

TINJAUAN PUSTAKA

Pada pengantar bab ini merupakan diskripsi singkat terkait isi bab 2 tinjauan pustaka. Isi tinjauan pustaka meliputi teori/studi yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam bab ini penulis mengambil referensi sebagai penunjang penelitian yang meliputi: Transportasi, Sistem Transportasi, Pemilihan Moda Transportasi, Angkutan desa, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Penumpang, teknik pengambilan sampel, metode *Service quality*, *customer satisfaction index*, kuisisioner, metode *Importance-Performance Analysis* (IPA), Uji Validitas dan Reliabilitas.

2.1 Transportasi

Menurut Tamin (1997), Transportasi adalah suatu sistem yang terdiri dari prasarana/sarana dan sistem pelayanan yang memungkinkan adanya pergerakan keseluruhan wilayah sehingga terakomodasi mobilitas penduduk, dimungkinkan adanya pergerakan barang, dan dimungkinkannya akses ke semua wilayah. Menurutnyapun adapun tujuan transportasi sebagai berikut:

1. Mewujudkan angkutan jalan serta lalu lintas yang cepat, selamat, tertib, aman, lancar dan teratur.
2. Menjadikan transportasi yang lain tergabung dalam suatu kesatuan sistem transportasi nasional.
3. Menjangkau seluruh pedalaman wilayah daratan guna menunjang pemerataan pertumbuhan dan stabilitas serta sebagai pendorong dalam pembangunan nasional.

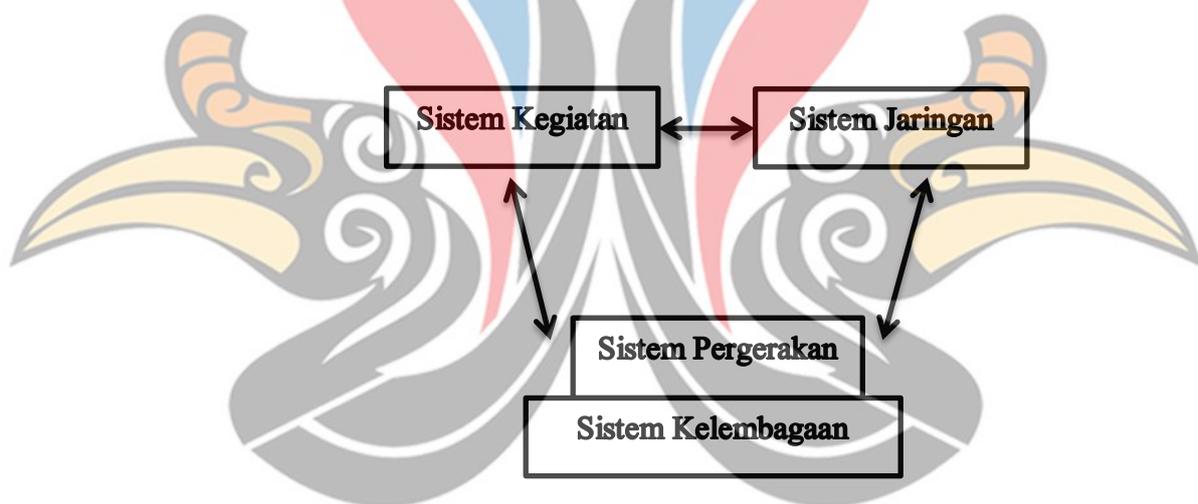
Sedangkan Menurut Kamaludin (1987) dalam Romli (2008), Transportasi berasal dari kata latin *tranpotare*, dimana *tran* berarti seberang atau sebelah dan *portare* berarti mengangkut atau membawa. Jadi Transportasi berarti mengangkut atau membawa (sesuatu) ke sebelah lain atau dari satu tempat ke tempat lainnya.

Pada dasarnya permintaan angkutan diakibatkan oleh hal-hal berikut (Nasution, 2004 dalam herry 2006);

1. Kebutuhan manusia untuk berpergian dari lokasi lain dengan tujuan mengambil bagian di dalam suatu kegiatan, misalnya bekerja, berbelanja, kesekolah, dan lain- lain.
2. Kebutuhan angkutan barang untuk dapat digunakan atau dikonsumsi di lokasi lain.

2.1.1. Sistem Transportasi

Sistem Transportasi adalah gabungan dari beberapa komponen atau objek yang saling berkaitan. Dalam setiap organisasi, perubahan pada satu komponen akan memberikan perubahan pada komponen lainnya (Tamin, 2008). Sistem Transportasi secara menyeluruh (makro) dapat dipecahkan menjadi sistem yang lebih kecil (mikro) yang masing-masing saling berkaitan. sebagai mana dijelaskan pada gambar 2.1 berikut ini.

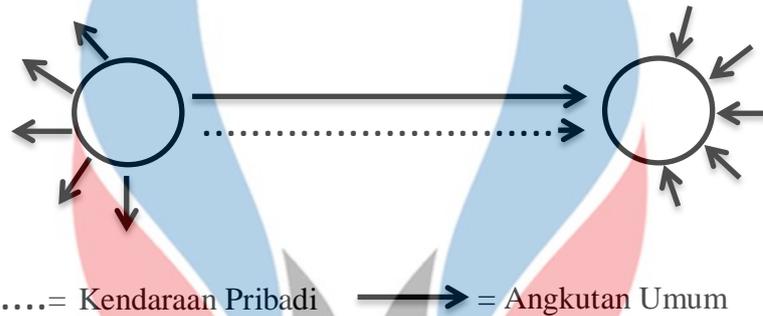


Gambar 2. 1 Sistem Transportasi Makro (Tamin,2008)

Sistem tersebut merupakan sistem pola kegiatan tata guna lahan yang terdiri dari pola kegiatan sosial, ekonomi, kebudayaan dan lain-lain. Interaksi yang terjadi antara sistem kegiatan dengan sistem jaringan menghasilkan manusia dan/atau barang dalam Sistem Kegiatan Sistem Jaringan Sistem Pergerakan Sistem Kelembagaan bentuk pergerakan kendaraan dan/atau orang (pejalan kaki). Sistem pergerakan yang aman, cepat, nyaman, murah, handal dan sesuai dengan lingkungannya dapat tercipta jika pergerakan tersebut diatur oleh sistem rekayasa dan manajemen lalu lintas yang baik (Tamin, 2008).

2.1.2. Pemilihan Moda Transportasi

Pemilihan moda merupakan model terpenting dalam perencanaan transportasi. Ini karena peran kunci dari angkutan umum dalam berbagai kebijakan transportasi. Tidak seorangpun menyangkal bahwa moda angkutan umum menggunakan ruang jalan jauh lebih efisien daripada moda angkutan pribadi (Tamin, 1997). Berikut ilustrasi pemilihan moda (Wells 1975, dalam Ofyar Z Tamin 1997):



Gambar 2.2 Ilustrasi pemilihan moda (Tamin, 1997)

Faktor yang mempengaruhi pemilihan moda menurut Tamin, (1997), dapat dikelompokkan menjadi 3 (Tiga):

1. Ciri Pengguna Jalan

Beberapa factor berikut ini sangat mempengaruhi pemilihan moda :

- a. Ketersediaan atau pemilikan kendaraan pribadi.
- b. Pemilikan Surat Izin Mengemudi (SIM)
- c. Struktur Rumah Tangga (pasangan muda, keluarga dengan anak, pensiun, bujangan, dan lain- lain)
- d. Pendapatan
- e. Faktor lain; ex: keharusan menggunakan mobil ketempat bekerja dan keperluan mengantar anak sekolah.

2. Ciri Pergerakan

Pemilihan moda juga sangat dipengaruhi oleh :

- a. Tujuan Pergerakan, contohnya; pergerakan ke tempat kerja di negara maju biasanya lebih mudah dengan memakai angkutan umum karena ketepatan waktu dan tingkat pelayanannya sangat baik. Dan ongkosnya lebih murah dibandingkan dengan mobil, akan tetapi hal yang sebaliknya terjadi di Negara berkembang; orang masih tetap menggunakan mobil pribadi ke

- tempat kerja, meskipun lebih mahal, hal ini dikarenakan ketepatan waktu, kenyamanan, dan lain- lain yang tidak dapat dipenuhi oleh angkutan umum.
- b. Waktu terjadinya pergerakan, kalau kita ingin bergerak ditengah malam, kita pasti membutuhkan kendaraan pribadi karena pada saat ini angkutan umum tidak atau jarang beroperasi pada malam hari.
 - c. Jarak Perjalanan, semakin jauh perjalanan kita cenderung memilih angkutan umum dibandingkan dengan kendaraan pribadi.
3. Ciri Fasilitas Moda Transportasi, hal ini dikelompokkan menjadi dua kategori
- a. Kategori pertama, faktor kuantitatif, seperti:
 - Waktu perjalanan: waktu menunggu di pemberhentian bus, waktu berjalan kaki ke pemberhentian bus, waktu selama bergerak, dan lain- lain.
 - Biaya transportasi (tarif, biaya bahan bakar, dan lain- lain)
 - Ketersediaan ruang dan tarif parkir.
 - b. Kategori kedua, faktor kualitatif yaitu faktor yang cukup sulit menghitungnya karena meliputi kenyamanan dan keamanan, keandalan dan keteraturan, dan lain- lain.
4. Ciri Zona atau Kota, beberapa ciri yang mempengaruhi pemilihan moda adalah jarak dari pusat kota dan kepadatan penduduk.

2.2 Perencanaan Transportasi

Perencanaan transportasi adalah suatu kegiatan perencanaan sistem transportasi yang sistematis yang bertujuan menyediakan layanan transportasi baik sarana maupun prasarananya disesuaikan dengan kebutuhan transportasi bagi masyarakat di suatu wilayah serta tujuan – tujuan kemasyarakatan lain (Tamin, 1997). Perencanaan transportasi akan mempelajari faktor – faktor yang mempengaruhi kebutuhan manusia akan perjalanan manusia ataupun barang. Faktor – faktor tersebut dapat berupa tata guna lahan, ekonomi, sosial budaya, teknologi transportasi dan faktor – faktor lain yang mungkin terkait.

Secara garis besar, transportasi dapat dilihat sebagai suatu sistem dengan 3 (tiga) komponen utama yang saling mempengaruhi. Ketiga komponen tersebut adalah (Tamin, 2000) :

1. Sub sistem tata guna lahan

Sub sistem ini mengamati penggunaan lahan tempat aktivitas masyarakat dilakukan, seperti : tipe, struktur dan ukuran intensitas aktifitas sosial dan ekonomi (berupa : populasi, tenaga kerja, *output* industri).

2. Sub sistem transportasi *supply*

Sub sistem ini merupakan penyediaan penghubung fisik antara tata guna lahan dan manusia pelaku aktivitas masyarakat. Penyediaan ini meliputi berbagai moda transportasi seperti : jalan raya, rel kereta, rute bus dan lain-lain, dan menyatakan karakteristik operasional moda tersebut seperti waktu tempuh, biaya, frekuensi pelayanan, dll.

3. Lalu Lintas

Lalu lintas merupakan akibat langsung dari interaksi antara tata guna lahan dan transportasi *supply* yang berupa perjalanan barang dan jasa.

Konsep perencanaan transportasi pada saat ini mengalami perkembangan, menurut (Tamin. 2000) Model Transportasi empat tahap merupakan salah satu yang paling dikenal. Model perencanaan ini merupakan gabungan dari beberapa sub model yang masing-masing harus dilakukan secara terpisah dan berurutan. Submodel tersebut sebagai berikut :

1. Model Bangkitan Pergerakan

Model Bangkitan Pergerakan (*Trip Generation Models*) adalah pemodelan transportasi yang berfungsi untuk memperkirakan lalu meramalkan jumlah perjalanan yang berasal dari suatu zona lahan dan jumlah perjalanan (*trip*) yang datang ke suatu zona lahan pada masa depan (tahun rencana) per satuan waktu.

2. Merupakan pemodelan terhadap pola pergerakan antar zona. Model ini dipengaruhi oleh tingkat aksesibilitas sistem jaringan antar zona dan tingkat bangkitan dan tarikan setiap zona. Pola sebaran arus lalulintas antara zona yang satu dengan zona yang lain (zona asal – zona tujuan), merupakan hasil yang terjadi secara bersamaan yaitu lokasi dan intensitas tata guna lahan (keduanya akan menghasilkan arus lalulintas), dan pemisahan ruang, interaksi antara dua buah tata guna lahan yang akan menghasilkan pergerakan manusia maupun barang .

3. Model Pemilihan Moda Transportasi (*Mode Choice Models*) adalah pemodelan perencanaan angkutan yang memiliki kegunaan untuk menentukan beban

perjalanan (*trip*) ataupun mengetahui jumlah barang dan orang yang akan menggunakan berbagai moda transportasi yang ada untuk melayani suatu titik asal-tujuan.

Sasaran umum perencanaan transportasi adalah membuat interaksi tersebut menjadi semudah dan seefisien mungkin. Cara perencanaan transportasi untuk mencapai sasaran umum itu antara lain dengan menetapkan kebijakan tentang hal berikut ini (Tamin.2000):

1. Sistem Kegiatan

Rencana tata guna lahan yang baik (lokasi toko, sekolah, perumahan, pekerjaan, dan lain-lain yang benar) dapat mengurangi kebutuhan akan perjalanan yang panjang sehingga membuat interaksi menjadi lebih mudah. Perencanaan tata guna lahan biasanya memerlukan waktu cukup lama dan tergantung pada badan pengelola yang berwenang untuk melaksanakan rencana tata guna lahan tersebut.

2. Sistem Jaringan

Hal yang dapat dilakukan misalnya meningkatkan kapasitas pelayanan prasarana yang ada: melebarkan jalan, menambah jaringan jalan baru, dan lain-lain.

3. Sistem Pergerakan

Hal yang dapat dilakukan antara lain mengatur teknik dan manajemen lalu lintas (jangka pendek), fasilitas angkutan umum yang lebih baik (jangka pendek dan menengah), atau pembangunan jalan (jangka panjang).

2.3 Klasifikasi Perjalanan

Perjalanan adalah pergerakan dari suatu tempat ke tempat lain baik menggunakan sarana transportasi maupun berjalan kaki. Setiowarno dan Frazila (2001) menyebutkan klasifikasi perjalanan berdasarkan maksudnya dibagi menjadi beberapa golongan sebagai berikut:

1. Perjalanan untuk bekerja (*working trips*) yaitu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang untuk menuju tempat kerja, misalnya kantor, pabrik dan sebagainya.
2. Perjalanan untuk kegiatan pendidikan (*educational trips*) yaitu perjalanan yang dilakukan oleh pelajar dari semua strata pendidikan menuju sekolah, universitas atau lembaga pendidikan lainnya tempat mereka belajar.

3. Perjalanan untuk berbelanja (*shopping trips*) yaitu perjalanan ke pasar, swalayan, pusat pertokoan dan lain sebagainya.
4. Perjalanan untuk kegiatan sosial (*social trips*) misalnya perjalanan ke rumah saudara, ke dokter dan lain sebagainya.
5. Perjalanan untuk berekreasi (*recreation trips*) yaitu perjalanan ke pusat hiburan, stadion olahraga dan lain sebagainya atau perjalanan itu sendiri yang merupakan kegiatan rekreasi.
6. Perjalanan untuk keperluan bisnis (*business trips*) yaitu perjalanan dari tempat bekerja ke lokasi lain sebagai bagian dari pelaksanaan pekerjaan.
7. Perjalanan ke rumah (*home trips*) yaitu semua perjalanan kembali ke rumah. Hal ini perlu dipisahkan menjadi satu tipe keperluan perjalanan karena umumnya perjalanan yang didefinisikan pada poin-poin sebelumnya dianggap sebagai pergerakan satu arah (*one-way movement*) tidak termasuk perjalanan kembali ke rumah.

2.4 Angkutan Perdesaan

Angkutan perdesaan adalah pelayanan angkutan penumpang yang ditetapkan melayani trayek dari terminal dan ke terminal tipe C. Ciri utama lain yang membedakan angkutan perdesaan dengan yang lainnya adalah pelayanan lambat, tetapi jarak pelayanan tidak ditentukan (Warpani, 2002).

Angkutan Perdesaan adalah angkutan dari satu tempat ke tempat lain dalam satu daerah kabupaten yang tidak termasuk dalam trayek kota yang berada pada wilayah ibukota Kabupaten dengan mempergunakan mobil bus umum atau mobil penumpang umum yang terikat dalam trayek (KM 35 Tahun 2003). Sistranas No. KM 49 (2005) menyebutkan bahwa angkutan perdesaan adalah angkutan dari satu tempat ke tempat lain dalam satu daerah kabupaten yang tidak termasuk dalam trayek kota yang berada pada wilayah ibu kota kabupaten dengan mempergunakan angkutan umum atau mobil penumpang umum yang terikat dalam trayek.

Berdasarkan KM 35 Tahun 2003 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang di Jalan dengan Kendaraan Umum, pelayanan angkutan perdesaan diselenggarakan dengan ciri- ciri sebagai berikut:

1. Mempunyai jadwal tetap dan atau tidak terjadwal.
2. Jadwal tetap diberlakukan apabila permintaan angkutan cukup tinggi.

3. Pelayanan angkutan bersifat lambat, berhenti pada setiap terminal, dengan waktu menunggu relatif cukup lama.
4. Terminal yang merupakan terminal asal pemberangkatan dan tujuan sekurang-kurangnya terminal tipe C.
5. Dilayani dengan mobil bus kecil atau mobil penumpang umum.

Kelengkapan kendaraan yang digunakan untuk angkutan perdesaan:

1. Nama perusahaan dan nomor urut kendaraan yang dicantumkan pada sisi kiri, kanan, dan belakang kendaraan.
2. Papan trayek yang memuat asal dan tujuan serta lintasan yang dilalui dengan dasar putih tulisan hitam yang ditempatkan dibagian depan dan belakang kendaraan.
3. Jenis trayek yang dilayani ditulis secara jelas dengan huruf balok, melekat pada badan kendaraan sebelah kiri dan kanan dengan tulisan “Angkutan Perdesaan“
4. Jati diri pengemudi ditempatkan pada dashboard.
5. Fasilitas bagasi sesuai kebutuhan.
6. Daftar tarif yang berlaku.

2.5 Kepuasan Penumpang

Menurut Kotler dan Keller (2007 hal 177) yang menyatakan bahwa: “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan”. Jadi, kepuasan penumpang adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.

Beberapa arti penting tentang kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2002, hal 7), sebagai berikut:

1. Reputasi perusahaan yang semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya.
2. Dapat mendorong terciptanya loyalitas penumpang.
3. Memungkinkan terciptanya rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan sehingga semakin banyak orang yang akan membeli dan menggunakan produk perusahaan.
4. Meningkatkan volume penjualan dan keuntungan.

5. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis
6. Mendorong setiap anggota organisasi untuk bekerja dengan tujuan yang lebih baik.

Untuk dapat menciptakan kepuasan konsumen, penyedia jasa harus mempertahankan pelayanan dan meningkatkannya untuk mendapatkan kepuasan pengguna jasa angkutan umum. Sebuah perusahaan mempunyai tujuan utama memberikan kepuasan bagi konsumen. Puas atau tidaknya seorang pembeli akan keputusan pembeliannya tergantung pada kinerja tawaran yang akan berhubungan dengan harapan pembeli terhadap barang atau jasa yang dibelinya

2.6 Pelayanan Angkutan Umum Berdasarkan Persepsi Penumpang

Pelayanan berdasarkan persepsi penumpang telah ditetapkan oleh Pemerintah (Kementerian Perhubungan) maupun dari The World Bank-Urban Transport (1986). Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan angkutan, yaitu antara lain :

1. Kenyamanan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kenyamanan penumpang kemungkinan besar dipengaruhi oleh kekuatan pasar. Faktor muat benar mempengaruhi kenyamanan penumpang, dimana faktor muat yang tinggi tidak nyaman bagi penumpang. Kendaraan baru mempunyai berbagai keunggulan potensial bagi penumpang, dibandingkan dengan kendaraan tua. Bagi kendaraan baru ada kemungkinan yang lebih besar untuk: lebih nyaman, lebih dapat diandalkan, dan lebih dapat menjamin keselamatan.

2. Keterandalan (Reliability)

Walaupun usia rata-rata kendaraan merupakan suatu indikator dari keterandalan potensial kendaraan, tolok ukur yang lebih akurat tentang keterandalan adalah data frekuensi. Bila tiap hari frekuensi pada jam sibuk pagi pada suatu rute sama (atau hampir sama), hal ini merupakan petunjuk adanya kuantitas pelayanan yang dapat diandalkan.

3. Keselamatan

Sumber utama data keselamatan adalah data kecelakaan, sehingga kota dapat mengukur dan/atau mengkuantifikasi aspek kualitas pelayanan dari pengumpulan dan analisa data kecelakaan.

2.7 Kualitas Pelayanan

Feigenbaum (1991), kualitas merupakan keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi *marketing, engineering, manufacture, dan maintenance*, dimana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelayanan/Jasa (*service*) adalah tindakan atau kinerja yang menciptakan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dari tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut (Lovelock and Wright, 1999 : 5).

Kualitas jasa ialah: suatu tingkat dimana suatu jasa/layanan sesuai dengan kebutuhan atau ekspektasi konsumen (Lewis dan Mitchell, 1990; Wisniewski dan Donnelly, 1996). Jasa dinilai berkualitas jika memenuhi atau melampaui keinginan konsumen dari jasa tersebut. Kualitas jasa tidak hanya dinilai dari pemenuhan kebutuhan konsumen, namun dari cara penyedia jasa tersebut untuk selalu memenuhi dan menyediakan apa yang mungkin tidak dibutuhkan konsumen tapi merupakan keinginan mereka yang terkadang tersirat.

Menurut beberapa pakar, Kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama (Gronroos dalam Hutt dan Speh, 1992).

1. Kualitas Teknis, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasuraman, et al., (dalam Bojonc, 1991), *technical quality* dapat diperinci lagi menjadi :
 - a. *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
 - b. *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi jasa. Contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapihan hasil.
 - c. *Credence quality*, yaitu yang sukar dievaluasi pelanggan, meskipun telah mengonsumsi suatu jasa. Misalnya kualitas operasi jantung.
2. Fungsi Kualitas, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.

3. Citra Perusahaan, yaitu profit, citra umum dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

www.itk.ac.id

2.8 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Zeitzmal, Parasuraman dan Berry terdapat sepuluh dimensi yang menentukan kualitas jasa (Parasuraman et al, 1985), yaitu :

1. *Tangibles* (bentuk fisik)

Berupa bukti fisik jasa yang meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, peralatan komunikasi dan tenaga kerja.

2. *Reability* (keandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa yang telah dijanjikan secara konsisten dan akurat.

3. *Responsiveness* (ketanggapan)

Kemauan atau kesiapan penyedia jasa untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan dengan segera.

4. *Competence* (kompetensi)

Keahlian dan pengetahuan yang dimiliki penyedia jasa dalam melayani konsumen.

5. *Courtesy* (kesopanan)

Menunjukkan sikap penyedia jasa, seperti sifat sopan santun, keramahan, perhatian dan penghargaan dari petugas.

6. *Credibility* (kredibilitas)

Meliputi ketulusan, kepercayaan dan kejujuran penyedia jasa.

7. *Communication* (komunikasi)

Kemampuan untuk membicarakan dengan cara mudah dimengerti oleh konsumen.

8. *Accessibility* (aksesibilitas)

Kemudahan pelayanan yang mudah dijangkau dan dihubungi.

9. *Security* (keamanan)

Rasa bebas dari bahaya, resiko serta keraguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, financial dan kerahasiaan.

10. *Understanding the Customer* (kemampuan memahami pelanggan)

Melakukan usaha-usaha untuk mengetahui konsumen dan kebutuhannya.

Dalam perkembangan selanjutnya, yaitu pada tahun 1988, Berry dan Parasuraman dalam (Fitzsimmons, (1994:190) menemukan bahwa dari sepuluh dimensi kualitas dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok. Kelima dimensi tersebut meliputi :

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu – raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.9 Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan melihat dan mengetahui tingkat kepentingan dari atribut –atribut jasa/produk. CSI sangat berguna untuk tujuan internal dari perusahaan antara lain yaitu memantau perbaikan pelayanan, memotivasi karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan dari pelanggan.

Indeks Kepuasan Pengguna (IKP) merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pengguna yang senang dalam suatu survei kepuasan pengguna. IKP diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa ,menurut oktiviani, 2006. Interpretasi nilai CSI dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 1 Indeks kepuasan pengguna (IKP)

| Angka Indeks | Interprestasi |
|--------------------|--------------------------|
| $X \leq 64 \%$ | <i>Verry Poor</i> |
| $64 \% < X > 71\%$ | <i>Poor</i> |
| $71\% < X > 77\%$ | <i>Cause for concern</i> |
| $77\% < X > 80\%$ | <i>Borderline</i> |
| $80\% < X > 84\%$ | <i>Good</i> |
| $84\% < X > 87\%$ | <i>Very Good</i> |
| $87\% < X$ | <i>Excelent</i> |

(Sumber: Penulis,2021)

Keterangan : X : Angka indeks kepuasan pelanggan

Perhitungan keseluruhan IKP menurut Bhote (1996) diilustrasikan pada tabel 2.4. Nilai rata-rata pada kolom kepentingan (I) dijumlahkan sehingga diperoleh Y dan juga hasil kali I dengan P pada kolom skor (S) dijumlahkan dan diperoleh T. IKP diperoleh dari perhitungan $(T/5Y) \times 100\%$. Nilai 5 (pada 5Y) adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran. IKP dihitung dengan rumus:

$$CSI = \frac{T}{5 \times Y} \times 100\% \quad 2.1$$

T : nilai skor dari (I) x (P)

5 : nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran

Y : total (I) = (Y)

Nilai maksimum IKP adalah 100%. Nilai IKP 50% atau lebih rendah menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik. Nilai IKP 80% atau lebih tinggi mengindikasikan pengguna merasa puas terhadap kinerja pelayanan.

2.10 Metode Service Quality (Servqual)

SERVQUAL merupakan skala multi-item yang terdiri dua kelompok pertanyaan, yaitu kelompok pertanyaan pertama yang bertujuan mengetahui harapan (ekspektasi) pelanggan terhadap layanan yang akan diberikan perusahaan dan kelompok pertanyaan kedua yang bertujuan mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa yang telah mereka terima. (Nasution, 2004:47)

Model Servqual merupakan suatu cara untuk melakukan pengukuran kualitas jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa, yaitu reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon jarak jauh, perbankan ritel, dan pialang sekuritas (1985, 1988, 1990, 1993, 1994). Dalam serangkaian penelitian mereka terhadap sektor-sektor jasa tersebut, model ini juga dikenal dengan istilah Gap. Model ini berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang sebagian besar didasarkan pada pendekatan diskonfirmasi.

Dalam pendekatan ini ditegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut (*attribute performance*) meningkat lebih besar dari pada harapan (*expectations*) atau atribut yang bersangkutan, maka kepuasan (dan kualitas jasa) pun akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Dalam model Servqual, kualitas jasa didefinisikan sebagai “penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa”. Definisi pada tiga landasan konseptual utama, yakni:

1. kualitas jasa lebih sukar dievaluasi konsumen dari pada kualitas barang.
2. Persepsi terhadap kualitas jasa merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual jasa.
3. Evaluasi kualitas tidak hanya dilakukan atas hasil jasa, namun juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian jasa.

Model servqual meliputi analisis terhadap lima gap yang berpengaruh terhadap kualitas jasa, diantaranya:

1. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan (*knowledge gap*). Kenyataan pihak manajemen perusahaan tidak selalu dapat merasakan/memahami apa yang diinginkan para pelanggan secara akurat.
2. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa (*standarts gap*).
3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*delivery gap*) Gap ini muncul terutama pada jasa yang sistem penyampaiannya sangat tergantung pada konsumen.

4. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (*communications gap*). Harapan pelanggan seringkali dipengaruhi iklan/janji yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran. Resiko yang dihadapi bila janji yang sudah diberikan tidak dipenuhi.
5. Gap antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan (*service gap*). Terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja perusahaan dengan cara berlainan atau salah mempersepsikan kualitas jasa. Jika pelayanan yang diterima lebih baik dari pada pelayanan yang diharapkan atau setidaknya sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak yang positif. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima dirasakan lebih rendah dari pelayanan yang diharapkan, maka gap ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

Untuk mengukur gap antara harapan dan persepsi konsumen atas pelayanan yang dirasakan, maka Parasuraman et al. Mengembangkan model pengukuran *SERVQUAL* (*Service Quality/Kualitas Jasa*). Gap yang terjadi antara ketidaksesuaian kinerja perusahaan dengan harapan pelanggan, dimana hal tersebut yang menjadi dasar pengukuran kualitas jasa. Metode *SERVQUAL* bertujuan untuk mengukur lima dimensi kualitas jasa yang merupakan representasi dari sepuluh dimensi yang telah dijelaskan sebelumnya, dimensi ini disebut dapat disingkat dengan kriteria "RATER", yaitu :

1. *Tangibles* (bukti fisik)
2. *Reliability* (keandalan)
3. *Responsiveness* (daya tanggap)
4. *Assurance* (jaminan)
5. *Empathy* (empati)

Penilaian kualitas jasa diukur dengan menghitung kesenjangan (gap) yang terjadi akibat perbedaan nilai ekspektasi dan nilai persepsi terhadap kinerja kualitas jasa yang diterima pelanggan. Jika nilai yang didapat bernilai positif perusahaan telah berhasil melebihi harapan para konsumennya dalam pemberian jasa yang berkualitas, untuk nilai yang negatif maka perusahaan harus memperbaiki kualitas jasa mereka, sedangkan untuk nilai

nol maka kualitas jasa yang diberikan memenuhi harapan konsumen. Nilai *SERVQUAL* dihitung dengan rumus (Nigel Hill, 1996):

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

Korelasi antara dimensi *SERVQUAL* dengan sepuluh dimensi dasar

Tabel 2. 2 Korelasi antara dimensi *SERVQUAL* dengan sepuluh dimensi dasar

| Original ten dimension for evolving service quality | Tangibles | Reliability | Responsiveness | Assurance | Empathy |
|---|-----------|-------------|----------------|-----------|---------|
| Tangibles | 1 | | | | |
| Reliability | | 1 | | | |
| Responsiveness | | | 1 | | |
| Competence | | | | 1 | |
| Courtesy | | | | | 1 |
| Credibility | | | | | |
| Security | | | | | |
| Access | | | | | |
| Communication | | | | | |
| Understanding the customer | | | | | |

(Sumber: Zeithaml, dkk, *Delivering Quality Service*, 1990, hal 25)

2.11 Teknik Pengambilan Sampling

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti, dipandang sebagai suatu pendugaan terhadap populasi (Sugiyono, 2009). Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang ingin diamati. Terdapat dua cara pengambilan sampel, yaitu sampel secara acak (*random sampling*) dan sampel tidak acak (*non random sampling*).

Dalam teknik pengambilan sampel ada tiga hal pokok, yaitu (Umar, 2009):

1. Populasi yang terhingga dan yang tidak terhingga.
2. Pengambilan sampel secara probabilitas dan yang non-probabilitas.

3. Pengambilan sampel dengan membagi-bagi dulu populasi menjadi beberapa bagian (subpopulasi) sehingga subpopulasi menjadi relatif homogen atau heterogen dan pengembalian sampel langsung dari populasi yang tidak dibagi-bagi dulu menjadi beberapa subpopulasi.

Terdapat beberapa metode yang biasa digunakan pada Teknik sampling. Teknik sampling berdasarkan pengambilan sampel secara acak (randomisasi) dibedakan menjadi 2 kelompok yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* adalah cara pengambilan sampling yang memberi peluang yang sama terhadap setiap unsur populasi untuk dapat dipilih menjadi sampel (Umar,2009).

Probability sampling terdiri dari:

1. Sampling acak (*simple random sampling*),
2. Sampling sistematis (*systematic sampling*),
3. Sampling terstratifikasi (*stratified sampling*),
4. Sampling kluster (*cluster sampling*).

Non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampling yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang setara bagi setiap anggota populasi atau unsur untuk dapat dipilih menjadi sampel. *Non-probability sampling* terdiri dari :

1. Sampling berbasis ketersediaan subjek (*convenience sampling*),
2. Sampling bertujuan (*purposive sampling*),
3. Sampling snowball (*snowball sampling*),
4. Sampling kuota (*quota sampling*).

Metode *Non-probability* dengan *sub sampling* yaitu *quota sampling*. Dimana *quota sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Teknik ini jumlah populasi tidak diperhitungkan akan tetapi diklasifikasikan dalam beberapa kelompok. Sampel diambil dengan memberikan jatah atau quorum tertentu terhadap kelompok. Pengumpulan data dilakukan langsung pada unit sampling. Setelah jatah terpenuhi, maka pengumpulan data dihentikan.

Pada penelitian tugas akhir ini teknik sampling yang digunakan adalah pengambilan sampel acak berdasar area (*Cluster Random Sampling*). *Cluster Random Sampling* salah satu jenis metode pengambilan sampel yang dilakukan

berdasar kelompok/ area tertentu. Teknik ini banyak digunakan pada kelompok statistika yang sifatnya geografis. Pada perhitungan jumlah sampel dilakukan secara matematis, besarnya sampel dari suatu populasi yang terdapat pada suatu kawasan dapat digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

2.2

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Besar Populasi

e = Nilai kritis (batas penelitian) yang diinginkan.

2.11.1 Kuisisioner

Kuisisioner dapat dibedakan menjadi tiga jenis (Arikunto,1998:151), berdasarkan bentuk dari struktur pertanyaan, yaitu :

1. Kuisisioner terstruktur, yaitu kuisisioner yang kemungkinan jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu sehingga responden tidak mempunyai kesempatan memberikan jawaban yang lain.
2. Kuisisioner terbuka, yaitu kuisisioner yang kemungkinan jawabannya tidak ditentukan terlebih dahulu, responden bebas memberikan jawaban.
3. Kombinasi antara terstruktur dan terbuka, yaitu kuisisioner yang jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu lalu terdapat juga pertanyaan terbuka yang memberikan kebebasan dalam menjawab.

Dalam menyusun kuisisioner, hendaklah mengetahui petunjuk dalam pengerjaannya sehingga kuisisioner yang disusun tidak menyulitkan responden. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Bailey (1987). Petunjuk – petunjuk adalah sebagai berikut :

1. Pertanyaan-pertanyaan yang mudah sebaiknya ditempatkan pada bagian awal kuisisioner.
2. Pertanyaan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti.
3. Pertanyaan disusun secara jelas dan spesifik.
4. Pertanyaan harus berhubungan dengan masalah dan sasaran penelitian.
5. Pertanyaan tidak boleh menggiring responden untuk memberikan alternatif jawaban tertentu.

6. Hindari pertanyaan yang membingungkan atau ambigu.
7. Pertanyaan tidak boleh berisi hal – hal yang bersifat pribadi dan sensitif sehingga responden menolak menjawabnya.
8. Hindarkan pertanyaan yang memiliki pemikiran yang tajam.
9. Pertanyaan sensitif dan pertanyaan model jawaban terbuka sebaiknya ditempatkan di bagian akhir kuesioner.
10. Gunakan pertanyaan secara singkat dan jelas, tidak bertele-tele.

2.11.2 Penyusunan Skala

Skala adalah suatu ukuran yang dibuat untuk mengurutkan responden dalam ukuran yang tepat berdasarkan variabel – variabel tertentu. Skala disusun berdasarkan penunjukkan skor pada pola – pola atribut. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Penggunaan skala likert banyak dalam berbagai penelitian yang dilakukan untuk mencari dan mengukur perilaku, kepuasan, dan perilaku konsumen. Skala ini sudah terbukti mudah dimengerti oleh responden dalam memberikan penilaian terhadap suatu atribut.

Dalam banyak aplikasi, skala likert sering kali digunakan sebagai skala interval karena menggunakan rata – rata penilaian (*mean*). Dalam penghitungan skor SERVQUAL, digunakan skala likert, dan juga banyak penelitian – penelitian lain yang menggunakan skala likert, dan menempatkannya sebagai suatu skala interval. Dalam skala likert tidak diminta persetujuannya terhadap sesuatu, tetapi diminta untuk memilih jawaban – jawaban yang tersedia, setiap jawaban ini akan diberi nilai. Skor skala likert bisa dilihat pada tabel 2.3 dibawah ini.

Tabel 2. 3 Skor Skala Likert

| Pendapat | Skor |
|-----------------|-------------|
| Sangat Penting | 5 |
| Penting | 4 |
| Biasa Saja | 3 |
| Kurang Penting | 2 |
| Tidak Penting | 1 |

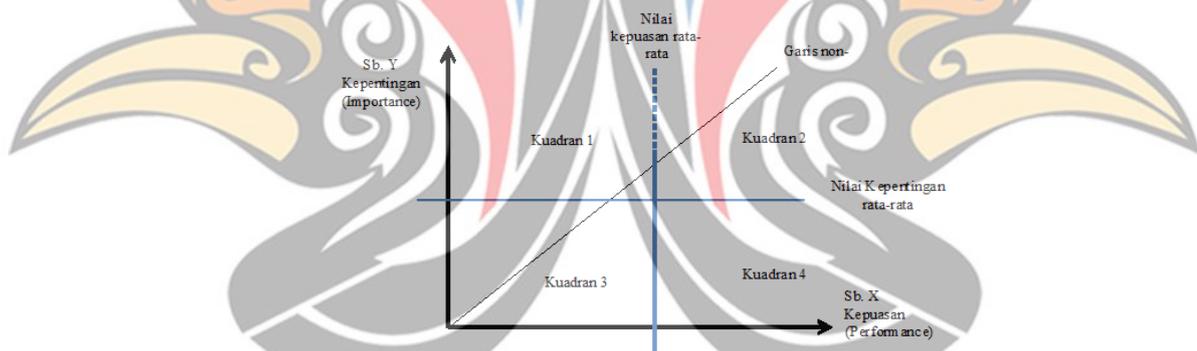
(Sumber: Penulis,2021)

Terdapat variasi skala yang mungkin digunakan seperti 1-7, 1-9, 0-4. Semua skala ganjil ini mempunyai nilai tengah yang diberi label netral. Tetapi dapat pula digunakan skala genap. Pada situasi ini, responden dipaksa untuk menentukan apakah mereka puas atau tidak puas dalam pelayanan yang diberikan (Azwar,1999).

2.12 Importance-Performance Analysis (IPA)

IPA digunakan sebagai penentuan prioritas perbaikan yakni dengan menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis.

Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen dapat menghasilkan suatu diagram kartesius yang dapat menunjukkan letak faktor-faktor atau unsur-unsur yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana dalam diagram kartesius tersebut faktor-faktor akan dijabarkan dalam empat kuadran.



Gambar 2. 3 Importance-Performance Grid Diagram Kartesius

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian dalam diagram kartesius matriks *importance-performance* sebagai berikut (Nia 2017) :

1. Kuadran 1 (*Concentrate Here*), merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pengguna namun pada kenyataannya belum sesuai seperti yang diharapkan (kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah). Konsep strategi manajerial dalam kuadran ini berupa *attributes to improve*, yaitu atribut-atribut yang harus ditingkatkan. Dalam angkutan umum ada beberapa variabel yang dianggap penting oleh penumpang.

2. Kuadran 2 (*Keep Up The Good Work*), merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pengguna dan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Konsep strategi manajerial dalam kuadran ini berupa *maintain performance*, dimana performa atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini harus dipertahankan. Penumpang angkutan umum, *tangible* (wujud) dan *assurance* (jaminan dan kepastian)
3. Kuadran 3 (*Low Priority*), merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pengguna dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu memuaskan. Konsep strategi manajerial dalam kuadran ini berupa *attributes to maintain*, yaitu atribut bukan menjadi prioritas, melainkan dijadikan pendukung dalam sistem.
4. Kuadran 4 (*Possible Overkill*), merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pengguna dan tetapi layanan yang disediakan dirasakan terlalu berlebihan. Konsep strategi manajerial dalam kuadran ini berupa *attributes to de-emphasize*, contohnya itu menekan kinerja atribut untuk meningkatkan efisiensi sumber daya.

2.13 Uji Validitas

Tujuan dari pengujian validitas adalah untuk mengecek apakah isi kuesioner tersebut sudah dipahami oleh responden, dan biasanya digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrumen dengan skor total (Sugiyono, 2007). Dalam melakukan pengujian validitas, digunakan alat ukur berupa program komputer yaitu SPSS dan jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid. Untuk menguji validitas, cara yang paling sering digunakan adalah dengan menggunakan product moment yang rumusnya :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad 2.3$$

Keterangan:

r = Korelasi *product moment*

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total seluruh pertanyaan

XY = Skor pertanyaan dikalikan skor total

N = Jumlah responden pretest

Validitas ditunjukkan oleh perbandingan nilai r tabel dan r hitung. Nilai r tabel sebagai pembanding r hitung menyesuaikan dengan jumlah sampel yang dilakukan pengujian. Validitas dari butir pertanyaan disarankan harus memiliki nilai korelasi atau nilai r hitung dari butir pertanyaan tersebut harus bernilai > r tabel. Apabila tidak melebihi dari batas tersebut, maka butir tersebut digugurkan (dihapus atau digantikan) untuk dilakukan pengujian reliabilitas (Sugiyono, 2007). Berikut adalah tabel nilai r product moment validitas.

Tabel 2. 4 Nilai r *Product Moment*

| N | Tarif Signif | | N | Tarif Signif | | N | Tarif Signif | |
|----|--------------|-------|----|--------------|-------|-----|--------------|-------|
| | 5% | 1% | | 5% | 1% | | 5% | 1% |
| 3 | 0,997 | 0,999 | 27 | 0,381 | 0,487 | 55 | 0,266 | 0,345 |
| 4 | 0,950 | 0,990 | 28 | 0,374 | 0,478 | 60 | 0,254 | 0,330 |
| 5 | 0,878 | 0,959 | 29 | 0,367 | 0,470 | 65 | 0,244 | 0,317 |
| 6 | 0,811 | 0,917 | 30 | 0,361 | 0,463 | 70 | 0,235 | 0,306 |
| 7 | 0,754 | 0,874 | 31 | 0,355 | 0,456 | 75 | 0,227 | 0,296 |
| 8 | 0,707 | 0,834 | 32 | 0,349 | 0,449 | 80 | 0,220 | 0,286 |
| 9 | 0,666 | 0,798 | 33 | 0,344 | 0,442 | 85 | 0,213 | 0,278 |
| 10 | 0,632 | 0,765 | 34 | 0,339 | 0,436 | 90 | 0,207 | 0,270 |
| 11 | 0,602 | 0,735 | 35 | 0,334 | 0,430 | 95 | 0,202 | 0,263 |
| 12 | 0,576 | 0,708 | 36 | 0,329 | 0,424 | 100 | 0,195 | 0,256 |
| 13 | 0,553 | 0,684 | 37 | 0,325 | 0,418 | 125 | 0,176 | 0,230 |
| 14 | 0,532 | 0,661 | 38 | 0,320 | 0,413 | 150 | 0,159 | 0,210 |
| 15 | 0,514 | 0,641 | 39 | 0,316 | 0,408 | 175 | 0,148 | 0,194 |
| 16 | 0,497 | 0,623 | 40 | 0,312 | 0,403 | 200 | 0,138 | 0,181 |
| 17 | 0,482 | 0,606 | 41 | 0,308 | 0,398 | 300 | 0,113 | 0,148 |
| 18 | 0,468 | 0,590 | 42 | 0,304 | 0,393 | 400 | 0,098 | 0,128 |
| 19 | 0,456 | 0,575 | 43 | 0,301 | 0,389 | 500 | 0,088 | 0,115 |
| 20 | 0,444 | 0,561 | 44 | 0,297 | 0,384 | 600 | 0,080 | 0,105 |
| 21 | 0,433 | 0,549 | 45 | 0,294 | 0,380 | 700 | 0,074 | 0,097 |
| 22 | 0,423 | 0,537 | 46 | 0,291 | 0,376 | 800 | 0,070 | 0,091 |
| 23 | 0,413 | 0,526 | 47 | 0,288 | 0,372 | 900 | 0,065 | 0,086 |
| 24 | 0,404 | 0,515 | 48 | 0,284 | 0,368 | | | |
| 25 | 0,396 | 0,505 | 49 | 0,281 | 0,364 | | | |
| 26 | 0,388 | 0,496 | 50 | 0,279 | 0,361 | | | |

(Sumber: Sugiyono, 2007)

2.14 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*. Pengertian dari *reliability* (reliabilitas) adalah keajegan pengukuran (Walizer, 1987). Sitinjak dan Sugiharto (2006) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat.

Rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{N}{N-1} \right) \times \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad 2.4$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrument

N = Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir skor setiap elemen

σ_t^2 = Varian total

Selain itu adapun pengambilan keputusan yaitu menetapkan hanya reliabilitas minimum yang harus dipenuhi oleh suatu alat ukur berdasarkan kriteria yang ditetapkan dapat dilihat pada Tabel 2.5

Tabel 2. 5 Kriteria Reliabilitas Tes

| Koefisien Relasi | Kriteria Reliabilitas |
|----------------------|-----------------------|
| $0,81 < r \leq 1,00$ | Sangat Tinggi |
| $0,61 < r \leq 0,80$ | Tinggi |
| $0,41 < r \leq 0,61$ | Cukup |
| $0,21 < r \leq 0,41$ | Rendah |
| $0,00 < r \leq 0,21$ | Sangat Rendah |

(Sumber:Pratiwi,2015)

2.15 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan tentu menjadi bahan dalam perbandingan dan kajian yang dilakukan untuk penyusunan tugas akhir ini.

Berikut ini beberapa penelitian-penelitian terdahulu tentang analisa indeks kepuasan angkutan umum menggunakan metode servqual,CSI dan IPA yang ditunjukkan pada tabel 2.6

Tabel 2. 6 Penelitian Terdahulu

| No | Nama dan Tahun Publikasi | Hasil Penelitian |
|----|-----------------------------|---|
| 1 | Rizal, 2012 | <p>“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA INDUSTRI TRANSPORTASI MASSAL DENGAN METODE <i>SERVQUAL</i> STUDI KASUS TRANSJAKARTA KORIDOR V(RAGUNAN – KUNINGAN)”</p> <p>Metode : Penelitian dilakukan dengan metode <i>SERVQUAL</i> yang didasarkan atas kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi kualitas pelayanan yang diterima penumpang. Fokus penelitian ini ialah pada lima dimensi utama dalam <i>SERVQUAL</i> yaitu; <i>Tangible, Assurance, Responsiveness, Empathy dan reliability.</i> Penelitian ini menggunakan kuesioner dan melibatkan 140 responden sebagai sampel penelitian. Penelitian ini dilakukan pada halte transjakarta koridor enam (ragunan-kuningan) Jakarta.</p> <p>Hasil : Hasilnya nilai ekspektasi penumpang transjakarta sebesar 3,548. Nilai persepsi sebesar 2,498. <i>SERVQUAL Score</i> nya ialah -1,462. <i>Weighted SERVQUAL Score</i> sebesar -2,794 dan nilai <i>Actual SERVQUAL Score</i>nya sebesar 70.16%.</p> |
| 2 | Henri Setiawan, 2012 | <p>“KUALITAS LAYANAN TRANSPORTASI (STUDI KASUS TRANSJAKARTA BUSWAY DI PROVINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA)”</p> |

Metode : Untuk melakukan penelitian kepuasan pelanggan Transjakarta Busway yang didasarkan konsep lima dimensi penting dari suatu pelayanan (*service*), yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy*, dan *tangible*.

Hasil: Kualitas pelayanan TransJakarta Busway secara keseluruhan belum memenuhi ekspektasi (harapan) pelanggan, dengan *Servqual Score* sebesar -0,5396. Dengan *servqual score*-nya negatif mengindikasikan terdapat kesenjangan pelayanan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap pelayanan riil (kinerja) Trans Jakarta Busway

3 Oktariansyah,dkk 2015 “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN ANGKUTAN UMUM (TRANSMUSI) MELALUI KINERJA TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DI KOTA PALEMBANG”

Metode: Teknik analisis jalur digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda. Jika variabel-variabel bebasnya mempengaruhi variabel terikat secara langsung akan tetapi juga berpengaruh secara tidak langsung dalam penelitian ini menggunakan variabel intervening.

Hasil: Hasil pengujian untuk variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap kinerja, untuk variabel kinerja berpengaruh langsung terhadap kepuasan masyarakat, untuk variabel kualitas pelayanan berpengaruh langsung yang terhadap variabel kepuasan masyarakat, sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan melalui kinerja terhadap kepuasan masyarakat memiliki pengaruh

tidak langsung, hasil pengujian persamaan substruktur menunjukkan maka pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung adalah pengaruh total, sehingga diperoleh hasil dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan variabel (intervening atau intermediary).

-
- 4 Devi Setiawan,
2019 “ANALISA PERBANDINGAN KEPUASAN PENUMPANG ANGKUTAN UMUM DAN ANGKUTAN UMUM BERBASIS APLIKASI (Studi Kasus : Masyarakat Kota Cianjur)”

Metode : Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan metode diagram kartesius matriks importance-performance yang terbagi dalam 4 kuadran Hasil analisis meliputi empat saran berbeda berdasarkan ukuran tingkat kepentingan (*importance*) dan kualitas / kondisi ruang (*performance*), yang selanjutnya dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menetapkan rekomendasi selanjutnya.

Hasil : Penerapan standar pelayanan minimal angkutan umum untuk angkutan desa belum cukup memuaskan responden penumpang angkutan umum dengan rata-rata skor untuk kinerja adalah 3,41 dan untuk rata-rata skor untuk tingkat harapan 2,72 dengan rata-rata tingkat kesesuaian 80%. Dengan atribut yang penting bagi responden penumpang angkutan desa dikota Cianjur yang pelaksanaan dilapangan jauh dari rasa kepuasan responden, variabel tersebut adalah variabel kinerja mesin dan variabel kebersihan interior angkutan yang perlu ditingkatkan lagi segi pelayanannya

Penerapan standar pelayanan minimal angkutan umum online untuk angkutan online grabcar cukup

memuaskan responden penumpang angkutan umum dengan rata-rata skor untuk kinerja adalah 3,89 dan untuk rata-rata skor untuk tingkat harapan 3,86 dengan rata-rata tingkat kesesuaian 100 %. Atribut yang penting bagi responden penumpang angkutan online grabcar dikota Cianjur yang pelaksanaan dilapangan jauh dari rasa kepuasan responden, variabel tersebut adalah tingkat tampilan fasilitas dan peralatan angkutan, tingkat kebersihan eksterior angkutan, dan tingkat kebersihan interior angkutan.

-
- 5 J. de Oña dkk, 2015 “Nomor Indeks Untuk Memantau Kualitas Layanan Transit” (Studi kasus: Bus Metropolitan Granada)

Metode : Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Nomor Index, Metode ini bertujuan untuk membandingkan besarnya (kualitas Pelayanan), mengukur perubahan dalam ukuran dari waktu ke waktu. Nomor indeks dihitung berdasarkan persepsi dan tingkat pentingnya

Hasil: Hasil yang diperoleh dari bus metropolitas di granada bahwasanya metode nomor indeks memberikan informasi yang berguna dalam mengevaluasi tingkat kualitas pelayanan.

-
- 6 Darmadi dkk, 2016 “Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Kinerja Pelayanan Angkutan Penyeberangan Lintas Kariangau-Penajam, Balikpapan”

Metode: Pada Penelitian Ini menggunakan metode *costumer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna terhadap pelayanan angkutan penyeberangan lintas Kariangau-Penajam.

Hasil: Hasil analisis menggunakan metode CSI didapatkan nilai persepsi pengguna jasa sebesar 69%, yang mempersentasikan bahwa penilaian pengguna jasa terhadap pelayanan angkutan penyeberangan lintas Kariangau-Penajam dalam kategori Puas. Sedangkan untuk metode IPA atribut pelayanan yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki kinerjanya adalah atribut kebersihan kamar mandi/WC di kapal, ketepatan waktu tiba dan peragaan pemakaian alat keselamatan diri.

(Sumber: Penulis,2021)

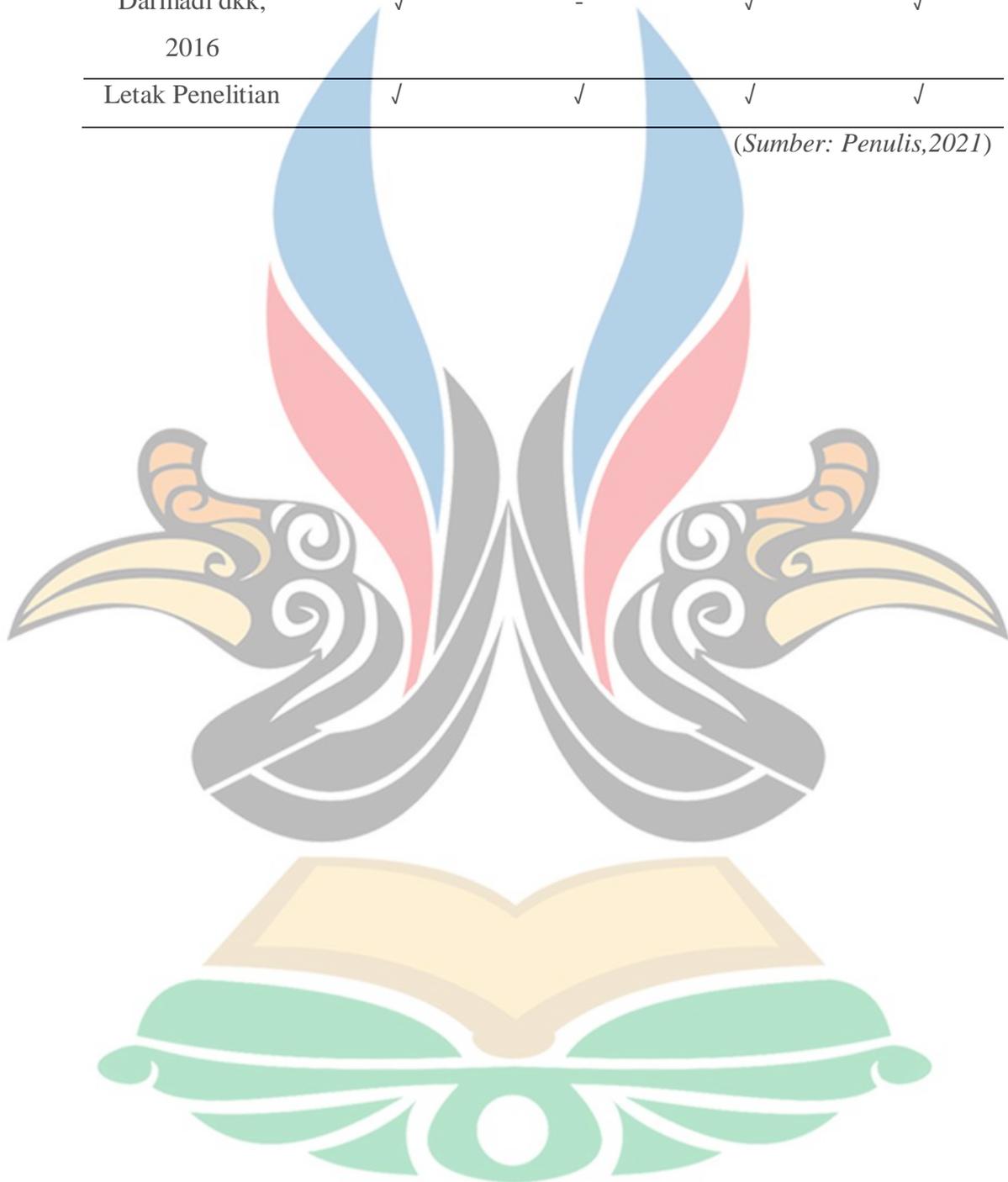
Pada tabel di atas menunjukkan literatur penelitian yang berkaitan dengan tingkat kepuasan pelayanan. Adapun metode yang di gunakan diantaranya adalah *service quality*, *costumer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis*. Setelah didapatkan literatur sebagai acuan dalam penelitian, maka selanjutnya menempatkan posisi dari masing-masing literatur kedalam penelitan ini, yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 2. 7 Posisi Penelitian Terhadap Penelitian Terdahulu

| Sumber Penelitian | Kualitas Pelayanan (Transportasi) | Metode Servqual | Metodi CSI | Metode IPA |
|-----------------------|-----------------------------------|-----------------|------------|------------|
| Rizal, 2012 | √ | √ | - | √ |
| Henri Setiawan, 2012 | √ | √ | - | - |
| Oktariansyah,dkk 2015 | √ | - | - | - |
| Devi Setiawan, 2019 | √ | √ | - | - |
| J. de Oña dkk, 2015 | √ | - | - | - |

| Sumber Penelitian | Kualitas Pelayanan (Transportasi) | Metode Servqual | Metode CSI | Metode IPA |
|-------------------|-----------------------------------|-----------------|------------|------------|
| Darmadi dkk, 2016 | ✓ | - | ✓ | ✓ |
| Letak Penelitian | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

(Sumber: Penulis,2021)



www.itk.ac.id