaitu sebesar 42,15% dengan pernyataan "Pada saat melayani pelanggan pegawai memahami keperluan pelanggan". Yang artinya responden menyatakan baik jika Pada saat melayani pelanggan pegawai memahami keperluan pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak baik, tidak baik, baik, dan sangat baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

17. Perhatian Pihak PDJT Secara Individu Kepada Pelanggan (Lansia Ibu Hamil, Kaum Difabel, dan Ibu Membawa Anak)

Tabel 4.22

**Penilaian Responden Terhadap Perhatian Pihak PDJT
Secara Individu Kepada Pelanggan**

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Baik	1	0	0	0%
Tidak Baik	2	37	74	15,29%
Kurang Baik	3	51	153	21,07%
Baik	4	96	384	39,67%
Sangat Baik	5	58	290	23,97%
Total		242	901	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab tidak baik sebanyak 37 orang dengan persentase sebesar (15,29%) yang menjawab kurang baik sebanyak 51 orang dengan persentase (21,07%) yang menjawab baik sebanyak 96 orang dengan persentase sebesar (39,67%) dan yang menjawab sangat baik sebanyak 58 orang dengan persentase sebesar (23,97%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "baik" yaitu sebesar 39,67% dengan pernyataan "Perhatian pihak PDJT secara individu kepada pelanggan". Yang artinya responden menyatakan baik jika Perhatian pihak PDJT secara individu kepada pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab tidak baik dan sangat baik, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

Diantara indikator "Empati" (*Empathy*) yang telah diolah datanya tersebut terdapat 3 pernyataan. Yang paling dominan nilai yang tertinggi adalah pernyataan perhatian pihak PDJT secara individu kepada pelanggan pada tabel 4.22 dengan skor total 901 dan terkecil pada tabel 4.20 dengan skor total 773.

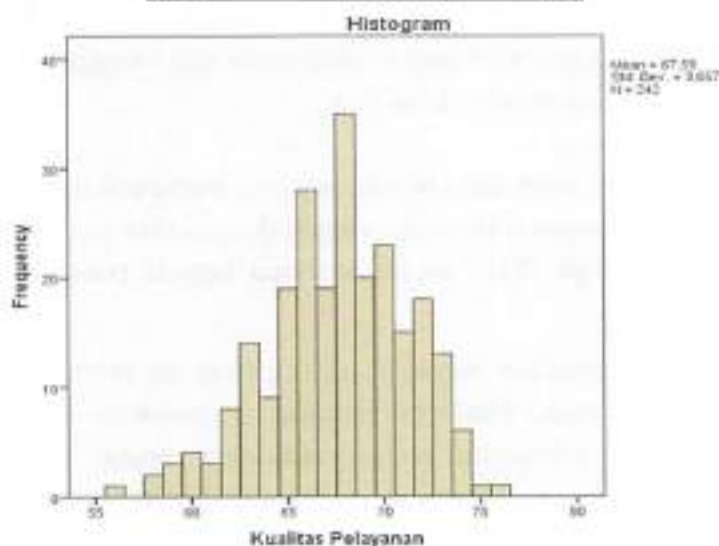
Berdasarkan hasil analisis dari kualitas pelayanan maka dapat disimpulkan per indikator kualitas pelayanan nilai dominan terbesar dan terkecil yaitu :

1. **Bukti Langsung (*Tangibles*)**
 - a. Kondisi dan kelengkapan armada bus yang beroperasi dengan skor total 526
 - b. Penampilan pegawai PDJT Kota Bogor di halte/shelter yang rapi dengan skor total 967
2. **Kehandalan (*Reliability*)**
 - a. Pegawai PDJT Kota Bogor memberikan pelayanan yang ramah serta selalu siap menolong dengan skor total 976
 - b. Pegawai memberikan perhatian yang sungguh-sungguh terhadap pelanggan yang mendapat masalah dengan skor total 677
3. **Daya Tanggap (*Responsiveness*)**
 - a. Pegawai menyampaikan informasi yang akurat dengan skor total 932
 - b. Pegawai menawarkan bantuan yang dapat diberikan tanpa diminta oleh pelanggan dengan skor total 692
4. **Jaminan (*Assurance*)**
 - a. Pegawai mengerti dan memahami tentang persoalan seputar Trans Pakuan yang ditanyakan pelanggan dengan skor total 1043
 - b. PDJT Kota Bogor membuat merasa aman saat menggunakan jasa layanan perusahaan dengan skor total 936
5. **Empati (*Empathy*)**
 - a. Pada saat bus bermuatan penuh, pegawai memberikan perhatian terhadap pelanggan dengan cara memperingati dengan skor total 773
 - b. Perhatian pihak PDJT secara individu kepada pelanggan dengan skor total 901

Maka telah disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai dominan yang tertinggi adalah pada indikator **Jaminan (*Assurance*)** dengan pernyataan "pegawai mengerti dan memahami tentang persoalan seputar Trans Pakuan yang ditanyakan pelanggan" dengan skor total 1043 untuk dipertahankan perusahaan agar lebih ditingkatkan dan dipertahankan, sedangkan untuk nilai dominan yang terkecil adalah pada indikator **Bukti Langsung (*Tangibles*)** dengan pernyataan "kondisi dan kelengkapan armada bus yang beroperasi" dengan skor total 526 agar ditingkatkan lagi oleh perusahaan.

Tabel 4.23
Analisis Hasil Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

Statistics		
Kualitas Pelayanan		
N	Valid	242
	Missing	0
Mean		67,59
Std. Error of Mean		,235
Median		68,00
Mode		68
Std. Deviation		3,657
Variance		13,371
Skewness		-,367
Std. Error of Skewness		,156
Kurtosis		-,045
Std. Error of Kurtosis		,312
Range		20
Minimum		56
Maximum		76
Sum		16357



Gambar 4.6
Histogram Kualitas Pelayanan

Perbandingan skor teoritik dan skor empirik pada variabel independen kualitas pelayanan (Y) :

$$\text{Skor Teoritik ; } X = \frac{(1)(10) + 5(18)}{2} = 54$$

Maka skor empirik sebesar 67,59 sementara skor teoritik sebesar 54, dapat diartikan bahwa rata-rata jawaban responden atas pernyataan pada instrumen variabel independen kualitas pelayanan (X) yaitu ($67,59 > 54$) artinya cukup baik.

4.3.2 Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Pada PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan)

a. Kinerja

18. Kinerja Trans Pakuan yang Sesuai Misi (Kepuasan Kepada Masyarakat Dengan Pelayanan Prima dan Inovatif, Serta Berperan Sebagai Penunjang Otonomi Daerah)

Tabel 4.25

Penilaian Responden Terhadap Kinerja Trans Pakuan yang Sesuai Misi

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	40	40	16.53%
Tidak Puas	2	77	154	31.82%
Kurang Puas	3	103	309	42.56%
Puas	4	22	88	9.09%
Sangat Puas	5	0	0	0%
Total		242	591	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 40 orang dengan persentase sebesar (16,53%) yang menjawab tidak puas sebanyak 77 orang dengan persentase (31,82%) yang menjawab kurang puas sebanyak 103 orang dengan persentase sebesar (42,56%) yang menjawab puas sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar (9,09%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "kurang puas" yaitu sebesar 42,56% dengan pernyataan "Kinerja Trans Pakuan yang sesuai misi". Yang artinya responden menyatakan kurang puas dengan kinerja Trans Pakuan yang sesuai misi, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas dan puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

19. Kinerja Layanan yang Diberikan Oleh Trans Pakuan

Tabel 4.26

Penilaian Responden Terhadap Kinerja Layanan yang Diberikan Oleh Trans Pakuan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	14	14	5.79%
Tidak Puas	2	40	80	16.53%
Kurang Puas	3	101	303	41.73%
Puas	4	67	268	27.69%
Sangat Puas	5	20	100	8.26%
Total		242	765	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar (5,79%)

yang menjawab tidak puas sebanyak 40 orang dengan persentase (16,53%) yang menjawab kurang puas sebanyak 101 orang dengan persentase sebesar (41,73%) yang menjawab puas sebanyak 67 orang dengan persentase sebesar (27,69%) dan yang menjawab sangat puas sebanyak 20 orang dengan persentase sebesar (8,26%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab “kurang puas” yaitu sebesar 41,73% dengan pernyataan “Kinerja layanan yang diberikan oleh Trans Pakuan”. Yang artinya responden menyatakan kurang puas dengan kinerja layanan yang diberikan oleh Trans Pakuan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas dan puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

20. Kinerja Pegawai yang Memberikan Layanan Dengan Profesional

Tabel 4.27

Penilaian Responden Terhadap Kinerja Pegawai yang memberikan Layanan Dengan Profesional

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0%
Tidak Puas	2	32	64	13,22%
Kurang Puas	3	60	180	24,80%
Puas	4	109	436	45,04%
Sangat Puas	5	41	205	16,94%
Total		242	885	100%

Sumber : Data Kuesioner Dialah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab tidak puas sebanyak 32 orang dengan persentase (13,22%) yang menjawab kurang puas sebanyak 60 orang dengan persentase sebesar (24,80%) yang menjawab puas sebanyak 109 orang dengan persentase sebesar (45,04%) dan yang menjawab sangat puas sebanyak 41 orang dengan persentase sebesar (16,94%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab “puas” yaitu sebesar 45,04% dengan pernyataan “Kinerja pegawai yang memberikan layanan dengan profesional”. Yang artinya responden menyatakan puas dengan kinerja pegawai yang memberikan layanan dengan profesional, meskipun ada sebagian responden yang menjawab tidak puas, kurang puas dan sangat puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

21. Kinerja Pegawai yang Mengemudikan Bus Dengan Teliti dan Hati-hati

Tabel 4.28

Penilaian Responden Terhadap Kinerja Pegawai yang Mengemudikan Bus Dengan Teliti dan Hati-hati

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0%
Tidak Puas	2	0	0	0%
Kurang Puas	3	57	171	23.55%
Puas	4	114	456	47.11%
Sangat Puas	5	71	355	29.34%
Total		242	982	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab kurang puas sebanyak 57 orang dengan persentase sebesar (23,55%) yang menjawab puas sebanyak 114 orang dengan persentase sebesar (47,11%) dan yang menjawab sangat puas sebanyak 71 orang dengan persentase sebesar (29,34%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "puas" yaitu sebesar 47,11% dengan pernyataan "Kinerja pegawai yang mengemudikan bus dengan teliti dan hati-hati". Yang artinya responden menyatakan puas dengan kinerja pegawai yang mengemudikan bus dengan teliti dan hati-hati, meskipun ada sebagian responden yang menjawab kurang puas dan sangat puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

22. Kinerja Pegawai yang Mampu Berkomunikasi Dengan Baik Kepada Pelanggan

Tabel 4.29

Penilaian Responden Terhadap Kinerja Pegawai yang Mampu Berkomunikasi Dengan Baik Kepada Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0%
Tidak Puas	2	18	36	7.43%
Kurang Puas	3	43	129	17.78%
Puas	4	131	524	54.13%
Sangat Puas	5	50	250	20.66%
Total		242	939	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab tidak puas sebanyak 18 orang dengan persentase sebesar (7,43%) yang menjawab kurang puas sebanyak 43 orang dengan persentase sebesar (17,78%) yang menjawab puas sebanyak 131 orang dengan persentase sebesar (54,13%) dan yang menjawab sangat puas sebanyak 50 orang dengan persentase sebesar (20,66%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "puas" yaitu sebesar 54,13% dengan pernyataan "Kinerja pegawai yang mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan". Yang artinya responden menyatakan puas dengan kinerja

pegawai yang mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab tidak puas, kurang puas dan sangat puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

23. Kinerja Trans Pakuan Memberikan Pelayanan Sesuai Waktu Operasi Jadwal Bus Dengan Tepat Waktu

Tabel 4.30

Penilaian Responden Terhadap Kinerja Trans Pakuan Memberikan Pelayanan Sesuai Waktu Operasi Jadwal Bus Dengan Tepat Waktu

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	30	30	12.40%
Tidak Puas	2	64	128	26.45%
Kurang Puas	3	101	303	41.73%
Puas	4	47	188	19.42%
Sangat Puas	5	0	0	0%
Total		242	649	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab tidak puas sebanyak 64 orang dengan persentase sebesar (26,45%) yang menjawab kurang puas sebanyak 101 orang dengan persentase sebesar (41,73%) dan yang menjawab puas sebanyak 47 orang dengan persentase sebesar (19,42%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "kurang puas" yaitu sebesar 41,73% dengan pernyataan "Kinerja Trans Pakuan memberikan pelayanan sesuai waktu operasi jadwal bus dengan tepat waktu". Yang artinya responden menyatakan kurang puas dengan Kinerja Trans Pakuan memberikan pelayanan sesuai waktu operasi jadwal bus dengan tepat waktu, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas dan puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

24. Layanan yang Diberikan Pegawai Sesuai Dengan Standar Perusahaan

Tabel 4.31

Penilaian Responden Terhadap Layanan yang Diberikan Pegawai Sesuai Dengan Standar Perusahaan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	13	13	5.37%
Tidak Puas	2	55	110	22.73%
Kurang Puas	3	80	240	33.06%
Puas	4	68	272	28.1%
Sangat Puas	5	26	130	10.74%
Total		242	765	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 13 orang dengan persentase sebesar (5,37%) yang menjawab tidak puas sebanyak 55 orang dengan persentase sebesar (22,73%)

yang menjawab kurang puas sebanyak 80 orang dengan persentase sebesar (33,06%) yang menjawab puas sebanyak 68 orang dengan persentase sebesar (28,1%) dan yang menjawab sangat puas sebanyak 26 orang dengan persentase sebesar (10,74%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "kurang puas" yaitu sebesar 33,06% dengan pernyataan "Layanan yang diberikan pegawai sesuai dengan standar perusahaan". Yang artinya responden menyatakan kurang puas dengan Layanan yang diberikan pegawai sesuai dengan standar perusahaan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas, puas dan sangat puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

25. Kesungguhan Kinerja Pihak Manajemen yang Merespon Saran dan Keluhan Pelanggan

Tabel 4.32

Penilaian Responden Terhadap Kesungguhan Kinerja Pihak Manajemen yang Merespon Saran dan Keluhan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	17	17	7.02%
Tidak Puas	2	68	136	28.1%
Kurang Puas	3	111	333	45.87%
Puas	4	46	184	19.01%
Sangat Puas	5	0	0	0%
Total		242	670	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 17 orang dengan persentase sebesar (7,02) yang menjawab tidak puas sebanyak 68 orang dengan persentase sebesar (28,1%) yang menjawab kurang puas sebanyak 111 orang dengan persentase sebesar (45,87%) dan yang menjawab puas sebanyak 46 orang dengan persentase sebesar (19,01%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "kurang puas" yaitu sebesar 45,87% dengan pernyataan "Kesungguhan kinerja pihak manajemen yang merespon saran dan keluhan pelanggan". Yang artinya responden menyatakan kurang puas dengan Kesungguhan kinerja pihak manajemen yang merespon saran dan keluhan pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas, dan puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan

26. Kinerja Trans Pakuan yang Dapat Dipercaya Sebagai Penyedia Layanan Transportasi yang Baik Terhadap Pelanggan

Tabel 4.33

Penilaian Responden Terhadap Kinerja Trans Pakuan yang Dapat Dipercaya Sebagai Penyedia Layanan Transportasi yang Baik Terhadap Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	6	6	2.48%
Tidak Puas	2	31	62	12.81%
Kurang Puas	3	60	180	24.8%
Puas	4	89	356	36.77%
Sangat Puas	5	56	280	23.14%
Total		242	884	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar (2,48%) yang menjawab tidak puas sebanyak 31 orang dengan persentase sebesar (12,81%) yang menjawab kurang puas sebanyak 60 orang dengan persentase sebesar (24,8%) yang menjawab puas sebanyak 89 orang dengan persentase sebesar (36,77%) dan yang menjawab sangat puas sebanyak 56 orang dengan persentase sebesar (23,14%).

Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "puas" yaitu sebesar 36,77% dengan pernyataan "Kinerja Trans Pakuan yang dapat dipercaya sebagai penyedia layanan transportasi yang baik terhadap pelanggan". Yang artinya responden menyatakan puas dengan Kinerja Trans Pakuan yang dapat dipercaya sebagai penyedia layanan transportasi yang baik terhadap pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas, kurang puas dan sangat puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

Diantara indikator "Kinerja" yang telah diolah datanya tersebut terdapat 9 pernyataan. Yang paling dominan nilai yang tertinggi adalah pernyataan kinerja pegawai yang mengemudikan bus dengan teliti dan hati-hati, yaitu pada tabel 4.28 dengan skor total 982 dan kinerja Trans Pakuan yang sesuai misi pada tabel 4.25 dengan skor total 591 merupakan dominan nilai terkecil.

b. Harapan

27. Layanan Trans Pakuan Telah Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Tabel 4.34
Penilaian Responden Terhadap Layanan Trans Pakuan yang Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	43	43	17,76%
Tidak Puas	2	60	120	24,8%
Kurang Puas	3	88	264	36,36%
Puas	4	29	116	11,98%
Sangat Puas	5	22	110	9,1%
Total		242	653	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 43 orang dengan persentase sebesar (17,76%) yang menjawab tidak puas sebanyak 60 orang dengan persentase sebesar (24,8%) yang menjawab kurang puas sebanyak 88 orang dengan persentase sebesar (36,36%) yang menjawab puas sebanyak 29 orang dengan persentase sebesar (11,98%) dan yang menjawab sangat puas sebanyak 22 orang dengan persentase sebesar (9,1%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "kurang puas" yaitu sebesar 36,36% dengan pernyataan "Layanan Trans Pakuan yang sesuai dengan harapan pelanggan". Yang artinya responden menyatakan kurang puas dengan Layanan Trans Pakuan yang sesuai dengan harapan pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas, puas dan sangat puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

28. Harapan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Trans Pakuan Terpenuhi

Tabel 4.35
Penilaian Responden Terhadap Harapan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Trans Pakuan Terpenuhi

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	7	7	2,9%
Tidak Puas	2	25	50	10,33%
Kurang Puas	3	96	288	39,67%
Puas	4	66	264	27,27%
Sangat Puas	5	48	240	19,83%
Total		242	849	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar (2,9%) yang menjawab tidak puas sebanyak 25 orang dengan persentase sebesar (10,33%) yang menjawab kurang puas sebanyak 96 orang dengan persentase sebesar (39,67%)

yang menjawab puas sebanyak 66 orang dengan persentase sebesar (27,27%) dan yang menjawab sangat puas sebanyak 48 orang dengan persentase sebesar (19,83%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab “kurang puas” yaitu sebesar 39,67% dengan pernyataan “Harapan pelanggan atas kualitas pelayanan Trans Pakuan terpenuhi”. Yang artinya responden menyatakan kurang puas dengan Harapan pelanggan atas kualitas pelayanan Trans Pakuan terpenuhi, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas, puas dan sangat puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

29. Menyediakan Jasa Pada Waktu yang Dijanjikan Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Tabel 4.36
Penilaian Responden Terhadap Menyediakan Jasa Pada Waktu yang Dijanjikan Sesuai Dengan Harapan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	30	30	12,40%
Tidak Puas	2	56	112	23,14%
Kurang Puas	3	89	267	36,78%
Puas	4	61	244	25,20%
Sangat Puas	5	6	30	2,48%
Total		242	683	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 30 orang dengan persentase sebesar (12,40%) yang menjawab tidak puas sebanyak 56 orang dengan persentase sebesar (23,14%) yang menjawab kurang puas sebanyak 89 orang dengan persentase sebesar (36,78%) yang menjawab puas sebanyak 61 orang dengan persentase sebesar (25,20%) dan yang menjawab sangat puas sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar (2,48%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab “kurang puas” yaitu sebesar 36,78% dengan pernyataan “Menyediakan jasa pada waktu yang dyanjikan sesuai dengan harapan pelanggan”. Yang artinya responden menyatakan kurang puas dengan Harapan pelanggan atas kualitas pelayanan Trans Pakuan terpenuhi, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas, puas dan sangat puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

30. Tanggapan Dalam Menyelesaikan Masalah Keluhan Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Tabel 4.37

Penilaian Responden Terhadap Menyelesaikan Masalah Keluhan Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	11	11	4.55%
Tidak Puas	2	48	96	19.83%
Kurang Puas	3	125	375	51.65%
Puas	4	44	176	18.18%
Sangat Puas	5	14	70	5.76%
Total		242	728	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar (4,55%) yang menjawab tidak puas sebanyak 48 orang dengan persentase sebesar (19,83%) yang menjawab kurang puas sebanyak 125 orang dengan persentase sebesar (51,65%) yang menjawab puas sebanyak 44 orang dengan persentase sebesar (18,18%) dan yang menjawab sangat puas sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar (5,76%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "kurang puas" yaitu sebesar 51,65% dengan pernyataan "Menyelesaikan masalah keluhan sesuai dengan harapan pelanggan". Yang artinya responden menyatakan kurang puas dengan Menyelesaikan masalah keluhan sesuai dengan harapan pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas, puas dan sangat puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

31. Fasilitas Trans Pakuan Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Tabel 4.38

Penilaian Responden Terhadap Fasilitas Trans Pakuan Sesuai Dengan Harapan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	53	53	21.9%
Tidak Puas	2	98	196	40.5%
Kurang Puas	3	79	237	32.65%
Puas	4	12	48	4.95%
Sangat Puas	5	0	0	0%
Total		242	534	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 53 orang dengan persentase sebesar (21,9%)

yang menjawab tidak puas sebanyak 98 orang dengan persentase sebesar (40,5%) yang menjawab kurang puas sebanyak 79 orang dengan persentase sebesar (32,65%) dan yang menjawab puas sebanyak 12 orang dengan persentase sebesar (4,95%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "tidak puas" yaitu sebesar 51,65% dengan pernyataan "Fasilitas Trans Pakuan sesuai dengan harapan pelanggan". Yang artinya responden menyatakan tidak puas dengan Fasilitas Trans Pakuan sesuai dengan harapan pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, kurang puas, dan puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

32. Kemudahan Akses Menuju Halte/Shelter yang Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Tabel 4.39

Penilaian Responden Terhadap Kemudahan Akses Menuju Halte/Shelter yang Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	6	6	2,48%
Tidak Puas	2	13	26	5,37%
Kurang Puas	3	37	111	15,29%
Puas	4	108	432	44,63%
Sangat Puas	5	78	390	32,23%
Total		242	965	100%

Sumber : Data Kuesioner Drolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar (2,48%) yang menjawab tidak puas sebanyak 13 orang dengan persentase sebesar (5,37%) yang menjawab kurang puas sebanyak 37 orang dengan persentase sebesar (15,29%) yang menjawab puas sebanyak 108 orang dengan persentase sebesar (44,63%) dan yang menjawab sangat puas sebanyak 78 orang dengan persentase sebesar (32,23%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "puas" yaitu sebesar 44,63% dengan pernyataan "Kemudahan akses menuju halte/shelter yang sesuai dengan harapan pelanggan". Yang artinya responden menyatakan puas dengan Kemudahan akses menuju halte/shelter yang sesuai dengan harapan pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas, kurang puas, dan sangat puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

33. Kelengkapan Peralatan Teknologi yang Digunakan Untuk Melayani Telah Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Tabel 4.40

Penilaian Responden Terhadap Kelengkapan Peralatan Teknologi yang Digunakan Untuk Melayani Telah Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	33	33	13,64%
Tidak Puas	2	52	104	21,49%
Kurang Puas	3	100	300	41,32%
Puas	4	46	184	19%
Sangat Puas	5	11	55	4,55%
Total		242	676	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 33 orang dengan persentase sebesar (13,64%) yang menjawab tidak puas sebanyak 52 orang dengan persentase sebesar (21,49%) yang menjawab kurang puas sebanyak 100 orang dengan persentase sebesar (41,32%) yang menjawab puas sebanyak 46 orang dengan persentase sebesar (19%) dan yang menjawab sangat puas sebanyak 11 orang dengan persentase sebesar (4,55%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "kurang puas" yaitu sebesar 41,32% dengan pernyataan "Kelengkapan peralatan teknologi yang digunakan untuk melayani telah sesuai dengan harapan pelanggan". Yang artinya responden menyatakan kurang puas dengan Kelengkapan peralatan teknologi yang digunakan untuk melayani telah sesuai dengan harapan pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas, puas dan sangat puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

34. Perjalanan Menuju Tempat Tujuan yang Aman Selama Perjalanan Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Tabel 4.41

Penilaian Responden Terhadap Perjalanan Menuju Tempat Tujuan yang Aman Selama Perjalanan Sesuai Dengan Harapan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0%
Tidak Puas	2	0	0	0%
Kurang Puas	3	14	42	5,79%
Puas	4	159	636	65,7%
Sangat Puas	5	69	345	28,51%
Total		242	1.023	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab kurang puas sebanyak 14 orang dengan persentase sebesar (5,79%) yang menjawab puas sebanyak 159 orang dengan persentase sebesar (65,7%) dan yang menjawab sangat puas sebanyak 69 orang dengan persentase sebesar (28,51%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "puas" yaitu sebesar 65,7% dengan pernyataan "Perjalanan menuju tempat tujuan yang aman selama perjalanan sesuai dengan harapan pelanggan". Yang artinya responden menyatakan puas dengan Perjalanan menuju tempat tujuan yang aman selama perjalanan sesuai dengan harapan pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab kurang puas dan sangat puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

35. Harga Tiket yang Ditetapkan Telah Sesuai Dengan Harapan Pelanggan Terhadap Kondisi Bus dan Layanan Trans Pakuan

Tabel 4.42

Pecilaian Responden Terhadap Harga Tiket yang Ditetapkan Telah Sesuai Dengan Harapan Pelanggan terhadap Kondisi Bus dan Layanan Trans Pakuan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	37	37	15,3%
Tidak Puas	2	70	140	28,92%
Kurang Puas	3	103	309	42,56%
Puas	4	32	128	13,22%
Sangat Puas	5	0	0	0%
Total		242	614	100%

Sumber : Data Kuesioner Diolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 37 orang dengan persentase sebesar (15,3%) yang menjawab tidak puas sebanyak 70 orang dengan persentase sebesar (28,92%) yang menjawab kurang puas sebanyak 103 orang dengan persentase sebesar (42,56%) dan yang menjawab puas sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar (13,22%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "kurang puas" yaitu sebesar 42,56% dengan pernyataan "Harga tiket yang ditetapkan telah sesuai dengan harapan pelanggan terhadap kondisi bus dan layanan Trans Pakuan". Yang artinya responden menyatakan kurang puas dengan Harga tiket yang ditetapkan telah sesuai dengan harapan pelanggan terhadap kondisi bus dan layanan Trans Pakuan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas, dan puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

36. Bus Trans Pakuan yang Nyaman Telah Memenuhi Harapan Pelanggan

Tabel 4.43
Penilaian Responden Terhadap Bus Trans Pakuan yang Nyaman Telah Memenuhi Harapan Pelanggan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
Sangat Tidak Puas	1	37	37	15,29%
Tidak Puas	2	56	112	23,14%
Kurang Puas	3	90	270	37,19%
Puas	4	42	168	17,36%
Sangat Puas	5	17	85	7,02%
Total		242	672	100%

Sumber : Data Kuesioner Ditolah Penulis, 2017

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 37 orang dengan persentase sebesar (15,29%) yang menjawab tidak puas sebanyak 56 orang dengan persentase sebesar (23,14%) yang menjawab kurang puas sebanyak 90 orang dengan persentase sebesar (37,19%) dan yang menjawab puas sebanyak 42 orang dengan persentase sebesar (17,36%) dan yang menjawab sangat tidak puas sebanyak 17 orang dengan persentase sebesar (7,02%). Dari pernyataan di atas yang paling tertinggi responden menjawab "kurang puas" yaitu sebesar 37,19% dengan pernyataan "Bus Trans Pakuan yang nyaman telah memenuhi harapan pelanggan". Yang artinya responden menyatakan kurang puas dengan Bus Trans Pakuan yang nyaman telah memenuhi harapan pelanggan, meskipun ada sebagian responden yang menjawab sangat tidak puas, tidak puas, puas, dan sangat puas, maka hal ini harus menjadi perhatian untuk perusahaan.

Diantara indikator "Harapan" yang telah diolah datanya tersebut terdapat 10 pernyataan. Yang paling dominan nilai yang tertinggi adalah pernyataan perjalanan menuju tempat tujuan yang aman selama perjalanan sesuai dengan harapan pelanggan, yaitu pada tabel 4.41 dengan skor total 1.023 dan fasilitas Trans Pakuan sesuai dengan harapan pelanggan, yaitu pada tabel 4.38 dengan skor total 534 merupakan dominan nilai yang terkecil.

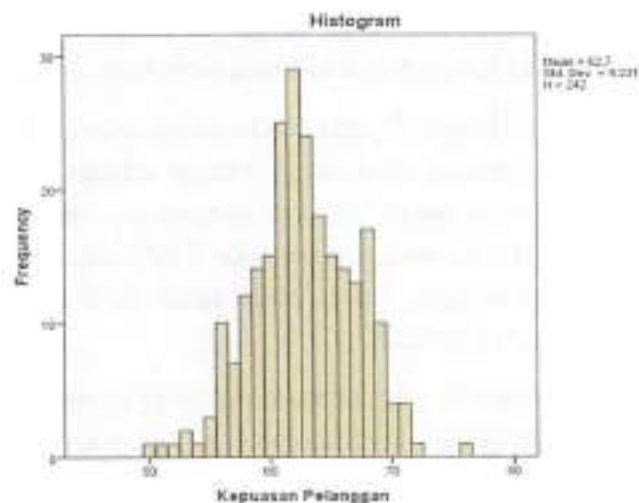
Berdasarkan hasil analisis dari kepuasan pelanggan maka dapat disimpulkan per indikator kepuasan pelanggan nilai dominan yang terbesar dan terkecil yaitu :

1. Kinerja
 - a. Kinerja Trans Pakuan yang sesuai misi dengan skor total 591
 - b. Kinerja pegawai yang mengemudikan bus dengan teliti dan hati-hati dengan skor total 982
2. Harapan
 - a. Fasilitas Trans Pakuan sesuai dengan harapan pelanggan dengan skor total 534
 - b. Perjalanan menuju tempat tujuan yang aman selama perjalanan sesuai dengan harapan pelanggan dengan skor total 1.023

Maka telah disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki nilai dominan yang tertinggi adalah pada indikator "harapan" dengan pernyataan perjalanan menuju tempat tujuan yang aman selama perjalanan sesuai dengan harapan pelanggan dengan skor total 1.023 harus dipertahankan dalam kepuasan pelanggan pada Trans Pakuan sedangkan nilai dominan terkecil adalah tetap pada indikator "harapan" yaitu dengan pernyataan fasilitas Trans Pakuan sesuai dengan harapan pelanggan dengan skor total agar lebih ditingkatkan lagi oleh perusahaan.

Tabel 4.44
Hasil Analisis Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan

Statistics		
Kepuasan Pelanggan		
N	Valid	242
	Missing	0
Mean		62,70
Std. Error of Mean		,272
Median		62,50
Mode		62
Std. Deviation		4,231
Variance		17,903
Skewness		-,092
Std. Error of Skewness		,156
Kurtosis		,065
Std. Error of Kurtosis		,312
Range		26
Minimum		50
Maximum		76
Sum		15174



Gambar 4.7
Histogram Kepuasan Pelanggan

Perbandingan skor teoritik dan skor empirik pada variabel independen kualitas pelayanan (Y) :

$$\text{Skor Teoritik} \cdot X = \frac{(1)(18)+5(18)}{2} = 54$$

Maka skor empirik sebesar 62,70 sementara skor teoritik sebesar 54, dapat diartikan bahwa rata-rata jawaban responden atas pernyataan pada instrumen variabel independen kualitas pelayanan (X) yaitu (62,70 > 54) jika secara teori hasilnya adalah cukup baik tetapi secara angka 62,70 belum ideal karena hasil ideal kepuasan pelanggan apabila telah bisa mencapai 100%.

4.4 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan)

1. Analisis Koefisien Korelasi *Product Moment*

Berikut ini akan dilakukan analisis koefisien korelasi *product moment* untuk mengetahui keeratan hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan)

Tabel 4.45
Korelasi Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan
Analisis Koefisien Korelasi *Product Moment*

Correlations			
		KUALITAS PELAYANAN	KEPUASAN PELANGGAN
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	1	.641**
	Sig. (1-tailed)		.015
	N	242	242
KEPUASAN PELANGGAN	Pearson Correlation	.641**	1
	Sig. (1-tailed)	.015	
	N	242	242

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Interpretasi hasil dari output SPSS adalah sebagai berikut :

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diatas menjelaskan tentang nilai koefisien korelasi dan nilai signifikansi antara variabel independen kualitas pelayanan dengan variabel dependen kepuasan pelanggan. Dapat diketahui dari korelasi antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di dapat koefisien sebesar $r = 0,641$, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah kuat karena mendekati 1 interval koefisien korelasi.

Tabel 4.46
Nilai Interval Koefisien

Interval Koefisien	Persentase	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199		Sangat rendah
0,20 - 0,399		Rendah
0,40 - 0,599		Sedang
0,60 - 0,799	0,641%	Kuat
0,80 - 1,00		Sangat Kuat

2. Analisis Koefisien Determinasi

Dari perhitungan korelasi *product moment* diketahui nilai korelasi $r = 0,641$. Selanjutnya untuk mengetahui besarnya nilai koefisien determinasi dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,641^2 \times 100\% \\ KD &= 41,08\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adalah R sebesar 41,08%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 41,08%, sedangkan sisanya dengan 58,92% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

3 Uji Hipotesis Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak dan adakah hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, maka dilakukan uji hipotesis koefisien korelasi.

a. Hipotesis Statistik

$H_0: = 0$ Tidak terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan)

$H_a: > 0$ Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan)

Menentukan t hitung

Untuk mencari t hitung digunakan rumus sebagai berikut :

$$t_h = 0,641 \frac{\sqrt{242-2}}{1-0,641^2}$$

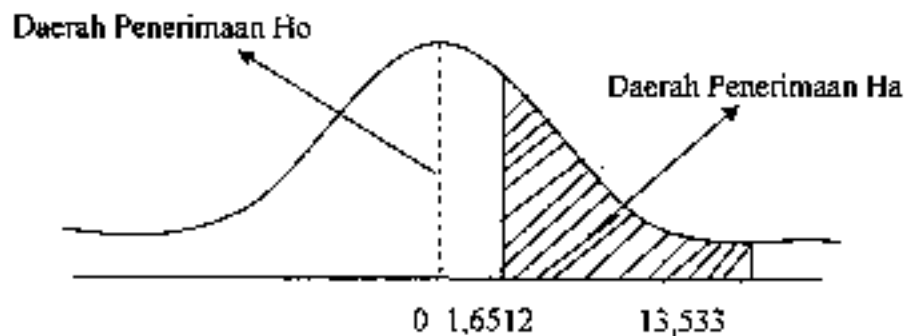
$$= \frac{7,971}{0,589}$$

$$t_h = 13,533$$

b. Menentukan t tabel

Nilai t tabel diperoleh dari tabel t dengan menggunakan nilai $\alpha = 0,05$ dan $df = n-2$ atau $242-2 = 240$, maka dapat diperoleh t tabel 1,6512

c. Kurva



Gambar 4.8

Kurva Uji Hipotesis

d. Kesimpulan

Nilai t hitung $>$ t tabel ($13,533 > 1,6512$) maka H_a diterima H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan pada PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan).

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikemukakan dalam penelitian maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Diketahui bahwa secara umum kualitas pelayanan pada Trans Pakuan cukup baik, Hal ini diketahui berdasarkan nilai skor empirik sebesar 67,59 sementara skor teoritik sebesar 54, dapat diartikan bahwa rata-rata jawaban responden atas pernyataan pada instrumen variabel independen kualitas pelayanan (X) yaitu ($67,59 > 54$) artinya cukup baik karena belum mendekati angka ideal kualitas pelayanan sebesar 100%.
2. Diketahui secara umum bahwa kepuasan pelanggan pada Trans Pakuan cukup baik. Hal ini diketahui berdasarkan nilai skor empirik sebesar 62,70 sementara skor teoritik sebesar 54, dapat diartikan bahwa rata-rata jawaban responden atas pernyataan pada instrumen variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) yaitu ($62,70 > 54$). jika secara teori hasilnya adalah cukup puas tetapi secara nyata angka 62,70 belum ideal karena hasil ideal kepuasan pelanggan apabila pelanggan merasa puas dengan hasil yang telah mencapai 100%, artinya kepuasan pelanggan pada PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan) cukup puas.
3. Terdapat hubungan yang kuat dan nyata antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Trans Pakuan. Dapat dilihat dari hasil analisis berikut :
 - a. Hasil dari analisis koefisien korelasi *product moment* diperoleh $r = 0,641$ artinya bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan) dinyatakan kuat.
 - b. Hasil dari analisis koefisien determinasi diperoleh bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan sebesar 41,08%, sedangkan sisanya dengan 58,92% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar kualitas pelayanan.
 - c. Hasil uji hipotesis koefisien korelasi menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($13,533 > 1,6512$) artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan nyata antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.
Nilai t_{hitung} positif mempunyai hubungan positif, yaitu kualitas pelayanan yang diberikan berjalan dengan cukup baik maka kepuasan pelanggan belum maksimal.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan pengamatan selama penelitian yang dilakukan pada PDJT Kota Bogor, maka penulis memberikan saran sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk Trans Pakuan :

1. Variabel kualitas pelayanan harus ditingkatkan lagi pada PD. Jasa Transportasi Kota Bogor (Trans Pakuan) terutama disarankan ada satu indikator yang harus diperhatikan dan mendapat prioritas utama yaitu bukti fisik (*Tangibles*) dari pernyataan "kondisi dan kelengkapan armada bus yang beroperasi". Berdasarkan dari hasil kuesioner penelitian tersebut, pemimpin perusahaan sebaiknya agar melakukan perbaikan pada kondisi armada bus yang beroperasi yang perlu mendapat perhatian khusus oleh pihak perusahaan, serta menambah tenaga karyawan untuk melakukan pemeliharaan terhadap armada bus seperti dihadapkannya mekanik dan *cleaning service* dengan tujuan untuk meminimalisasi terjadinya kerusakan armada bus dan menjaga keindahan serta kebersihan armada bus yang beroperasi.
2. Variabel kepuasan pelanggan harus ditingkatkan lagi demi memuaskan keinginan pelanggannya pada Trans Pakuan terutama ada satu indikator yang harus diperhatikan dan mendapat prioritas yaitu harapan dari pernyataan "fasilitas Trans Pakuan sesuai dengan harapan pelanggan". Berdasarkan dari hasil kuesioner penelitian tersebut, pemimpin perusahaan serta pihak manajemen sebaiknya agar melakukan perbaikan terhadap fasilitas Trans Pakuan yang perlu mendapat perhatian khusus dan diharapkan perusahaan dapat memberikan dan meningkatkan fasilitas yang terbaik kepada pelanggannya agar kedepannya pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan fasilitas yang menunjang pelanggan pada Trans Pakuan Kota Bogor.
3. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan Pada Trans Pakuan ini kuat berdasarkan hasil jawaban responden pelanggan Trans Pakuan, hal ini bisa dijadikan acuan untuk keberlangsungan jangka panjang perusahaan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih maksimal untuk menciptakan kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan menjadi loyal pada Trans Pakuan, agar pelanggan merasakan kepuasan yang maksimal maka PDJT Kota Bogor harus lebih meningkatkan pelayanan pada faktor yang dianggap sangat penting mempengaruhi kepuasan pelanggan akan tetapi pihak PDJT Kota Bogor belum melaksanakan sesuai dengan keinginan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari & Ratih Hutriyati. 2010. *Management Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung : Alfa Beta.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 10. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Revisi. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*. Edisi 1. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Fahmi, Icham. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung : Alfabeta.
- Harahap, Ronald Anggara. 2016. *Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Sumber Aircondo Sejalutera Jakarta*. Bogor : Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
- Hasan, Ali. 2008. *Marketing*. Yogyakarta : Media Pressindo.
- Husaini, Usman. 2009. *Manajemen*. Edisi 3. Jakarta : Bumi Aksara.
- J. Supranto. 2012. *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Kirom, Bahrul. 2009. *Mengukur Kinerja Pelayanan & Kepuasan Konsumen*. Bandung : Pustaka Reka Cipta
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 1994. *Marketing Management Eighth Edition: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. United States of America : Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip dan G. Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lovelock, Christopher dan Wright, Laurent. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Indeks.

- Lovelock, Christopher & Wirtz, Jochen & Mussry, Jacky. 2011. *Pemasaran Jasa. Jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, Crisshoper & Wright, Lauren. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Indeks.
- Mursid, Muhammad. 2006. *Strategi Bisnis dan Pemasaran*. Bandung : Mizan Media Utama.
- Oentoro, Deliyanti. 2012, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Lakshang PRESSIndo.
- Retno Budiayati (2009) *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Transportasi Trans Pakuan Bogor Periode 2008-2009*. Jurnal Program Studi Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Salim, Abbas. 2013. *Manajemen Transportasi*. Cetakan 11. Jakarta : Rajawali Pers.
- Saudi, Endi. 2017. *Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Just Great Motor Bogor*. Bogor : Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Pakuan.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang : UB Press.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif :Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta : KENCANA.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administrasi*. Cetakan ke 15. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan ke 3. Bandung :Alfabeta.
- Suhartanto, Dwi. 2014. *Metode Riset Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Sunarto. 2006. *Manajemen Pemasaran 2*. Yogyakarta : Aditya Media.
- Sutrisno, Edy. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Prenada Media Kencana.
- Tiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.
- Tjiptono, Fandy 2012. *Service Management*. Edisi 2. Yogyakarta : ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : ANDI.
- Wirawan 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Salemba Empat.
- Yamit, Zulian. 2013. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Cetakan ke 6. Yogyakarta : Ekonisia.
- Yazid. 2012. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Ekonisia.
- www.pdjt.kotabogor.go.id

JADWAL PENELITIAN

No	Kegiatan	Bulan						
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
1	Pengajuan Judul	**						
2	Studi Pustaka	***	***	***	**			
3	Pembuatan Makalah Seminar		****	****	****			
4	Seminar			****	****	****	**	
5	Pengesahan						**	
6	Pengumpulan Data						*	
7	Pengolahan Data						**	
8	Penulisan Laporan dan Bimbingan					**	**	
9	Sidang Skripsi							*
10	Penyetempurnaan Skripsi							*
11	Pengesahan							**

LAMPIRAN

Lampiran I KUESIONER HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN PADA TRANS PAKUAN KOTA BOGOR

Penumpang Trans Pakuan yang terhormat, kuesioner ini merupakan instrumen dalam penelitian berjudul " Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan kepuasan Pelanggan Trans Pakuan Kota Bogor" guna penyelesaian tugas akhir pada program SARJANA EKONOMI FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN UNIVERSITAS PAKUAN yang dilakukan oleh :

Nama : Dendy Wahyudi
NPM : 021113527

Saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar. Informasi yang diterima dalam kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.

A. Screening :

(Petunjuk : Berilah tanda (x) pada jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i

B. Karakteristik Responden :

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
3. Usia : a. < 17 Tahun
b. 17 - 25 Tahun
c. 25 - 40 Tahun
d. > 40 Tahun
4. Pekerjaan:
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai negeri
 - c. Pegawai swasta
 - d. Usahawan
 - e. Pensiunan
 - f. Lainnya, sebutkan ...
5. Pendapatan anda saat ini :
 - a. < Rp 1.500.000
 - b. Rp 1.500.000 - Rp 3.000.000
 - c. Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000
 - d. > Rp 5.000.000

C. Pengukuran Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan (Kenyataan yang Diterima Pelanggan)

Anda saat ini dimohon memilih angka 1 s/d 4 dengan memberikan tanda ceklis (√) pada kolom yang telah disediakan, sesuai dengan tingkat kinerja yang ada dan harapan anda.

Keterangan Jawaban:

Kualitas Pelayanan

Kepuasan Pelanggan

1. = STB (Sangat Tidak Baik)

1. = STP (Sangat Tidak Puas)

2. = TB (Tidak Baik)
 3. = KB (Kurang Baik)
 4. = B (Baik)
 5. = SB (Sangat Baik)

2. = TP (Tidak Puas)
 3. = KP (Kurang Puas)
 4. = P (Puas)
 5. = SP (Sangat Puas)

A. KUALITAS PELAYANAN

PERNYATAAN KUALITAS PELAYANAN		SB	B	KB	TB	STB
BUKTI FISIK (Tangible)						
1	Halte/shelter Trans Pakuan yang bersih dan nyaman.					
2	Kondisi peralatan/sarana penunjang halte/shelter Trans Pakuan bersih dan nyaman (wc,tempat ibadah,dll).					
3	Kondisi loket untuk pembelian tiket Trans Pakuan.					
4	Kelengkapan armada bus yang beroperasi (AC, kursi, dll).					
5	Penampilan Pegawai PDJT Kota Bogor di halte/shelter yang rapi.					
KEHANDALAN (Reliability)		SB	B	KB	TB	STB
6	Jadwal keberangkatan bus dengan tepat waktu.					
7	Pelayanan yang diberikan oleh pegawai cepat dan tepat.					
8	Pegawai PDJT Kota Bogor memberikan pelayanan yang ramah serta selalu siap menolong.					
9	Pegawai memberikan perhatian yang sungguh-sungguh terhadap pelanggan yang mendapat masalah.					
DAYA TANGGAP (Responsiveness)		SB	B	KB	TB	STB
10	Pegawai menyampaikan informasi yang akurat (kenaikan harga & jadwal tiket).					
11	Pegawai menawarkan bantuan yang dapat diberikan tanpa dimintai oleh pelanggan.					
12	Ketanggapan pegawai memecahkan masalah yang timbul (barang yang ketinggalan di dalam bus).					
JAMINAN (Assurance)		SB	B	KB	TB	STB
13	Keramahan Pegawai pada saat berkomunikasi dengan pelanggan.					
14	Pegawai berperilaku sopan dan santun pada saat melayani pelanggan.					
15	Pegawai mengerti dan memahami tentang persoalan seputar Trans Pakuan yang ditanyakan pelanggan.					
16	PDJT membuat pelanggan merasa aman saat					

menggunakan jasa pelayanan Perusahaan.		SB	B	KB	TB	STB
EMPATI (Empatyy)						
17	Bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan penumpang.					
18	Pada saat armada bus bermuatan penuh, pegawai memberikan perhatian terhadap pelanggan dengan cara memperingati.					
19	Pada saat melayani pelanggan karyawan memahami keperluan pelanggan.					
20	Perhatian pihak PDJT secara individu kepada pelanggan (Lansia, ibu hamil, kaum difabel, dan ibu membawa anak).					

B. KEPUASAN PELANGGAN

No	PERNYATAAN KEPUASAN PELANGGAN	SP	P	KP	TP	STP
KINERJA						
21	Kinerja Trans Pakuan yang sesuai visi (menjadi perusahaan penyedia jasa terbaik dalam bidang transportasi)					
22	Kinerja Trans Pakuan yang sesuai misi (kepuasan kepada masyarakat dengan pelayanan prima dan inovatif, serta berperan sebagai penunjang otonomi daerah)					
23	Kinerja layanan yang diberikan oleh PDJT Kota Bogor					
24	Kinerja pegawai yang memberikan layanan dengan profesional					
25	Kinerja pegawai yang mengemudikan bus dengan teliti dan hati-hati					
26	Kinerja pegawai yang mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan					
27	Kinerja Trans Pakuan memberikan pelayanan sesuai waktu operasi jadwal bus dengan tepat waktu					
28	Layanan yang diberikan pegawai sesuai dengan standar perusahaan					
29	Kesungguhan kinerja pihak manajemen yang merespon saran dan keluhan pelanggan					
30	Kinerja Trans Pakuan yang dapat dipercaya sebagai penyedia layanan transportasi yang baik terhadap pelanggan					
HARAPAN						
31	Layanan Trans Pakuan yang sesuai dengan harapan pelanggan					
32	Harapan pelanggan atas kualitas pelayanan Trans Pakuan terpenuhi					
33	Menyediakan jasa pada waktu yang dijanjikan sesuai dengan harapan pelanggan					
34	Tanggapan dalam menyelesaikan masalah keluhan					

	sesuai dengan harapan pelanggan					
35	Fasilitas Trans Pakuan sesuai dengan harapan pelanggan					
36	Kemudahan akses menuju Halte/shelter yang sesuai dengan harapan pelanggan					
37	Kelengkapan peralatan teknologi yang digunakan untuk melayani telah sesuai dengan harapan pelanggan					
38	Perjalanan menuju tempat tujuan yang aman selama perjalanan sesuai dengan harapan pelanggan					
39	Harga tiket yang ditetapkan telah sesuai dengan harapan pelanggan terhadap kondisi bus dan layanan Trans Pakuan					
40	Bus Trans Pakuan yang nyaman telah memenuhi harapan pelanggan					

Lampiran 2 Jawaban Hasil Kuesioner Untuk Pernyataan Variabel Independen Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas Pelayanan

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Total
1	1	1	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	1	1	3	4	54
2	2	2	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	2	2	1	5	62
3	3	1	3	4	3	3	3	3	5	2	3	5	5	4	4	2	1	4	60
4	2	3	3	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	63
5	2	2	3	5	2	4	4	3	4	2	3	4	3	2	3	3	5	4	58
6	3	1	2	4	4	3	4	4	5	4	4	3	5	4	2	1	3	4	60
7	2	1	2	5	1	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	1	4	54
8	1	3	2	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	3	2	2	5	64
9	3	2	3	4	1	4	5	4	5	2	4	4	3	4	2	1	3	5	59
10	2	3	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	1	3	4	62
11	2	1	2	4	1	4	4	3	4	3	4	4	3	4	1	4	3	4	55
12	1	3	2	4	3	4	4	3	4	2	5	5	5	4	3	2	2	5	61
13	3	1	2	5	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	2	4	5	61
14	2	3	1	3	4	5	4	4	5	5	4	3	5	4	3	3	1	4	63
15	3	2	1	5	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	2	4	2	2	58
16	3	2	2	4	3	4	2	1	3	3	4	4	5	4	2	1	3	4	54
17	1	3	2	3	3	5	5	5	4	2	3	4	5	4	2	3	3	5	62
18	3	1	2	5	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	3	5	4	63
19	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	2	2	58
20	3	3	2	4	4	5	4	3	3	2	3	4	4	2	2	1	3	4	56
21	2	3	2	4	3	3	4	1	5	2	4	4	4	4	2	3	3	2	55
22	1	1	2	5	4	3	4	5	4	4	3	5	5	3	4	4	3	5	65
23	3	3	2	5	3	4	4	3	3	5	4	3	5	4	4	3	3	5	66
24	3	1	4	4	1	5	2	4	4	3	2	5	4	4	2	3	5	4	60
25	2	2	1	4	1	3	2	5	4	3	4	4	4	4	4	1	5	4	57
26	1	3	1	4	3	4	2	4	4	5	2	4	4	3	3	3	3	4	57
27	2	2	2	4	1	4	5	3	3	3	4	3	5	5	3	1	2	5	57
28	2	3	2	4	4	4	5	5	4	2	4	4	3	4	3	4	4	5	66
29	2	2	1	5	3	4	2	5	5	3	4	3	4	3	2	4	4	5	61
30	1	3	1	4	1	4	2	5	4	2	5	5	5	2	2	1	4	4	55
31	3	1	1	5	3	4	5	5	4	4	3	5	5	4	2	3	4	4	65
32	3	3	3	4	3	5	5	3	5	4	4	4	5	3	2	3	3	2	64
33	2	2	3	5	1	4	2	1	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	59
34	3	3	3	4	1	5	4	1	5	5	4	5	4	5	4	2	3	5	66
35	2	2	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	2	4	5	61
36	3	2	2	5	3	5	4	3	4	5	4	4	4	3	1	5	3	5	65
37	3	3	2	4	1	3	4	4	4	3	2	4	5	4	4	5	5	5	65
38	2	2	2	5	4	3	2	5	4	1	4	4	5	3	2	4	4	5	61
39	2	3	2	4	3	4	5	3	4	1	4	5	5	4	3	4	4	4	64
40	3	3	1	4	3	5	2	3	5	1	5	3	4	2	5	3	4	4	60

Lampiran 3 Jawaban Hasil Kuesioner Untuk Pernyataan Variabel Dependen Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan Pelanggan

No	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	Total
1	3	3	4	2	4	2	1	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	53
2	3	2	4	4	5	4	2	3	3	3	3	3	2	4	3	4	2	3	57
3	2	2	2	3	5	3	2	4	4	2	3	3	2	4	3	4	2	3	52
4	2	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	59
5	3	3	1	4	4	4	3	2	2	4	2	3	2	4	3	4	3	2	55
6	2	2	2	4	4	4	2	3	3	3	3	4	2	4	1	5	1	4	53
7	4	3	2	5	4	4	4	3	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	53
8	3	2	4	5	5	4	3	1	4	3	4	3	3	5	5	4	3	2	60
9	3	2	4	4	5	3	3	3	3	3	2	4	2	4	3	4	2	4	58
10	4	1	2	4	4	2	2	3	5	2	2	5	2	4	3	3	3	3	63
11	2	2	4	4	4	4	3	2	3	4	2	2	4	4	3	4	2	2	54
12	3	3	4	4	4	4	2	4	2	3	2	4	3	4	1	4	1	4	55
13	3	2	2	4	5	4	4	4	4	3	3	3	1	4	1	4	1	4	56
14	1	3	3	4	5	4	3	3	4	4	3	3	1	4	4	4	4	3	61
15	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	2	61
16	3	3	4	5	4	3	4	3	3	1	3	3	3	2	5	3	4	2	56
17	3	2	4	4	3	5	2	2	3	4	3	3	2	3	5	2	3	3	57
18	4	2	2	4	3	5	3	4	1	3	2	3	1	4	1	5	2	2	55
19	3	2	3	4	5	4	3	3	2	2	2	1	2	4	2	4	4	3	54
20	4	1	3	4	4	4	2	3	4	5	3	3	3	4	2	4	3	1	50
21	2	2	5	5	4	5	4	1	5	4	2	2	1	4	1	4	2	3	59
22	3	2	2	5	5	5	1	5	5	3	5	3	3	5	4	4	3	2	56
23	2	4	2	4	4	4	3	2	4	3	3	3	1	2	3	3	1	4	63
24	3	1	3	4	5	3	3	3	4	2	3	4	1	5	3	3	1	4	52
25	4	1	3	5	4	4	4	4	4	5	3	4	1	4	4	5	2	3	57
26	3	3	3	4	5	2	2	4	5	3	4	2	2	4	1	4	3	1	63
27	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	3	4	4	3	4	3	1	55
28	3	3	2	3	5	4	2	2	3	2	2	3	4	4	3	4	3	4	56
29	3	2	4	3	5	4	3	3	3	3	3	3	2	5	3	4	2	2	59
30	1	2	1	2	4	4	4	3	4	3	3	5	2	3	3	4	2	2	58
31	4	4	2	2	4	5	2	4	4	3	3	5	2	3	3	4	2	3	53
32	3	3	4	5	4	5	3	4	3	5	2	4	3	4	4	4	2	3	63
33	3	2	3	5	5	4	3	3	4	4	4	1	4	3	4	4	3	2	64
34	4	2	3	4	5	4	2	2	3	2	3	2	4	3	4	1	1	1	58
35	4	1	4	4	3	3	1	4	3	3	3	3	5	4	3	4	1	4	54
36	3	3	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	2	2	2	55
37	3	2	2	4	3	4	2	3	2	3	3	2	3	1	5	3	3	3	58
38	1	2	3	5	4	3	1	4	2	3	3	3	2	4	3	4	1	1	49
39	4	2	3	4	5	4	2	2	3	2	3	3	4	5	4	2	3	3	56
40	1	2	3	5	4	3	1	4	2	3	3	3	4	5	4	2	3	3	56

41	1	4	3	4	4	5	2	3	4	5	3	4	2	5	4	4	4	2	63
42	3	3	5	2	5	5	4	4	1	5	3	5	2	2	1	4	2	2	58
43	4	3	4	2	5	5	3	3	4	3	2	4	3	4	3	5	3	3	63
44	4	3	3	5	4	5	3	3	2	2	3	3	1	4	3	4	2	1	55
45	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	4	3	5	3	5	3	4	63
46	3	3	2	4	3	4	4	2	5	3	3	3	3	3	4	3	4	2	58
47	3	2	2	5	4	4	1	3	4	3	5	5	2	4	4	5	2	1	57
48	4	3	4	4	4	4	3	4	3	5	2	3	2	4	3	4	2	2	60
49	3	2	4	4	3	5	2	2	4	5	2	1	3	5	3	4	3	3	58
50	3	3	3	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	2	1	4	1	2	62
51	3	3	3	3	5	5	3	3	2	2	3	3	1	3	3	4	2	1	52
52	1	3	3	3	4	3	2	2	5	3	2	2	3	3	5	4	2	1	51
53	4	3	2	4	4	5	2	4	2	5	3	3	3	5	2	4	3	3	61
54	4	2	4	2	5	5	3	3	3	4	3	2	3	5	1	4	3	2	58
55	3	2	3	5	4	4	2	3	2	3	2	3	3	5	3	4	2	1	54
56	3	3	2	5	5	4	3	1	5	3	3	3	1	3	3	3	1	3	54
57	2	2	2	2	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	2	4	3	4	59
58	4	3	4	4	4	2	3	4	1	5	2	2	2	4	1	4	2	1	52
59	3	1	4	4	4	5	2	3	3	3	3	3	2	5	4	4	2	1	56
60	3	1	3	3	4	5	1	2	2	1	3	3	3	3	4	4	2	3	50
61	4	3	5	3	4	4	3	4	4	5	3	3	2	2	2	4	2	3	60
62	4	2	5	3	4	4	2	3	4	3	2	3	1	4	1	4	3	1	53
63	3	2	4	3	4	4	3	2	3	2	3	4	3	4	4	4	2	4	58
64	3	3	4	3	4	4	4	2	4	5	2	2	3	5	3	4	2	1	58
65	3	2	5	5	5	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	2	1	58
66	2	2	2	4	5	4	3	4	3	3	2	4	2	4	2	5	1	3	55
67	2	3	4	4	4	4	2	4	3	5	4	4	1	4	4	4	2	1	59
68	3	3	3	4	3	3	4	1	5	3	3	3	3	4	1	4	4	1	55
69	3	2	3	5	5	4	3	4	4	3	3	4	2	5	3	4	2	2	61
70	2	3	3	2	4	4	3	4	2	5	4	3	2	3	3	3	2	4	56
71	2	2	3	5	4	4	1	3	3	4	1	2	3	3	5	5	2	3	55
72	3	3	2	4	5	2	3	3	5	4	4	3	3	4	2	4	2	1	57
73	1	2	4	4	3	5	3	3	5	3	3	5	1	4	3	4	3	2	58
74	1	3	3	5	4	5	2	1	3	2	3	3	2	3	3	5	1	3	52
75	3	2	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	3	1	4	1	1	49
76	3	2	2	3	3	5	3	4	4	3	3	3	3	5	5	4	3	3	61
77	3	3	4	3	4	2	2	3	4	3	3	4	3	1	3	5	3	3	56
78	2	3	3	4	4	5	4	3	4	3	3	4	1	2	4	4	3	1	57
79	2	2	2	4	3	4	4	2	1	4	2	3	4	4	3	4	3	1	52
80	2	2	4	2	3	5	3	2	3	5	3	2	3	3	3	5	3	4	57
81	3	3	3	5	5	4	3	3	2	5	5	1	2	4	4	4	2	4	62
82	3	3	2	4	5	3	3	4	4	2	5	2	2	4	3	4	3	1	57
83	3	3	4	4	5	4	4	4	5	3	1	3	3	3	3	5	3	4	64
84	3	2	2	5	5	3	3	1	5	3	2	3	2	4	4	4	2	3	56

129	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	1	4	4	3	4	4	3	3	3	57
130	3	2	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	1	5	2	4	3	4	2	4	61
131	2	2	5	4	5	2	3	4	1	4	4	4	3	5	1	4	2	5	1	2	5	55
132	2	1	4	3	4	4	2	2	3	5	3	3	3	3	1	4	2	4	4	3	5	56
133	2	1	3	3	4	5	2	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	54
134	1	3	3	5	3	4	3	2	2	4	1	2	1	2	2	5	3	4	4	2	3	52
135	1	3	4	5	5	5	3	2	3	4	4	2	2	2	3	3	5	4	2	2	3	54
136	1	3	2	2	5	4	1	2	4	4	4	3	1	3	5	1	4	4	3	4	1	52
137	3	4	3	3	3	4	1	4	5	3	3	3	3	5	2	5	3	4	1	3	3	59
138	3	2	3	3	3	3	2	4	5	2	3	2	4	1	2	1	4	4	4	4	3	56
139	3	3	5	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	2	5	62	
140	3	3	4	4	5	4	1	2	5	3	3	3	4	1	4	4	3	3	2	5	62	
141	3	3	3	4	4	3	4	2	5	5	2	3	2	2	2	4	2	5	4	3	61	
142	3	3	3	5	4	4	3	3	3	2	3	2	4	1	5	2	4	4	2	5	61	
143	2	2	2	4	5	4	1	3	3	2	3	2	4	1	4	3	4	4	4	4	60	
144	4	2	4	2	5	2	3	5	4	4	3	3	4	2	1	5	2	4	1	4	50	
145	3	1	3	3	4	5	3	4	3	3	3	3	3	2	5	4	3	3	3	3	58	
146	2	3	1	3	4	4	3	3	2	3	3	1	2	2	2	3	4	3	5	5	60	
147	3	2	5	4	5	5	3	1	3	4	4	1	5	3	4	3	3	2	2	2	45	
148	2	2	4	3	3	4	2	4	2	3	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3	60	
149	2	3	3	2	5	4	4	4	2	3	4	3	4	2	3	4	4	4	1	1	54	
150	5	1	3	5	4	4	3	5	4	3	4	3	4	2	4	4	4	3	3	3	60	
151	3	3	2	4	4	3	3	5	2	3	4	3	3	2	4	4	3	5	2	2	58	
152	3	2	4	4	4	3	5	5	1	2	3	4	3	3	4	3	5	3	3	2	59	
153	2	3	3	2	4	2	4	2	1	3	4	5	4	2	3	5	1	4	2	4	57	
154	2	4	3	3	3	4	2	2	5	2	2	4	3	1	4	1	4	2	2	3	48	
155	3	3	1	3	5	4	1	4	4	4	5	3	4	4	5	5	3	3	2	2	55	
156	5	4	4	3	5	4	2	2	4	4	4	2	2	3	4	3	4	1	1	2	54	
157	3	2	2	4	5	4	2	4	4	4	5	4	2	2	4	4	4	3	4	4	63	
158	2	3	4	2	4	3	2	4	2	3	4	2	2	1	5	3	4	4	3	3	56	
159	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	5	4	2	2	4	2	4	2	1	1	48	
160	3	2	3	4	4	2	3	4	4	4	4	5	1	4	4	3	4	3	5	5	62	
161	3	2	3	2	5	5	3	2	2	4	4	4	3	1	5	3	3	5	1	2	55	
162	1	3	3	5	5	4	1	3	4	2	2	4	3	1	4	2	5	2	2	2	54	
163	2	3	2	4	4	4	4	4	5	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	54	
164	2	2	4	4	4	4	1	2	3	3	3	1	4	1	5	2	3	3	4	4	60	
165	3	2	4	2	4	4	4	3	3	3	2	5	2	2	5	2	4	3	2	2	52	
166	2	1	2	4	5	3	3	3	5	3	3	3	3	2	5	2	4	3	3	3	59	
167	3	1	3	4	3	4	3	4	4	2	2	4	3	1	4	3	4	1	5	5	51	
168	3	3	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3	1	2	5	4	4	3	2	2	56	
169	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3	57	
170	3	1	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	1	3	2	5	2	2	4	4	56	
171	3	2	2	4	3	3	3	3	2	5	4	4	2	2	3	3	5	3	3	3	52	
172	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	3	2	5	3	4	2	2	2	57	

173	3	3	3	4	4	5	2	2	2	2	2	3	3	4	3	4	1	5	55
174	3	4	4	2	4	4	3	2	4	3	3	3	1	5	2	4	3	3	57
175	1	2	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	2	4	1	5	3	3	58
176	1	3	3	4	3	4	2	3	3	5	2	4	2	4	3	4	3	2	55
177	2	3	3	3	5	4	3	1	4	3	2	4	2	5	3	4	3	4	58
178	3	1	1	4	4	4	1	2	2	3	4	4	2	4	4	5	4	3	55
179	1	2	2	4	4	5	3	2	4	4	1	4	1	3	2	5	4	2	53
180	2	2	2	4	4	3	3	2	3	4	1	3	1	4	2	4	1	3	48
181	1	3	2	4	5	3	2	4	4	5	4	3	1	5	3	5	2	3	59
182	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	1	2	4	2	4	3	2	55
183	1	3	3	5	3	4	3	3	5	3	4	3	2	4	2	4	3	3	58
184	2	4	2	2	3	5	3	3	3	1	4	2	1	4	4	3	3	5	54
185	2	4	4	3	4	2	3	3	4	3	2	2	3	5	4	5	3	3	59
186	3	4	5	3	4	4	1	4	5	2	4	4	2	3	2	4	4	3	61
187	1	1	4	3	3	4	4	2	5	3	2	4	2	4	3	5	1	3	54
188	4	1	3	4	5	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	2	56
189	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	1	3	3	5	3	4	4	2	62
190	3	3	1	5	5	3	4	3	5	3	3	3	2	5	3	4	4	2	62
191	3	3	4	4	4	5	2	2	4	4	2	3	1	1	1	5	4	3	61
192	3	3	4	4	4	5	4	2	2	4	3	4	3	5	2	5	3	2	55
193	2	2	2	5	4	5	1	3	4	5	1	2	2	4	2	4	3	2	62
194	3	2	3	2	3	4	3	3	3	5	1	3	1	4	5	4	4	4	57
195	3	4	4	3	3	4	4	2	5	4	2	3	3	2	4	4	1	4	59
196	3	3	4	3	3	4	4	2	4	4	3	3	2	4	3	5	4	2	60
197	1	3	2	4	3	5	3	4	4	3	4	3	2	4	3	5	4	2	58
198	1	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	1	1	4	3	4	3	5	54
199	3	3	3	4	4	5	1	3	5	3	1	3	3	5	5	4	4	2	61
200	3	2	3	3	3	4	2	2	5	4	4	2	3	5	2	4	1	4	56
201	2	2	3	4	4	3	1	2	4	5	4	4	3	5	2	5	4	4	61
202	2	3	5	2	4	4	2	4	4	3	2	3	1	5	2	5	4	3	58
203	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	60
204	2	1	3	4	3	5	4	3	3	3	1	3	3	5	1	4	3	3	54
205	3	3	2	4	3	5	2	2	2	4	2	2	3	5	4	5	3	1	55
206	1	2	4	3	3	4	1	3	5	3	3	3	1	5	3	5	3	3	55
207	3	2	3	3	4	3	3	3	4	5	1	4	4	4	3	4	4	4	61
208	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	5	3	2	5	3	4	4	3	66
209	3	1	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	2	5	4	4	1	5	57
210	3	3	3	4	3	4	1	2	4	3	1	3	1	5	4	4	3	3	54
211	3	4	4	5	4	4	4	3	2	3	2	3	2	5	3	4	3	5	63
212	3	1	1	4	3	3	4	2	5	3	1	2	3	5	3	4	4	5	56
213	3	1	1	4	4	3	2	2	4	4	3	4	1	5	2	4	3	3	53
214	2	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	3	3	5	2	5	4	3	70
215	3	1	3	4	3	5	3	3	4	4	2	1	2	5	5	5	3	3	59
216	3	3	5	3	4	4	2	1	4	5	1	4	2	5	4	5	3	5	63

