

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PENUMPANG PADA CV. RATU INTAN PERMATA JAMBI**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari

OLEH

Nama : Olivia Chang
NIM : 1600861201009
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BATANGHARI
TAHUN 2022**

LIMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini, komisi Pembimbing Skripsi dan Ketua Prodi Jurusan Manajemen menyatakan bahwa skripsi yang disusun oleh :

Nama : Olivia Chang
NIM : 1600-8612-0100-9
Program Studi : Ekonomi Manajemen
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Penumpang pada CV. Ratu Intan
Permata Jambi**

Telah memenuhi persyaratan dan layak untuk di uji pada ujian komprehensif sesuai dengan prosedur yang berlaku pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

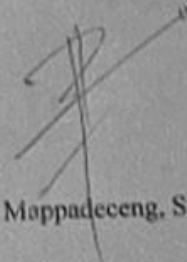
Jambi, 31 Januari 2022

Pembimbing I

Pembimbing II



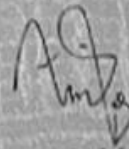
Pupu Sopini, S.E., M.M.



Riko Mappadeceng, S.E., M.M.

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



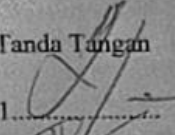
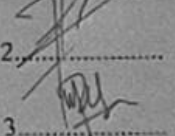
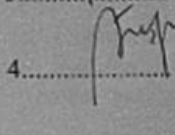
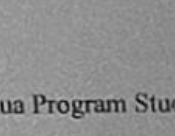
Anisah, S.E., M.M

TANDA PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan panitia Penguji Skripsi dan Komprehensif Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi pada :

Hari : Sabtu
Tanggal : 05 Februari 2022
Jam : 08.00-10.00
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari


PANITIA PENGUJI

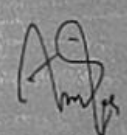
Nama	Jabatan	Tanda Tangan
Ahmad Tarmizi, S.E., M.M.	Ketua	1..... 
Riko Mappadeceng, S.E., M.M.	Sekretaris	2..... 
Akhmad Irwansyah S, S.E., M.M.	Penguji Utama	3..... 
Pupu Sopini, S.E., M.M.	Anggota	4..... 

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi


Dr. Hj. Arna Suryani, S.E., M.Ak, Ak,CA,CMA


Anisah, S.E., M.M

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Olivia Chang
NIM : 1600-8612-0100-9
Program Studi : Ekonomi Manajemen
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Penumpang pada CV. Ratu Intan
Permata Jambi**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bahwa data-data yang saya cantumkan pada skripsi ini adalah benar dan bukan hasil rekayasa, bahwa skripsi ini, adalah karya orisinil bukan hasil plagiarism atau diupah kepada pihak lain. Jika terdapat karya atau pemikiran orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, karena karya ilmiah ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jambi, 31 Januari 2022

Yang bertandatangan dibawah ini



OLIVIA CHANG

ABSTRACT

(OLIVIA CHANG / 1600861201009 / Marketing Management / The Influence of Service Quality on Passengers' Satisfaction at CV. Ratu Intan Permata Jambi / Mrs. PUPU SOPINI, S.E., M.M., as Advisor I, and Mr. RIKO MAPPADECENG, S.E., M.M., as Advisor II.)

This research aims to know: (1) the quality of service and passenger satisfaction, (2) the influence of the quality of service on passenger satisfaction from CV. Ratu Intan Permata Jambi.

This study uses associative methods with quantitative approaches. The data collection technique uses questionnaires that have been tested for validity and reliability, with a sample number of 100 people, who are passengers of the CV. Ratu Intan Permata Jambi.

Due to the many needs to travel from one city to another and the relatively cheaper cost of road travel, CV. Ratu Intan Permata Jambi opened its representatives almost all over the city in Sumatra. The company has a 90% stake held by Ricky Mulyanto, a Chinese descendant citizen from Jambi. The existence of convenience and low prices in the use of road travel services causes demand for tickets to continue to increase. In 1999, CV. Ratu Intan Permata opened its first representative in Jambi City, with the main office in front of the Harisman Hotel Jambi, which is located at Jalan Professor M. Yamin No. 26, Lebak Bandung, Jelutung, Jambi City, 36142.

Based on the results of calculations using (SPSS 2.2), a simple linear regression was obtained in the form of: $Y = 0,402 + 0,861X$. Then, a Coefficient of Determination (R^2) of 0,635, t-count value of 12,993 and a t-test value of 1,66039 and is in a positive direction, which means that the participants' satisfaction is influenced by the service quality given.

The Quality of Service of CV. Ratu Intan Permata Jambi is in the Good category, with a total score of 12,286 and an average score of 372,30. And the Passenger Satisfaction of CV. Ratu Intan Permata Jambi is in the Good category, with a total score of 4,572, and an average score of 381.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan atas penyertaan Tuhan Yang Maha Esa, yang sudah memberkati penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang Pada CV. Ratu Intan Permata Jambi."

Skripsi ini disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. Dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, tanpa mengurangi rasa hormat, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya terutama kepada orangtua beserta keluarga yang telah memberikan dorongan moril dan materil serta doa.

Pada kesempatan kali ini, penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini. Kepada yang terhormat :

1. Bapak Fachruddin Razi, S.H. M.H selaku Rektor Universitas Batanghari Jambi.
2. Ibu Dr. Hj. Arna Suryani, S.E., M.AK. AC., CMA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.
3. Ibu Pupu Sopini, S.E., M.M., selaku Pembimbing Skripsi I, yang selalu memberi semangat, bimbingan dan masukan yang berguna bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Riko Mappadeceng, S.E., M.M., selaku Pembimbing Skripsi II, yang telah berkenan dengan sabar, ikhlas dan teliti memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian skripsi.
5. Bapak Ahmad Tarmizi, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan, kritik dan saran kepada saya untuk menyempurnakan skripsi ini.
6. Bapak Akhmad Irwansyah S, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan, kritik dan saran kepada penulis dalam menyempurnakan hasil skripsi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi yang telah membimbing dan membantu dalam proses perkuliahan di Universitas Batanghari Jambi.
8. Sahabat, dan seluruh Mahasiswa Ekonomi Angkatan 2016 yang telah bersama-sama berjuang dan saling memberikan semangat serta motivasi agar kita semua dapat menyelesaikan Studi Strata I ini, di Universitas Batanghari Jambi.

Jambi, 15 Februari 2022

Penulis,

Olivia Chang

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Landasan Teori	12
2.1.1.1 Ilmu Ekonomi	12
2.1.1.2 Manajemen	12
2.1.1.3 Pemasaran	14
2.1.1.4 Manajemen Pemasaran	15
2.1.1.5 Jasa	15
2.1.1.6 Karakteristik Jasa	16

2.1.1.7 Kualitas Pelayanan	18
2.1.1.8 Faktor Penyebab Memburuknya Kualitas Pelayanan	19
2.1.1.9 <i>Relationship Quality Model</i>	23
2.1.1.10 Perilaku Penumpang	25
2.1.1.11 Tipe-Tipe Perilaku Pembelian	26
2.1.1.12 Keputusan Pembelian	28
2.1.1.13 Kepuasan Penumpang	29
2.1.1.14 Konsep Kepuasan Penumpang	31
2.1.1.15 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang	36
2.1.1.16 Penelitian Terdahulu	37
2.1.1.17 Hipotesis Penelitian	39
2.2 Metode Penelitian	40
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	40
2.2.2 Jenis dan Sumber Data	40
2.2.3 Metode Pengumpulan Data	42
2.2.3.1 Populasi dan Sampel	44
2.2.4 Teknik Sampling	46
2.2.5 Metode Pengumpulan Data	47
2.2.5.1 Analisis Deskriptif	47
2.2.5.2 Analisis Kuantitatif	49
2.2.5.3 Koefisien Determinan (R^2)	50
2.2.5.4 Koefisien Korelasi (r)	50
2.2.5.5 Uji t (Parsial)	51
2.3 Operasional Variabel	52
BAB III Gambaran Umum Perusahaan	56
3.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan	56

3.2 Struktur Organisasi	56
3.3 Layanan Perjalanan Darat CV. Ratu Intan Permata Jambi	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Hasil Penelitian	63
4.1.1 Karakteristik Responden	63
4.1.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.1.2 Responden Berdasarkan Usia	64
4.1.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.1.1.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
4.1.1.5 Responden Berdasarkan Rute Keberangkatan	66
4.1.2 Kualitas Pelayanan CV. Ratu Intan Permata Jambi	66
4.1.2.1 Keandalan (Reability).....	67
4.1.2.2 Daya Tanggap (Responsiveness)	68
4.1.2.3 Jaminan(Assurance)	69
4.1.2.4 Empati (Empathy)	70
4.1.2.5 Bukti Fisik (Tangibles).....	72
4.1.3 Kepuasan Penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi.....	73
4.1.3.1 Ketanggapan Pelayanan.....	73
4.1.3.2 Kecepatan Transaksi	74
4.1.3.3 Keberadaan Pelayanan	76
4.1.3.4 Profesionalisme	77
4.1.3.5 Kepuasan Menyeluruh.....	77
4.2 Pembahasan.....	79
4.2.1 Karakteristik Responden CV. Ratu Intan Permata Jambi	79
4.2.2 Kualitas Pelayanan CV. Ratu Intan Permata Jambi	80
4.2.3 Kepuasan Penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi	82
4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang	84

4.3.1 Statistik.....	84
4.3.2 Regresi Linear Sederhana.....	85
4.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)	86
4.3.4 Koefisien Korelasi (r).....	87
4.3.5 Uji Hipotesis	87
4.4 Pembahasan.....	88
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 KESIMPULAN	91
5.2 SARAN	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

No	Halaman
1. Tabel 1.1 Data Jumlah Penumpang	4
2. Tabel 1.1 Data Jumlah Mobil	4
3. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
4. Tabel 2.2 Skala Pengukur Variabel	47
5. Tabel 2.3 Pedoman Arti Korelasi	50
6. Tabel 2.4 Operasional Variabel	52
7. Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Penumpang.....	63
8. Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia Penumpang.....	64
9. Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan Penumpang	64
10. Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Penumpang	65
11. Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Rute Keberangkatan	66
12. Tabel 4.6 Tabulasi Responden Mengenai Indikator Keandalan (<i>Reability</i>) Dalam Dimensi Kualitas Pelayanan	67
13. Tabel 4.7 Tabulasi Responden Mengenai Indikator Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) Dalam Dimensi Kualitas Pelayanan.....	68
14. Tabel 4.8 Tabulasi Responden Mengenai Indikator Jaminan (<i>Assurance</i>) Dalam Dimensi Kualitas Pelayanan	69
15. Tabel 4.9 Tabulasi Responden Mengenai Indikator Empati (<i>Empathy</i>) Dalam Dimensi Kualitas Pelayanan	70
16. Tabel 4.10 Tabulasi Responden Mengenai Indikator	

Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) Dalam Dimensi Kualitas Pelayanan.....	72
17. Tabel 4.11 Tabulasi Responden Mengenai Indikator	
Ketanggapan Pelayanan Dalam Dimensi Kepuasan Penumpang	74
18. Tabel 4.12 Tabulasi Responden Mengenai Indikator	
Kecepatan Transaksi Dalam Dimensi Kepuasan Penumpang	75
19. Tabel 4.13 Tabulasi Responden Mengenai Indikator	
Keberadaan Pelayanan Dalam Dimensi Kepuasan Penumpang	76
20. Tabel 4.14 Tabulasi Responden Mengenai Indikator	
Profesionalisme Dalam Dimensi Kepuasan Penumpang	77
21. Tabel 4.15 Tabulasi Responden Mengenai Indikator	
Kepuasan Menyeluruh Dalam Dimensi Kepuasan Penumpang	78
22. Tabel 4.16 Rekapitulasi Kualitas Pelayanan	80
23. Tabel 4.17 Rekapitulasi Kepuasan Penumpang.....	82
24. Tabel 4.18 Regresi Linear Sederhana	85
25. Tabel 4.19 Koefisien Determinasi (R^2).....	86
26. Tabel 4.20 Koefisien Korelasi (r)	87
27. Tabel 4.21 Uji Hipotesis.....	88
28. Tabel 4.22 Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	
dan Kepuasan Penumpang.....	89

DAFTAR GAMBAR

No	Halaman
1. Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
2. Gambar 2.2 Teknik Sampling.....	46
3. Gambar 3.1 Struktur Organisasi	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.

Perekonomian di era yang semakin maju ini menyebabkan persaingan diantara perusahaan semakin ketat, setiap perusahaan yang ada dituntut untuk mampu menyediakan kegiatan operasional perusahaan yang telah ditetapkan dan memiliki landasan operasional bagi kegiatan usahanya. Secara umum tujuan perusahaan adalah untuk mengoptimalkan keuntungan dan memaksimalkan nilai perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perusahaan menyusun perancangan dan strategi baik jangka pendek maupun jangka panjang serta berupaya memelihara, mengembangkan dan berkompetisi dengan perusahaan lain yang sejenis dalam rangka mencapai

tujuan perusahaan tersebut, dan yang paling penting adalah kualitas pelayanannya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:226), pelayanan adalah semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan. Produksinya dapat diaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum, dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Implementasi kualitas pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang distribusi adalah dengan memberikan kualitas pelayanan atau *service* yang terbaik bagi konsumen dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan akan menimbulkan persepsi konsumen dengan persepsi konsumen terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen, maka perlu dilakukan evaluasi dari konsumennya.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, terlebih dahulu harus diketahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama ini telah sesuai dengan harapan, atau belum.

Pada saat ini, banyaknya transportasi yang digunakan untuk keseharian masyarakat, seringkali mengakibatkan kemacetan di jalan, terutama pada waktu pagi, saat masyarakat berangkat untuk beraktivitas, dan pada waktu sore, saat mereka kembali kerumah untuk beristirahat. Tidak menutup kemungkinan juga adanya masyarakat yang melakukan perjalanan antar kota untuk bekerja. Hal tersebut tentunya sangat melelahkan. Maka dari itu, selain dari pemerintah yang memberikan pilihan transportasi umum, banyak pelaku usaha yang mengembangkan bisnisnya di sektor angkutan darat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin berpergian baik yang jarak dekat maupun yang jarak jauh. Salah satunya yang akan dibahas di penelitian ini adalah layanan angkutan darat antar kota, atau yang biasanya dikenal dengan *travel*.

CV. Ratu Intan Permata merupakan salah satu perusahaan jasa angkutan darat di Jambi yang menyediakan layanan perjalanan darat antar kota dengan 10 rute yaitu Palembang, Pekanbaru, Tembilahan, Padang, Bengkulu, Bandar Lampung, Lubuk Linggau, Muara Bungo, Bangko, dan Curup. Berdasarkan data yang diperoleh dari CV. Ratu Intan Permata Jambi, berikut rata-rata jumlah penumpang dari seluruh rute yang disediakan :

TABEL 1.1
DATA JUMLAH PENUMPANG DAN JUMLAH MOBIL
CV. RATU INTAN PEMATA TAHUN 2016-2020

RUTE	2016		2017		2018		2019		2020	
	Jumlah Penumpang (Org)	Jumlah Mobil (Unit)	Jumlah Penumpang (Org)	Jumlah Mobil (Unit)	Jumlah Penumpang (Org)	Jumlah Mobil (Unit)	Jumlah Penumpang (Org)	Jumlah Mobil (Unit)	Jumlah Penumpang (Org)	Jumlah Mobil (Unit)
Jambi-Palembang	25.583	16	24.846	14	24.938	14	25.255	14	13.375	9
Jambi-Bengkulu	5.137	3	5.150	3	5.440	3	5.319	3	3.548	2
Jambi-Padang	4.150	3	4.206	3	4.480	3	4.525	3	2.631	2
Jambi-Pekanbaru	9.082	7	9.767	7	10.295	7	9.426	7	5.923	4
Jambi-Lampung	5.883	4	5.095	3	4.868	3	4.873	3	4.358	3
Jambi-Muara Bungo	14.278	11	11.520	7	10.069	6	8.857	6	4.760	4
Jambi-Bangko	4.446	4	4.785	4	4.250	3	2.536	2	968	1
Jumlah	68.559	48	65.294	41	64.340	39	59.790	38	35.563	25

Sumber : CV. Ratu Intan Permata 2021

Berdasarkan tabel 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa rute dengan jumlah penumpang dan unit yang terbesar adalah rute Jambi-Palembang, sedangkan untuk rute dengan jumlah penumpang dan unit terkecil adalah rute Jambi-Bangko dari periode tahun 2016-2020. Untuk rute Tembilahan, dialihkan dengan mengikuti mobil dengan rute Pekanbaru, dan rute Curup serta Lubuk Linggau, dialihkan dengan mengikuti mobil rute Bengkulu.

Terlepas dari wabah yang sedang terjadi dan merugikan semua sektor usaha, turun naiknya jumlah penumpang ini menunjukkan bahwa CV. Ratu Intan Permata Jambi belum optimal dalam melakukan pelayanan kepada penumpang. Pelayanan yang baik sangat menentukan dorongan penumpang untuk memilih perusahaan mana yang memberikan kenyamanan dan keamanan dalam perjalanan yang mana juga mempengaruhi kepuasan penumpang pada akhirnya.

CV. Ratu Intan Permata dapat mengetahui keluhan pelayanan melalui tanggapan dari para penumpang selama melakukan perjalanan menggunakan layanan perjalanan darat dari CV. Ratu Intan Permata, sehingga dapat menjadi masukan untuk peningkatan kualitas pelayanan. Menyadari akan pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, perlu dilakukan beberapa tahapsn. Langkah pertama yang dilakukan agar dapat menentukan kebijakan yang tepat adalah dengan mengetahui dimensi pokok kualitas jasa.

CV. Ratu Intan Permata sebenarnya telah memiliki SOP atau Standar Operational Procedure yang digunakan sebagai patokan dasar tentang tatacara bagaimana melayani penumpang. Berikut adalah SOP supir CV. Ratu Intan Permata Jambi :

1. Menerapkan protokol kesehatan
2. Selalu menjaga kebersihan dan kerapian diri
3. Menjaga etika dan bersikap baik dalam melakukan pekerjaan
4. Selalu menjaga dan memeriksa kondisi kendaraan agar tetap bersih, baik, dan aman.
5. Memeriksa komponen, mesin, oli dan bensin setiap hari, dan melaporkan apabila ada masalah baik kecil maupun besar
6. Membersihkan kendaraan sebelum dan sesudah keberangkatan
7. Menghubungi penumpang pada hari keberangkatan dan menanyakan titik jemput
8. Membantu penumpang untuk memindahkan barang kedalam mobil
9. Kecepatan kendaraan harus stabil demi keselamatan
10. Menyempatkan untuk mampir di persinggahan di tengah perjalanan (pom bensin atau rumah makan), untuk buang air, ishoma, dan memeriksa kendaraan kembali

Selain itu, untuk karyawan bagian *Front Office* atau petugas loket memiliki SOP tersendiri yaitu :

1. Menerapkan protokol kesehatan
2. Selalu menjaga kebersihan dan kerapian diri
3. Menjaga kebersihan area kerja, menyapu sebelum memulai kerja
4. Tidak diperkenankan untuk merokok didalam area kantor
5. Selalu menjaga etika dan bersikap baik dalam melayani penumpang
6. Memahami seluruh rute dan jadwal keberangkatan yang disediakan
7. Menyapa dan menanyakan kebutuhan dari penumpang yang datang ke counter
8. Menanyakan kota tujuan yang ingin dituju oleh penumpang
9. Menyampaikan jadwal keberangkatan yang tersedia sesuai dengan hari dan kota tujuan keberangkatan penumpang
10. Menginformasikan posisi tempat duduk yang tersedia di mobil
11. Mengkonfirmasi kembali pesanan penumpang berikut kota tujuan, hari dan jam keberangkatan dan melakukan pembayaran tunai
12. Menanyakan apabila penumpang ingin dijemput kerumah atau datang ke counter sebelum keberangkatan
13. Mengalihkan informasi tujuan penumpang kepada admin dan supir

Namun, menurut beberapa sumber dari internet (*google review*) dan kerabat yang pernah menggunakan jasa Ratu Intan, terdapat banyak jenis keluhan dari para penumpang CV. Ratu Intan Permata terkait dengan pelayanan yang diberikan selama perjalanan, beberapa diantaranya berupa, Tidak tepat waktu ketika menjemput penumpang atau selama diperjalanan supir tidak mempertimbangkan estimasi waktu tiba di kota tujuan sehingga terlambat dari waktu yang seharusnya, Penambahan biaya lebih diluar tiket ketika ada penumpang yang meminta untuk diturunkan di lokasi yang berbeda namun tidak terlalu jauh dari *drop-off point*, Tidak menurunkan penumpang di lokasi tujuan seharusnya/*drop-off point*, Tidak sopan terhadap penumpang seperti ketus, Mengebut di jalanan, Supir yang sudah berumur diberikan tugas untuk mengantar rute jarak jauh, dan lain sebagainya. Berdasarkan *Standar Operating Procedure* yang berlaku, keluhan-keluhan tersebut sangat bertentangan, dimana seharusnya setiap jadwal keberangkatan harus tepat waktu, dan apabila supir tidak dalam kondisi baik, digantikan dengan supir cadangan, agar penumpang bisa sampai dengan tepat waktu. Penambahan biaya juga tidak seharusnya dilakukan apabila permintaan penumpang untuk turun di lokasi tujuan tidak terlalu jauh, atau masih dalam jangkauan, dan dengan tarif yang masih bisa diterima. Kemudian dari segi supir yang mengebut, sangat berbahaya bagi pengguna jalan dan penumpang itu sendiri.

Pihak CV. Ratu Intan Permata juga memberikan sanksi kepada supir yang tidak mematuhi peraturan, beberapa diantaranya seperti dilarang

meminta biaya tambahan kepada penumpang apabila masih dalam batas pengantaran perusahaan, dan bila melanggar akan dikenakan sanksi 1 minggu skorsing, kemudian untuk driver yang tidak mengikuti peraturan keberangkatan dan pengaturan trip diseluruh cabang akan di skorsing selama 15 hari, dan apabila driver mengebut, merokok dalam mobil, serta membuat penumpang tidak sopan dan nyaman akan dikenakan sanksi skorsing selama 1 minggu.

Sehubungan dengan hal diatas maka penelitian ingin membahas mengenai pengaruh dari sikap penumpang dalam memilih CV. Ratu Intan Permata Jambi sebagai perusahaan yang menyediakan layanan transportasi darat khususnya rute Jambi-Palembang, yang dituangkan dalam sebuah penelitian dengan judul "**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG PADA CV. RATU INTAN PERMATA JAMBI "**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut :

- a) Jumlah penumpang di CV. Ratu Intan Permata Jambi untuk keseluruhan rute terlihat fluktuatif dari tahun 2016-2020.
- b) Supir tidak tepat waktu ketika menjemput penumpang atau selama diperjalanan, supir tidak mempertimbangkan estimasi waktu tiba di kota tujuan sehingga terjadi keterlambatan dari waktu yang seharusnya.

- c) Penambahan biaya lebih diluar tiket ketika ada penumpang yang meminta untuk diturunkan di lokasi yang berbeda namun tidak terlalu jauh dari *drop-off point*.
- d) Tidak menurunkan penumpang di lokasi tujuan seharusnya/*drop-off point*.
- e) Tidak sopan terhadap penumpang seperti ketus.
- f) Mengebut di jalanan.
- g) Supir yang sudah berumur diberikan tugas untuk mengantar rute jarak jauh, dan lain sebagainya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut :

- a) Bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang di CV. Ratu Intan Permata Jambi ?
- b) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang di CV. Ratu Intan Permata Jambi ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

- a) Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang pada CV. Ratu Intan Permata Jambi
- b) Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) **Bagi Perusahaan**

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan atau bahan koreksi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka pada penumpang sehingga bisa dijadikan upaya untuk berusaha memajukan perusahaannya lebih baik lagi.

b) **Bagi Penulis**

Selain sebagai sarana menambah ilmu pengetahuan tentang kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang dan bisa mengaplikasikan ilmu yang selama ini telah diperoleh dari perkuliahan khususnya Riset Pemasaran dan akan diaplikasikan pada masa akhir perkuliahan.

c) **Bagi Peneliti Selanjutnys atau Pembaca**

Sebagai bahan informasi dan referensi dalam pengembangan kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti ini dan untuk belajar mengenai cara-cara penerapan teori yang pernah penulis terima selama perkuliahan dan kenyataan yang dihadapi di lapangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA & METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1 Landasan Teori

2.1.1.1 Ilmu Ekonomi

Menurut Mursid (2003:4), ekonomi adalah sebuah ilmu yang mempelajari bagaimana manusia dalam mencukupi kebutuhan hidupnya seperti produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa.

Menurut Samuelson dalam Poli (2002:22-23),, adalah suatu studi bagaimana caranya manusia dan masyarakat sampai kepada pemilihan dengan atau tanpa menggunakan uang, memperkerjakan sumber-sumber produksi langka yang dapat memiliki kegunaan alternatif untuk menghasilkan berbagai macam baarang dan mendistribusikannya untuk dikonsumsi, sekarang maupun di masa yang akan datang diantara berbagai orang dan golongan dalam masyarakat

2.1.1.2 Manajemen

Manajemen menurut James AF Stoner, yang dialih bahasakan oleh Handoko dalam Usman (2014:4), sebagai berikut :

"Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan."

Menurut Hary (2017:7) menjelaskan bahwa Manajemen adalah apa yang dilakukan oleh manajer. Dengan kata lain, manajemen merupakan proses mengkoordinir kegiatan pekerjaan secara efisien dan efektif dengan melalui orang lain.

Menurut Usman (2014:19) fungsi-fungsi manajemen yang telah dikemukakan oleh para penulis secara umum mengandung unsur-unsur sebagai berikut :

a) Perencanaan (*Planning*)

Merupakan suatu kegiatan untuk membuat tujuan organisasi dan diikuti oleh berbagai rencana untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

b) Pengorganisasian (*Organizing*)

Merupakan suatu kegiatan pengaturan sumber daya manusia yang tersedia dalam organisasi untuk menjalankan rencana yang telah ditetapkan serta mencapai tujuan organisasi untuk menjalankan rencana yang telah ditetapkan serta menggapai tujuan organisasi. Pengorganisasian berarti bahwa manajer mengkoordinasikan sumber daya manusia serta sumber daya bahan yang dimiliki organisasi yang bersangkutan agar pekerjaan rapi dan lancar.

c) Kepemimpinan (*Leading or Actuating*)

Berfungsi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja secara maksimal serta menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan

dinamis. Dengan menciptakan suasana yang tepat, manajer membantu para bawahannya untuk bekerja sebaik-baiknya.

d) Pengendalian (*Controlling*)

Merupakan suatu aktivitas yang menilai kinerja berdasarkan standar yang telah dibuat untuk kemudian dilakukan perbaikan atau perubahan jika diperlukan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan manajemen adalah ilmu dan seni dalam mengelola organisasi yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian atau pengawasan.

2.1.1.3 Pemasaran

Menurut Stanton (dalam Sunyoto, 2014:220) adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Pemasaran menurut Kotler (dalam Sunyoto, 2014:220) adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses penukaran.

Berdasarkan definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu usaha memenuhi kebutuhan manusia, melalui proses pendistribusian barang dan jasa dari produsen ke penumpang.

2.1.1.4 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dalam Sunyoto (2014:222), adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai sasaran organisasi. Menurut Assauri (2010:5), pemasaran sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.

2.1.1.5 Jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri memiliki banyak arti, mulai dari pelayanan personal (*personal service*), sampai jasa sebagai produk. Menurut William J. Stanton dalam Danang Sunyoto (2013:111), jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi, yang bersifat tidak tak teraba, yang direncanakan untuk pemenuhan kepuasan pada konsumen (*Service are indentifiable, intangible activities that are the main object of a transaction designed to provide want satisfaction to consumers*).

Menurut Kotler (2008:266), Jasa adalah semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud (*intangible*), dan tidak menghasilkan kepemilikan

sesuatu. Jasa (*service*) juga merupakan bentuk produk yang terdiri dari aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan, seperti perbankan, hotel, maskapai penerbangan, pengecer, dll. Dari definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan kegiatan atau tindakan bermanfaat yang dapat ditawarkan kepada penumpang atau pelanggan yang memiliki sifat tidak berwujud dan tidak dapat dipindah kepemilikannya.

2.1.1.6 Karakteristik Jasa

Menurut Kotler (2008:292), Karakteristik Jasa adalah sebagai berikut:

1. Jasa tidak berwujud (*service intangibility*)

Jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar atau dibau sebelum jasa tersebut dibeli.

2. Jasa tidak terpisahkan (*service inseparability*)

Jasa dibuat dan dikonsumsi pada saat yang sama dan tidak dapat dipisahkan dari penyediannya.

3. Variabilitas Jasa (*service variability*)

Kualitas jasa bisa sangat beragam, tergantung pada siapa yang menyediakannya dan kapan, dimana, dan bagaimana.

4. Jasa dapat musnah (*service perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau digunakan beberapa saat kemudian.

Menurut Kotler (dalam Sunyoto, 2014:224-225) bahwa jasa memiliki 4 ciri utama, yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu :

1) Tidak berwujud

Hal ini menyebabkan penumpang tidak dapat melihat, mencium, meraba, dan merasakan hasilnya sebelum mereka membelinya. Untuk mengurangi ketidakpastian, penumpang akan mencari informasi tentang jasa tersebut, seperti lokasi perusahaan, para penyedia dan penyalur jasa, dan alat komunikasi yang digunakan serta harga jasa tersebut.

2) Tidak terpisahkan

Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu perusahaan jasa yang menghasilkannya. Jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika penumpang membeli suatu jasa, maka ia akan berhadapan langsung dengan sumber atau penyedia jasa tersebut, sehingga penjualan jasa lebih diutamakan untuk penjualan langsung dengan skala operasi terbatas.

3) Mudah Lenyap

Jasa tidak dapat disimpan atau mudah musnah, sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang. Keadaan mudah musnah ini bukanlah suatu masalah jika

permintaannya stabil, karena mudah untuk melakukan persiapan pelayanan sebelumnya.

4) Bervariasi

Jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung dari siapa yang menyajikannya, kapan dan dimana penyajian jasa tersebut dilakukan. Ini mengakibatkan sulitnya menjaga kualitas jasa berdasarkan suatu standar.

Menurut Berry yang dikutip oleh Tjiptono (dalam Sunyoto, 2014:237), mengemukakan bahwa ada 3 karakteristik jasa antara lain :

- 1) Lebih bersifat tidak berwujud
- 2) Produksi dan konsumsi bersamaan waktu
- 3) Kurang memiliki standar persamaan

2.1.1.7 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik pula bagi perusahaan karena akan menjadi pelanggan yang royal dan memberikan keuntung bagi perusahaan.

Menurut Sugiarto dalam Sunyoto (2013:45) kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaianya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh penumpang.

Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apaakah yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan para pelanggan ini didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal seperti iklan dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya. Sedangkan menurut Tjiptono, dkk (2008:70), kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Dari definisi ahli di atas dapat dijelaskan bahwa kualitas jasa sebagai tingkat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dan dapat diukur dengan ekspektasi atau harapan pelanggan apakah keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat dipenuhi atau tidak.

2.1.1.8 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Penumpang

Kepuasan Penumpang didefinisikan sebagai respon penumpang terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang telah dirasakan. Jadi, tingkat kepuasan penumpang merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja dengan harapan. Kepuasan penumpang selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya, menurut Irawan (2008:37) yaitu :

1. Kualitas jasa atau produk, adalah *driver* kepuasan penumpang yang multidimensi. Penumpang akan merasa puas dengan produk yang dibeli jika produk tersebut berkualitas baik.
2. Harga, pelanggan yang sensitif terhadap harga murah adalah sumber kepuasan paling penting karena mereka mendapatkan nilai yang tertinggi.
3. *Service Quality*, merupakan konsep pelayanan yang terdiri dari *tangibles, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy*.
4. *Emotional Factor*, merupakan faktor yang berhubungan dengan gaya dan pribadi seseorang.
5. Biaya dan kemudahan, dimana penumpang akan merasa puas dengan relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk ataupun layanan jasa yang diinginkan.

Menurut Tjiptono dan Gregorius (2018:178) setiap perusahaan harus benar-benar memahami sejumlah faktor potensial yang bisa menyebabkan menurun atau memburuknya kualitas jasa, diantaranya :

1. Produksi atau Konsumsi yang terjadi secara simultan.

Salah satu karakteristik unik jasa adalah inseparability yang artinya jasa diproduksi pada saat bersamaan. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan jasa dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi :

- a. Tidak terampil dalam melayani pelanggan

- b. Cara berpakaian karyawan yang kurang sesuai
- c. Tutur kata karyawan kurang/tidak sopan
- d. Personal appearance karyawan tidak bersih mengganggu kenyamanan pelanggan
- e. Mimik karyawan saat melayani pelanggan

2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian jasa dapat pula menimbulkan masalah kualitas yaitu berupa tingginya variabilitas jasa yang dihasilkan. Faktor-faktor yang bisa mempengaruhi antara lain : upah rendah (umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah paling rendah dalam sebuah perusahaan), pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi, tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi, dll.

3. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai

Karyawan front line adalah ujung tombak dalam sistem penyampaian layanan. Karyawan front line dapat dikatakan sebagai citra perusahaan karena karyawan-karyawan tersebut memberikan kesan pertama kepada penumpang. Agar mereka dapat memberikan jasa secara efektif, mereka membutuhkan dukungan dari fungsi utama manajemen. Dukungan tersebut

bisa berupa peralatan, pelatihan keterampilan maupun informasi.

4. GAP Komunikasi

Merupakan situasi dimana adanya perbedaan persepsi antara pihak yang terlibat dalam komunikasi. Ini termasuk dalam hambatan-hambatan komunikasi. Akibatnya, perdebatan bisa saja terjadi. Lebih lagi apabila gap komunikasi tersebut kemudian berkembang menjadi sebuah kesalahpahaman. Tentu saja ini bisa menjadi permasalahan komunikasi yang lebih kompleks. Tak dapat dipungkiri lagi bahwa komunikasi merupakan faktor esensial dalam menjalani kontak dan relasi dalam pelanggan. jasa. Gap dalam komunikasi dapat berupa :

- a. Penyedia jasa memberikan janji berlebihan sehingga tidak mampu memenuhinya
- b. Penyedia jasa tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan
- c. Pesan komunikasi penyedia jasa tidak mudah dimengerti
- d. Penyedia jasa tidak sigap menanggapi keluhan atau saran pelanggan.

5. Memperlakukan semua pelanggann dengan cara yang sama.

Pelanggan merupakan individu unik dengan preferensi dan perasaan serta emosi yang berbeda-beda. Dalam hal interaksi dengan penyedia jasa, tidak semua pelanggan bersedia

menerima jasa yang seragam (*standardized services*). Sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut jasa yang bersifat personal dan berbeda dengan yang lainnya. Hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia jasa dalam hal kemampuan memahami kebutuhan spesifik pelanggan individual dan memahami perasaan pelanggan terhadap penyedia jasa dan layanan yang mereka terima.

6. Visi bisnis jangka pendek orientasi pada pencapaian target penjualan laba annual, penghematan sebesar-besarnya, dll bisa merusak kualitas jasa yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

2.1.1.9 *Relationship Quality Model*

Model-model *perceived service quality* pada umumnya bersifat statis. Kebanyakan model dan instrumen kualitas jasa lainnya juga cenderung statis. Karena jasa merupakan proses dan secara inheren berorientasi pada relasi, maka konsekuensi logisnya adalah bahwa persepsi pelanggan terhadap jasa berkembang, dan berubah sepanjang waktu seiring dengan berlanjutnya relasi antara pelanggan dan penyedia jasa.

Menurut Tjiptono dan Gregorius Chandra (2018:137), terdapat 5 dimensi pokok kualitas jasa sebagai berikut :

- a. Reabilitas (*Reability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk membagikan layanan yang akurat sejak

- pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan 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.
 - c. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
 - d. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.
 - e. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan suatu perusahaan, serta penampilan karyawan.

Sedangkan menurut Kotler (2008:56), dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intangibel*, terdapat lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas layanan antara lain :

- a. *Reliability* (Kehandalan), kemampuan melaksanakan layanan yang dijanjikan dengan meyakinkan dan akurat
- b. *Response* (Daya Tanggap), kesediaan membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat
- c. *Assurance* (Jaminan), pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan
- d. *Emphaty* (Empati), kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan
- e. *Tangible* (Berwujud, Bukti Fisik), penampilan, fasilitas, perlengkapan karyawan dan bahan komunikasi

2.1.1.10 Perilaku Penumpang

Perilaku penumpang merupakan studi tentang bagaimana pembuat keputusan, baik individu kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya. Menurut Schiffman dan Kanuk (2006:55), perilaku penumpang merupakan studi yang mengkaji bagaimana individu membuat keputusan membelanjakan sumber daya yang tersedia dan dimiliki (waktu, uang dan usaha), untuk mendapatkan barang atau jasa yang akan dikonsumsi

Menurut Sunyoto (2014:255), perilaku penumpang dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut.

Dalam Kotler dan Keller (2007:214-226), empat faktor yang mempengaruhi perilaku penumpang menurut Setiadi (2003) yaitu :

- a. Faktor-faktor kebudayaan, yang terdiri dari budayaan, sub-budaya dan kelas sosial.
- b. Faktor-faktor sosial, yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status.
- c. Pribadi, yang terdiri dari usia/umur, tahap daur hidup, jabatan pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
- d. Psikologis, yang terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap.

2.1.1.11 Tipe-Tipe Perilaku Pembelian

Pengambilan keputusan oleh penumpang bisa jadi berbeda menurut jenis keputusan pembelian. Menurut Kotler dalam Bilson (2008:22) terdapat 4 tipe perilaku pembelian penumpang berdasarkan pada tingkat keterlibatan pembelian pembeli dan tingkat perbedaan diantara merk, yaitu :

a. Perilaku pembeli yang rumit (*Complex Buying Behaviour*)

Perilaku yang satu ini membutuhkan keterlibatan yang tinggi dalam pembelian dengan berusaha menyadari perbedaan-perbedaan yang jelas diantara merk-merk yang ada. Perilaku membeli ini terjadi pada waktu membeli produk-produk mahal, tidak sering dibeli, beresiko, dan dapat mencerminkan diri pembelinya, seperti mobil, televisi, pakaian, dll.

b. Perilaku membeli untuk mengurangi ketidakcocokan (*Dissonance Reducing Buying Behaviour*)

Perilaku membeli sejenis ini memiliki keterlibatan yang tinggi dan penumpang menyadari hanya terdapat sedikit perbedaan diantara berbagai merk. Perilaku membeli ini terjadi untuk pembelian produk yang harganya mahal, tidak sering dibeli, beresiko dan membeli secara relatif cepat karena perbedaan merk tidak terlihat. Contohnya, keramik, plafon, dll.

c. Perilaku membeli berdasarkan kebiasaan (*Habitual Buying Behaviour*)

Dalam hal ini, penumpang membeli suatu produk berdasarkan kebiasaan, bukan berdasarkan loyalitas terhadap barang tersebut. Penumpang memilih produk secara berulang bukan karena merk, namun karena mereka sudah mengenal produk tersebut. Setelah membeli, mereka tidak mengevaluasi kembali mengapa mereka membeli produk tersebut, karena mereka tidak terlibat dengan

produk. Perilaku seperti ini biasa terjadi pada pembelian produk seperti gula, garam, deterjen, dll.

- d. Perilaku pembeli yang mencari keragaman (*Variety Seeking, Buying Behaviour*)

Perilaku ini memiliki keterlibatan yang rendah, namun masih terdapat perbedaan merk yang jelas. Penumpang berperilaku dengan tujuan mencari keragaman, bukan kepuasan. Maka dari itu, merk dalam perilaku ini bukan merupakan suatu yang mutlak. Perilaku demikian biasanya terjadi pada produk-produk yang sering dibeli, harga terjangkau, dan penumpang yang suka mencoba produk baru.

2.1.1.12 Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2008:166), keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya .

Menurut Kotler (2008:179), terdapat 5 proses keputusan pembelian yaitu :

1. Pengenalan Kebutuhan

Tahap pertama proses keputusan pembeli dimana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan

2. Pencarian Informasi

Tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen ingin mencari lebih banyak informasi; konsumen mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif.

3. Evaluasi Alternatif

Tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merk alternatif dalam sekelompok pilhan

4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap ini, konsumen menentuksn peringkat merk dan membentuk niat pembelian. Pada umumnya keputusan pembelian (purchase decision) adalah membeli merk yang paling disukai, tetapi ada dua faktor yang bisa berada di antara niat pembelian dan keputusan pembelian yaitu sikap orang lain dan situasi yang tidak diharapkan seperti keadaan ekonomi yang memburuk.

5. Perilaku Pascapembelian

Tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka.

2.1.1.13 Kepuasan Penumpang

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin "*satis*", artinya cukup baik, memadai. Dan "*facto*", melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau "membuat sesuatu memadai". Dalam kajian literatur kepuasan pelanggan

yang dilakukan Giese & Cote dalam Fandy Tjiptono (2008:204), kepuasan pelanggan terdiri dari tiga komponen :

1. Kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional maupun kognitif)
2. Respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi)
3. Respon terjadi pada waktu tertentu pada waktu tertentu.

Menurut Philip Kotler dalam Danang (2013:35), definisi kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja ataupun hasil yang dirasakan, dibandingkan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Menurut J. Supranto (2011 : 35), kepuasan penumpang atau *customer satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil), terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal untuk memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas, dan apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas.

Aspek-aspek yang menentukan kepuasan pelanggan menurut J. Supranto adalah :

- a. Ketanggapan Pelayanan, merupakan kegiatan dalam melayani konsumen dengan cepat dan tanggap termasuk juga menangani persoalan pertanyaan dan keluhan yang dihadapi oleh konsumen
- b. Kecepatan Transaksi, adalah terampil dalam melayani konsumen yang datang dan tidak sering melakukan kesalahan teknis. Kecepatan transaksi juga memberikan pelayan yang cepat dan akurat dan memuaskan bagi konsumen
- c. Keberadaan Pelayanan, meliputi beberapa kegiatan misalnya terdapat keluhan atau komplain dari konsumen yang datang
- d. Profesionalisme, mutukualitas seseorang yang memiliki ciri suatu profesi atau ciri orang yang profesional. Profrsional merupakan kemampuan mengoptimalkan potensi yang ada dan hasilnya berguna bagi perusahaan
- e. Kepuasan Menyeluruh, suatu kualitas pelayanan dalam memperlakukan konsumen baik berupa fasilitas sarana dan prasarana maupun kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2.1.1.14 Konsep Kepuasan Penumpang

Kotler & Keller (2016:153) dalam bukunya Manajemen Pemasaran atau *Marketing Management*, mendefinisikan, “*Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations. If the performance or experience falls short of expectations, the customer is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it*

exceeds expectations, the customer is highly satisfied or delighted.”

(kepuasan adalah perasaan seseorang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan pelayanan produk yang dirasakan kinerja (atau hasil) dengan yang diharapkan. Jika kinerja, atau pengalaman jatuh jauh dari harapan, pelanggan puas. Jika itu sesuai harapan, pelanggan puas. Jika memang melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang).

Lupiyoadi (2013:228) mengemukakan banyak manfaat bagi perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang tinggi, dimana akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran. Perusahaan jasa mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya efektivitas iklan, dan meningkatnya reputasi bisnis.

Seperti dijelaskan diatas kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja lebih baik dari pada harapan, maka itulah yang dinamakan kepuasan. Sebaliknya jika kinerja lebih buruk dari pada harapan, maka akan menimbulkan kesenjangan atau *gap*. Lima kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas jasa menurut Lupiyoadi (2013:219) adalah sebagai berikut :

1. Kesenjangan Persepsi Manajemen

Adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa.

Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi riset pemasar, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan riset, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.

2. Kesenjangan Spesifikasi Kualitas

Kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas, dan tidak memadainya penyusunan tujuan.

3. Kesenjangan Penyampaian Jasa

Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*) kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor seperti (a) ambiguitas peran, yaitu sejauh mana karyawan dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer, tetapi memuaskan pelanggan; (b) konflik peran, yaitu sejauh mana karyawan meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak; (c) kesesuaian karyawan dengan tugas yang harus dikerjakan; (d) kesesuaian teknologi yang digunakan oleh karyawan; (e) sistem pengendalian dari atasan, yaitu tidak memadainya sistem penilaian dari sistem imbalan; (f) kendali yang diterima, yaitu sejauh mana karyawan merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara

pelayanan; (g) kerja tim, yaitu sejauh mana karyawan dan manajemen merumuskan tujuan bersama dalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.

4. Kesenjangan Komunikasi Pemasar

Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan mengenai kualitas jasa dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasar. Kesenjangan ini terjadi karena (a) tidak memadainya komunikasi horizontal dan (b) adanya kecenderungan memberikan janji yang berlebihan. Dalam hal ini, komunikasi eksternal telah mendistorsi harapan pelanggan.

5. Kesenjangan Dalam Pelayanan yang Dirasakan

Perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan di harapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun, apabila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

Ada beberapa indikator yang dapat di gunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dalam Tjiptono (2018:219) mempertahankan pelanggan merupakan hal penting dari pada memikat pelanggan. Oleh karena itu terdapat 4 dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

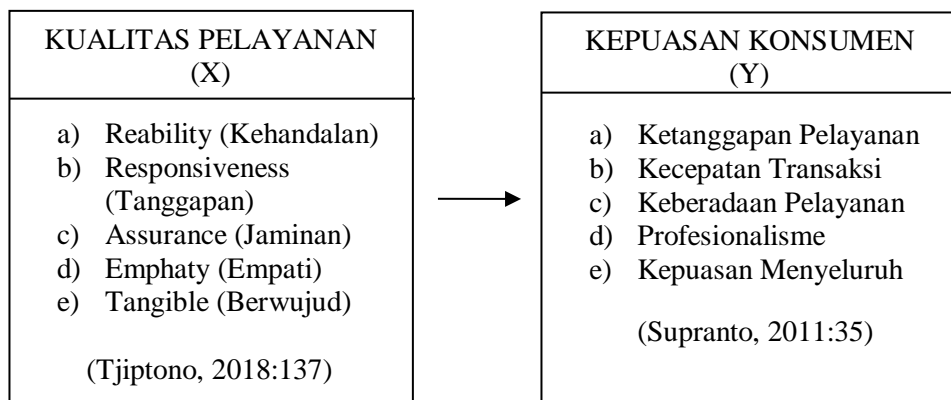
- a. Sistem Keluhan dan Saran, setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*), perlu menyediakan kesempatan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka
- b. *Ghost Shopping*, salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shopper* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka akan diminta untuk berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk atau jasa perusahaan.
- c. *Lost Customer Analysis*, sedapat mungkin perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi, dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang diperlukan tetapi pemantauan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya. Hanya saja kesulitan dari penerapan metode ini adalah pada mengidentifikasi dan mengkontak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

2.1.1.15 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Penumpang

Kualitas yang diberikan oleh perusahaan merupakan implementasi terhadap proses identifikasi dari pelanggan dan calon pelanggan.

Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan terpenuhi dengan baik apabila konsumen memperoleh apa yang mereka inginkan yaitu kecepatan dalam pelayanan yang diberikan, dan kesesuaian hasil yang diterima dengan yang diharapkan, oleh sebab itu hubungan kualitas pelayanan yang diterapkan oleh perusahaan erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan yang diterima. Menurut M.N. Nasution., M.Sc (2007:14), "meskipun produk yang dihasilkan oleh perusahaan telah sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi tanpa perusahaan dengan sistem pelayanan yang baik dan benar, maka akan mengakibatkan ketidakberhasilan dalam memenuhi kepuasan pelanggan"

Setiap perusahaan harus dapat memperhatikan masalah pelayanan ini dengan sebaik mungkin. Apabila pelanggan merasa kualitas pelayanan yang diberikan mendekati harapan, maka akan menimbulkan minat untuk memahami lagi sistem pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan. Dalam hal ini timbul interaksi antara karyawan dan pelanggan karena adanya kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Sedangkan kepuasan dan loyalitas tersebut sangat dibutuhkan di perusahaan untuk mengelola pasar.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.1.1.16 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah tabel yang tersaji data penelitian terdahulu yang digunakan sebagai rujukan dalam penelitian ini :

TABEL 2.1
PENELITIAN TERDAHULU

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1	Rita Supriyanti (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi terhadap Kepuasan Konsumen Armada Bus TransZentrum Madu Kismo di Kabupaten Grobongan	Berdasarkan hasil analisis data dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1) Berdasarkan pengujian regresi linier berganda dapat diketahui bahwa Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy masing-masing berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 2) Pengujiannya menggunakan uji F untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama (simultan), Diperoleh kualitas pelayanan yang terdiri dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Trans Zentrum Bus. Ini
2	Veronica Diona Mahardhika. K (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Kereta Api Indonesia (KAI) Daerah 6 Yogyakarta	Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan hasil uji regresi linier berganda menghasilkan hubungan bahwa assurance merupakan variabel yang memiliki koefisiensi regresi terbesar. Hasil uji-t adalah : variabel tangible, assurance, dan emphaty berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel reliability dan responsiveness berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Kereta Api Indonesia daerah operasi 6 Yogyakarta. Hasil uji F adalah : ada pengaruh signifikan antara variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance, emphaty secara simultan terhadap kepuasan konsumen PT. Kereta Api Indonesia daerah operasi 6 Yogyakarta. Hasil uji R2 adalah : hasil perhitungan diperoleh nilai Adjusted R2 = 0,558 berarti dapat diketahui bahwa pengaruh yang yang

			diberikan oleh variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap kepuasan konsumen PT. Kereta Api Indonesia daerah operasi 6 Yogyakarta adalah sebesar 55,8 % sedangkan sisanya 44,2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti
3	Dede Taufiqurrohman (2015)	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Damri (Studi Kasus pada Damri Cabang Bogor)	Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa transportasi Damri, maka penulis menyimpulkan: 1. Variabel kualitas pelayanan yang diberikan oleh Damri dapat dikatakan sudah berjalan cukup baik, dengan hasil jawaban responden rata-rata dari 15 indikator sebesar 54,67% menjawab Setuju, artinya pelayanan yang telah diberikan oleh cukup baik. 2. Kepuasan konsumen pada Damri dengan hasil jawaban responden rata-rata dari 15 indikator 54,78% menjawab Puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Damri. Hal ini menandakan bahwa pihak Damri sudah memberikan pelayanan yang cukup baik bagi penggunanya. 3. Terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen terbukti dari nilai $r = 0,846$. Dimana semakin tinggi kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen di Damri, sebaliknya jika semakin rendah kualitas pelayanan yang diterima maka akan semakin rendah pula kepuasan konsumen pada Damri. Setelah diuji memang terbukti ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen karena nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Didapat nilai Koefisien Determinasi sebesar 71,57% yang berarti kontribusi variabel kualitas pelayanan atau sumbangan variabel hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen cukup kuat yaitu sebesar 71,57% sedangkan sisanya sebesar 28,43% dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar kualitas pelayanan
4	Budi Fermansah (2014)	Pengaruh Tarif dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penumpang dalam	Berdasarkan hasil penelitian, variabel tarif dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Karena tarif dan

		Memilih Jasa Transportasi PO. Sumber Alam Semarang	kualitas pelayanan bisa mempengaruhi peningkatan maupun penurunan keputusan pembelian. Oleh karena itu pihak manajemen PO. Sumber Alam menetapkan tarif yang sewajarnya dan tingkatkan kualitas pelayanannya misalnya dalam kepedulian karyawan itu masih rendah kepada penumpang maka harus ditingkatkan supaya penumpang kalau membutuhkan bantuan langsung sigap sehingga penumpang merasa puas terhadap pelayanannya.
5	Mas Intan Purba (2016)	Pengaruh Harga, Pelayanan dan Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online di Kota Medan	Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini serta sesuai dengan tujuan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan, harga, pelayanan, dan kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi online di kota Medan.

2.1.1.17 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, kerangka penelitian, dan pola penelitian, penyusunan mengajukan beberapa hipotesis dalam usulan penelitian ini, adapun hipotesis atau kesimpulan sementara yang diajukan adalah :

- a) Di duga bahwa kualitas pelayanan kurang baik dan kepuasan penumpang sedang pada CV. Ratu Intan Permata Jambi.
- b) Di duga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi.

2.2 METODE PENELITIAN

2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Berdasarkan teknik pengumpulan data penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:23), metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

2.2.2 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer (Usman, 2009:212)

Merupakan data yang didapat dari sumber pertama atau sumber asli (*informan*), misalnya dari individu ataupun perorangan seperti konsumen, karyawan, dan lainnya. Data ini merupakan data mentah yang kemudian akan diproses untuk tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhan, misalnya untuk penyusunan tugas akhir mahasiswa.

Metode pengumpulan data primer di penelitian ini adalah dengan diperoleh melalui kuisioner yang disebarkan ke para penumpang dari CV. Ratu Intan Permata Jambi.

2. Data Sekunder (Usman, 2009:212)

Merupakan data yang diambil dari sumber kedua atau bukan dari sumber aslinya. Data sekunder bisa berupa data yang tersaji dalam bentuk tabel, grafik, dan lain sebagainya. Sumber data

sekunder berasal dari peneliti sebelumnya seperti lembaga pemerintah, lembaga swasta, dan lain sebagainya.

Berdasarkan sumbernya, data sekunder dibedakan menjadi dua macam yaitu:

a) Data Sekunder Internal

Merupakan data sekunder yang didapat dari internal objek penelitian atau data yang dikumpulkandari dalamsuatu perusahaan yang dijadikan objek penelitian. Sumber internalnya disini adalah CV. Ratu Intan Permata Jambi. Data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini diantaranya, data sejarah perusahaan, struktur organisasi, jumlah karyawan yang bekerja, jumlah supir, jumlah kendaraan yang tersedia untuk rute Jambi-Palembang.

b) Data Sekunder Eksternal

Merupakan data sekunder yang diperoleh dari pihak lain, artinya bahwa data penelitian, dikumpulkan oleh pihak ketiga.

2.2.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian Lapangan (*Field Research*), adalah metode pengumpulan data untuk memperoleh data prier dengan dilakukan penelitian langsung yang dapat berupa:

a) Observasi

Menurut Usman (2009:212), adalah alat pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat dengan sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Ciri-ciri pengamatan meliputi :

1. Memiliki arah yang khusus
2. Sistematis
3. Bersifat kuantitatif
4. Menuntut keahlian
5. Hasilnya dapat di periksa dan dibuktikan

b) Kuisioner (Usman, 2009:217)

Adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden, terutama pada penelitian survei. Tujuan dilakukan angket atau kuisioner adalah:

1. Memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian.
2. Memperoleh informasi mengenai suatu masalah secara serentak.

Responden dari kuisioner ini adalah para penumpang dari CV. Ratu Intan Permata Jambi, dengan mengajukan surat izin penelitian dan penyebaran kuisioner yang berkaitan dengan hal-

hal yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang di CV. Ratu Intan Permata Jambi.

Tahapan yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang diperlukan adalah :

1. Membuat daftar pertanyaan mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang.
2. Menentukan limit atau segmentasi dari responden yang dituju.
3. Menyebarkan dan atau, memberikan kuisisioner untuk diisi.
4. Kuisisioner yang telah diisi akan diolah sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Dalam penelitian ini, akan menggunakan skala Likert dan memberikan lima alternatif jawaban kepada responden. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017:158).

Menurut Donald R. Cooper & Pamela S. Schindler (2008:308), *“Likert scales, developed by Rensis Likert, (pronounced Lick-ert), is the most frequently used variations of the summated rating scales. Summated rating scales consist of statements that express either a favorable or an unfavorable attitude toward the object of interest. The participant is asked to agree or disagree with each statement. Each response is given a numerical score to reflect its degree of attitudinal favorableness, and the*

scores may be summed to measure the participant's overall attitude. Summation is not necessary and in some instances may actually be misleading, as our caution below clearly shows."

2.2.3.1 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:136), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh penumpang pada tahun 2020 dari CV. Ratu Intan Permata Jambi.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:137), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode non probability yang diambil untuk digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Maka sampel yang akan diambil adalah penumpang dari CV. Ratu Intan Permata Jambi dengan batas usia 20-50 tahun keatas. Data dikumpulkan dengan cara mengambil sampel secara acak (*sampling*). Sampel penelitian meliputi sejumlah elemen (*responden*) yang lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 30 elemen (*responden*)

Menurut Guiford dalam Supranto (2011:239), dimana semakin besar sampel (semakin besar nilai n = banyaknya elemen sampel), akan memberikan hasil yang lebih akurat.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, menurut Umar (2003:17) sebagai berikut :

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

n = Ukuran atau jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Presesi yang diharapkan (0,1 persen)

1 = Konstanta

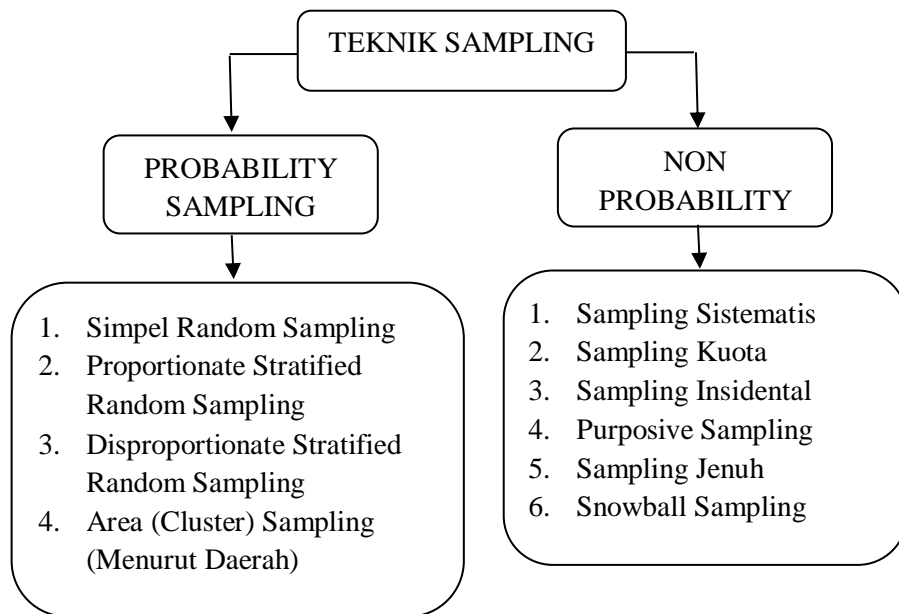
$$\begin{aligned} n &= \frac{35563}{1 + 35563(0.01)} \\ &= \frac{35563}{1+355.63} = \frac{35563}{356.63} \\ &= 99.71 \text{ digenapkan menjadi } 100 \text{ responden.} \end{aligned}$$

2.2.4 Teknik Sampling

Menurut Usman (2009:194), teknik sampling adalah suatu teknik atau cara dalam mengambil sampel yang representatif dari populasi.

Teknik pengambilan sampel erat sekali hubungannya dengan generalisasi yang diperoleh dari hasil penelitian.

Sedangkan menurut Sugiyono (2010) merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Secara skematis macam-macam teknik sampling ditunjukkan pada gambar berikut :



Gambar 2.2 Teknik Sampling

2.2.5 METODE PENGUMPULAN DATA

2.2.5.1 ANALISIS DESKRIPTIF

Menurut Sugiyono (2017:232), metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan sendiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri), tanpa membuat

perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. Dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif merupakan metode yang bertujuan dengan menggambarkan secara sistematis dan aktual tentang fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diselidiki dengan cara mengumpulkan data, mengolah dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statik. Sumber data yang diperoleh adalah penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi yang menjadi responden penelitian. Kuisioner ini berbentuk pernyataan tertutup dimana alternatif jawabannya telah tersedia dari 1-5 (menggunakan skala Likert format 5 jawaban) seperti tabel berikut ini :

TABEL 2.2
SKALA PENGUKUR VARIABEL

Sangat Tidak Baik/Sangat Tidak Puas	STB/STP	Skor 1
Tidak Baik/Tidak Puas	TB/TP	Skor 2
Cukup Baik/Cukup Puas	CB/CP	Skor 3
Baik/Puas	B/P	Skor 4
Sangat Baik/Sangat Puas	SB/SP	Skor 5

Untuk menganalisis permasalahan diatas digunakan skala penelitian dengan menghitung frekuensi skor setiap item pertanyaan. Menurut Sugiyono (2017:225) bahwa perhitungan skor setiap komponen yang diteliti dengan mengalihkan seluruh frekuensi data dengan nilai bobot.

Rumus yang digunakan adalah :

1. Penentuan Rentang Skor

Skor rendah = Bobot terendah x jumlah sampel

Skor tertinggi = Bobot tertinggi x jumlah sampel

Skor terendah = 1 x 100

$$= 100$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 100$$

$$= 500$$

2. Penentuan Rentang Skala

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$= 80$$

Maka :

100 - 179	= Sangat Tidak Puas/Sangat Tidak Baik
180 - 259	= Tidak Puas/Tidak Baik
260 - 339	= Netral/Cukup Puas/Cukup Baik
340 - 419	= Puas/Baik
420 - 500	= Sangat Puas/Sangat Baik

2.2.5.2 Analisis Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2017:31), dalam penelitian kuantitatif, analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dapat berupa statistik deskriptif dan inferensial/induktif. Statistik inferensial dapat berupa statistik parametris dan non parametris. Peneliti menggunakan statistik inferensial bila penelitian dilakukan pada sampel yang digunakan secara random. Data hasil analisis

selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian data dapat berupa tabel distribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, *piechart* (diagram bundar), dan pictogram. Pembahasan hasil penelitian merupakan penjelasan yang mendasar dan interpretasi terhadap data-data yang telah diuji. Untuk menjawab tujuan penelitian, digunakan analisis regresi linear sederhana. Menurut Sugiyono (2017:63), rumus persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bx + e$$

Keterangan :

Y = kepuasan penumpang

α = konstanta

b = koefisien regresi

x = kualitas pelayanan

e = error

2.2.5.3 Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien Goodness of Fit (R^2), atau koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel terikat. Menurut Sujarweni (2015:228), koefisien determinan yang dinotasikan dengan (R^2) merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi. Koefisien Determinan (R^2) ini berkisar

antara nol sampai dengan satu $\leq (0(R^2) \leq 1)$ Dimana semakin tinggi R^2 (mendekati 1), maka variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel terkait, dan apabila $R^2=0$ menunjukkan variabel bebas secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel terikat.

2.2.5.4 Koefisien Korelasi (r)

Menurut Sugiyono (2017:184), korelasi adalah hubungan atau keeratan antara 2 variabel, dimana terdiri dari 1 variabel independen (bebas) dan 1 variabel dependen (terikat) dan juga mengetahui arah hubungan. Adapun pedoman arti korelasi sebagai berikut :

**TABEL 2.3
PEDOMAN ARTI KORELASI**

0,00-0,199	=	Sangat Rendah
0,20-0,399	=	Rendah
0,40-0,599	=	Sedang
0,60-0,799	=	Kuat
0,80-1000	=	Sangat Kuat

2.2.5.5 Uji t (Parsial)

Digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan penumpang (Y). Rumus yang digunakan adalah:

1. Rancangan Hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang.

H_1 = Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang.

2. Tingkat Signifikan dengan $\alpha=5\%$

3. Kriteria Keputusan

Jika $t\text{-hitung} \geq t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak, terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang

Jika $t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$, maka H_0 ditolak, tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang

2.3 Operasional Variabel

Merupakan definisi atau uraian-uraian yang menjelaskan dari satu variabel-variabel yang akan diteliti dengan mencakup dimensi-dimensi yang ada pada masing-masing variabel. Dengan adanya uraian tersebut maka penulis akan lebih mudah mengukur variabel yang ada. Penjabaran variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut :

TABEL 2.4
OPERASIONAL VARIABEL

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Kualitas Pelayanan (X) "Kualiatas Pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekepektasi pelanggan. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan." Tjiptono, dkk (2008:70)	1.Keandalan (<i>Reability</i>)	1. Petugas loket memahami setiap rute yang tersedia 2. Petugas loket mengetahui setiap jam keberangkatan yang tersedia 3. Petugas loket menawarkan apabila penumpang ingin dijemput atau tidak sebelum berangkat 4. Petugas loket memberikan pilihan posisi tempat duduk didalam mobil 5. Supir memahami rute yang akan dilalui dengan baik 6. Supir tidak sembarang mengangkut penumpang di pertengahan perjalanan 7. Supir tidak sembarang menurunkan penumpang	Ordinal
		2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	8. Petugas loket sigap menanyakan kebutuhan penumpang datang ke loket 9. Petugas loket mengkonfirmasi kembali pesanan penumpang berikut hari, jam, dan kota tujuan 10. Petugas loket bersedia untuk memindahkan penumpang ke mobil lain dengan tujuan yang sama apabila penumpang tidak berkenan akan suatu hal seperti mobil terlalu sesak, barang terlalu banyak, dsb. 11. Supir menghubungi penumpang yang ingin dijemput kerumah sebelum berangkat, beberapa jam sebelumnya. 12. Supir membantu penumpang memuat barang bawaan kedalam mobil	
		3.Jaminan (<i>Assurance</i>)	13. Protokol kesehatan berupa sarana cuci tangan, hand sanitizer, dan pengukur suhu	

			<p>badan tersedia di depan pintu masuk loket</p> <p>14. Petugas loket memiliki komunikasi yang baik dengan penumpang</p> <p>15. Supir menjaga kecepatan mobil tetap stabil dan tidak mengebut</p> <p>16. Supir mengantarkan penumpang hingga ke tempat tujuan</p>	
		4. Empati (<i>Empathy</i>)	<p>17. Supir akan memeriksa kendaraan sebelum berangkat</p> <p>18. Supir akan memindahkan penumpang dengan barang bawaan yang banyak ke mobil dengan tujuan yang sama untuk menghindari penumpang lainnya merasa sesak.</p> <p>19. Tersedianya <i>snack</i> untuk konsumsi penumpang selama di perjalanan</p> <p>20. Supir berhenti dirumah makan untuk makandan istirahat sejenak bersma penumpang</p> <p>21. Selama di pemberhentian, supir juga memeriksa kembali kendaraan</p> <p>22. Supir tidak merokok selama di perjalanan</p>	
		5. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	<p>23. Sarana protokol kesehatan yang berfungsi dengan baik</p> <p>24. Ruang tunggu yang berjarak</p> <p>25. Tersedia banyak petugas loket sehingga penumpang tidak mengantri</p> <p>26. Area loket yang bebas asap rokok</p> <p>27. Area loket tidak sesak</p> <p>28. Mobil dalam keadaan bersih</p> <p>29. Mobil tidak menggunakan pengharum yang terlalu menyengat</p> <p>30. Tersedianya kantong plastik untuk penumpang yang mual</p>	

			<p>31. Tersedianya wadah tempat sampah di dalam mobil</p> <p>32. Tersedianya ATM di area loket untuk memudahkan penumpang bertransaksi</p> <p>33. Peralatan yang digunakan oleh para karyawan adalah peralatan yang modern</p>	
2	<p>Kepuasan Konsumen (Y) atau Customer Satisfaction Adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil), terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal, maka pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas, dan apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas.”</p> <p>J. Supranto (2011:35)</p>	1.Ketanggapan Pelayanan	<p>34. Petugas loket mampu menjelaskan rute yang akan dilewati sepanjang perjalanan ketika ditanya oleh penumpang</p> <p>35. Supir mampumencari jalan lain untuk dilalui apabila terjadi halangan di perjalanan</p>	
		2.Kecepatan Transaksi	<p>36. Penumpang diberikan kemudahan untuk transaksi secara tunai dengan pembayaran lamgsung ke loket</p> <p>37. Penumpang dapat memesan mobil untuk perjalanan melalui telepon dan membayarnya kemudian pada saat di loket</p>	
		3.Keberadaan Pelayanan	<p>38. Petugas loket mampu memberikan umpan balik atau <i>feedback</i> yang baik terkait keluhan yang diberikan penumpang</p> <p>39. Supir menerima keluhan dengan baik dari penumpang selama perjalanan</p>	
		4.Profesionalisme	<p>40. Supir bersikap baik selama perjalanan</p> <p>41. Supir bersikap tenang apabila terjadi kendala selama perjalanan (ban bocor, mogok)</p>	
		5.Kepuasan Menyeluruh	<p>42. Tersedianya lemari es berisi minuman yang dapat dibeli penumpang selama berada di loket</p> <p>43. Petugas loket cekatan dalam melayani penumpang</p>	

			<p>44. Penumpang merasa puas melakukan perjalanan dengan supir CV. Ratu Intan Permata</p> <p>45. Penumpang merasa puas dengan layanan yang diberikan kepada petugas loket</p>	
--	--	--	---	--

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Gambaran Umum CV. Ratu Intann Permata Jambi

3.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan

Dikarenakan banyaknya kebutuhan berpergian masyarakat dari satu kota ke kota lainnya dan biaya perjalanan darat yang relatif lebih murah, CV. Ratu Intan Permata Jambi membuka perwakilannya hampir diseluruh

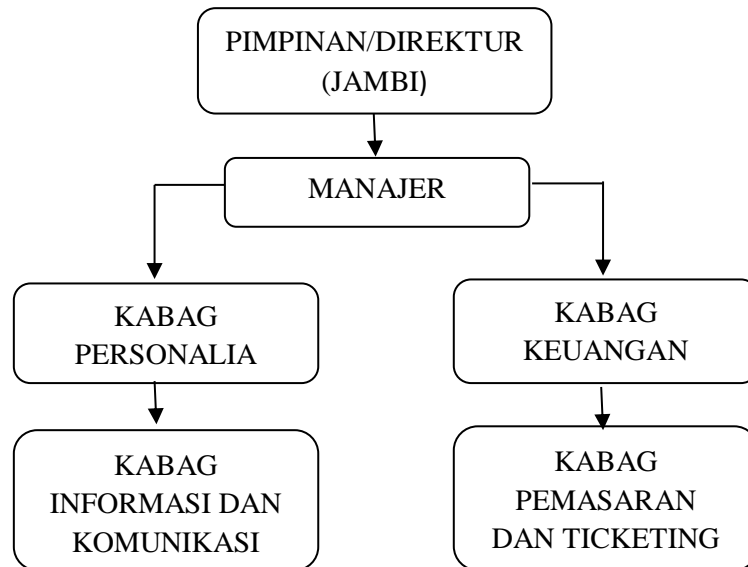
kota di Sumatra. Perusahaan ini, memiliki saham sebesar 90% dipegang oleh Ricky Mulyanto, seorang warga keturunan Tionghua di Jambi. Adanya kemudahan dan harga yang murah dalam penggunaan jasa perjalanan darat menyebabkan permintaan terhadap tiket terus mengalami peningkatan. Tahun 1999, CV. Ratu Intan Permata membuka perwakilan pertamanya di Kota Jambi dengan kantor utama di depan Hotel Harisman Jambi, yang beralamat di Jalan Professor M. Yamin No. 26, Lebak Bandung, Jelutung, Kota Jambi, 36142.

3.2 Struktur Organisasi

Organisasi merupakan wadah segenap kegiatan sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu, jadi dalam suatu organisasi terdapat orang-orang yang bekerjasama dengan melakukan pembagian tugas untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Kerja dalam bentuk formal maupun informal. Adanya pembagian tugas dalam suatu kerjasama akan membuat semakin jelasnya tugas, tanggung jawab, kedudukan dan wewenang, sehingga kesimpangsiuran pekerjaan dapat dihindari dan usaha mencapai tujuan menjadi lancar. Jika dilihat dari struktur organisasi CV. Ratu Intan Permata Jambi, struktur organisasinya adalah berbentuk garis (*line organization structure*), dimana terdapat garis wewenang yang menghubungkan langsung secara vertikal antara atasan dan bawahan, dari pimpinan tertinggi sampai kepada orang yang berada pada jabatan yang terendah dan semua bertanggung jawab kepada atasannya masing-masing.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambaran dari struktur organisasi CV.

Ratu Intan Permata Jambi :



Gambar 3.1 Struktur Organisasi CV. Ratu Intan Permata Jambi

Sumber : CV. Ratu Intan Permata Jambi, 2021.

Jika dilihat dari struktur organisasi diatas, berikut penjelasan dari masing-masing tugas dan tanggung jawab didalam perusahaan ini :

1. Pimpinan / Direktur

Dalam perusahaan ini, pimpinan bertugas dan bertanggungjawab dalam urusan external maupun internal perusahaan. Adapun urusan external misalnya dalam kegiatan pengurusan izin, hal yang

berurusan dengan kepolisian setempat bila terjadi pelanggaran kendaraan, dll. Kemudian untuk urusan internal merupakan urusan peningkatan penjualan, masalah promosi, penambahan *network*, strategi pemasaran, masalah penambahan karyawan di dalam kantor maupun di lapangan, dll.

2. Manajer

Merupakan orang yang dipercayai oleh perusahaan untuk menjalankan semua kegiatan yang ada di perusahaan secara baik dan efisien di daerah ataupun perwakilan. Dalam perusahaan ini, manajer memiliki peranan yang sangat penting dalam operasional perusahaan di daerah dan pimpinan hanya menerima laporan dan memberi petunjuk apabila ada hal-hal yang perlu diselesaikan.

3. Kepala Bagian Personalia

Merupakan bagian staf yang bertugas menangani dan mengurus segala administrasi ketenagakerjaan, bisa berupa mengurus asuransi tenaga kerja setiap bulan, rekapitulasi daftar absen dan konsumsi 2 minggu sekali, pengajuan cuti karyawan, pembuatan surat pengalaman kerja bagi karyawan yang ingin berhenti, menjenguk dan menyiapkan bingkisan untuk karyawan yang sedang sakit, menikah, dll.

4. Kepala Bagian Pemasaran dan Ticketing

Merupakan kepala bagian yang bertugas membantu manajer untuk memasarkan, membuat rencana promosi, rencana penjualan,

membuat laporan aktivitas pemasaran dan bertanggungjawab penuh dalam hal transaksi penjualan hingga pelayanan di dalam kendaraan. Di dalam perusahaan yang bergerak di bidang perjalanan darat, bagian pemasaran memegang peranan penting dalam keberhasilan target penjualan. Seorang tenaga pemasaran atau *marketing* harus memiliki jiwa yang luwes, lincah, cekatan, pandai dan pintar bergaul.

5. Kepala Bagian Keuangan

Bertanggungjawab dalam laporan penerimaan dan pengeluaran anggaran, pembayaran bon pembelian dengan membuka cek. Setiap pembayaran uang harus melampirkan DO (*Delivery Order*) yang kemudian di periksa oleh Manajer dan diajukan ke Pimpinan Perusahaan untuk ditandatangani. Di bagian keuangan ini, hanya dibantu oleh 1 orang karyawati.

3.3 Layanan Perjalanan Darat CV. Ratu Intan Permata Jambi

Berdasarkan prinsip perusahaan, CV. Ratu Intan Permata Jambi menerapkan 4 prinsip pokok perjalanan darat yang harus dicapai yaitu :

1. *Safety*

Perusahaan mengutamakan faktor keselamatan diatas kepentingan lainnya dalam pengoperasian mobil mulai dari satu rute ke rute

lainnya. Seluruh penumpang beserta supir dan barang bawaan selama perjalanan berlangsung harus diperhatikan benar-benar keselamatannya, dengan begitu penumpang akan merasa aman dan percaya dengan jasa yang diberikan. Untuk menunjang keselamatan bersama, perusahaan melakukan berbagai tindakan seperti yang tertera dibawah ini :

- a) Mobil yang dioperasikan harus memenuhi syarat layak jalan yang dibuktikan dengan KIR mobil, dari yang berwenang.
- b) Supir harus berpengalaman dan memiliki SIM yang masih berlaku

2. *Comfortability*

Perusahaan berusaha semaksimal mungkin agar penumpang mendapat kenyamanan selama perjalanan darat berlangsung, dengan demikian, penumpang harus mendapat pelayanan yang terbaik dari petugas perusahaan yang bersangkutan. Pelayanan yang dimaksud disini adalah pada saat calon penumpang mengadakan hubungan dengan perusahaan hingga penumpang tiba di lokasi tujuannya. Bilamana hal ini dapat dipertahankan, penumpang tersebut akan terkesan pada perusahaan perjalanan darat yang bersangkutan. Dengan demikian, perusahaan perjalanan darat tersebut akan dapat mencapai kesuksesannya.

3. *Regularity*

Dalam mengoperasikan mobil untuk perjalanan darat, harus dilaksanakan sesuai dengan jadwal perjalanan darat yang telah ditentukan dengan cepat dan teratur serta sesuai dengan waktu yang diinginkan oleh penumpang. Hal tersebut sangat diperlukan untuk menjamin kepuasan penumpang dan citra perusahaan perjalanan darat sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Untuk dapat melaksanakan hal tersebut dengan tepat waktu, diperlukan kedisiplinan dan koordinasi antara bagian produksi atau operasi dengan bagian pemeliharaan mobil.

4. *Economy of Company*

Bilamana safety dan passengers comfort telah berjalan dengan baik, maka saatnya bagi perusahaan untuk menikmati hasil dari pengoperasian kendaraan. Di samping mengadakan penghematan biaya disegala bidang serta adanya pegawai yang cakap dan terampil, penjualan tinggi akan menimbulkan perbandingan antara *revenue* dan *cost* yang menonjol. Profit semaksimal mungkin akan tercapai dan efisiensi perusahaan dapat dipertahankan. Hal ini akan dapat mendorong terjadinya ekspansi atau perluasan perusahaan, seperti pembaharuan unit kendaraan, dan frekuensi perjalanan darat.

Keempat fungsi jasa angkutan darat tersebut dilaksanakan secara tepat agar jasa angkutan yang dihasilkan mampu mencapai titik sasaran, yaitu kualitas pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada penumpang atau pemakai jasa angkutan. Apabila suatu perusahaan perjalanan darat

dapat menghasilkan keempat fungsi jasa angkutan secara efektif dan efisien, maka daya saing dan pendapatan akan meningkat.

Untuk mencapai fungsi-fungsi tersebut, CV. Ratu Intan Permata Jambi telah menetapkan syarat kualitas pelayanan berupa :

1. Kecepatan, dengan indikator km/jam
2. Keselamatan, dengan indikator jumlah kecelakaan dibanding dengan jumlah perjalanan darat
3. Kenyamanan, dengan indikator kepuasan konsumen
4. Frekuensi perjalanan, dengan indikator konsistensi waktu keberangkatan sesuai dengan jadwal
5. Keteraturan perjalanan, dengan indikator rutinitas perjalanan rute
6. Terjangkau, dengan indikator tarif yang relative rendah

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Karakteristik Responden

CV. Ratu Intan Permata Jambi merupakan perusahaan yang melakukan jasa angkutan penumpang yang cukup besar di Jambi, dan memiliki cakupan penumpang yang banyak. Dalam penelitian ini, yang menjadi responden nya

adalah penumpang dari CV. Ratu Intan Permata Jambi yang terdiri dari 100 orang penumpang.

4.1.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, responden dibagi menjadi 2 yaitu laki-laki dan perempuan. Berikut adalah hasil analisis berdasarkan jenis kelamin penumpang :

TABEL 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Penumpang

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Jumlah (%)
1	Laki-Laki	54	54
2	Perempuan	46	46
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa responden yang paling dominan berdasarkan Jenis Kelamin adalah Laki-Laki, sebanyak 54 orang atau 54%, dan Perempuan, sebanyak 46 orang atau 46% dari total responden sebanyak 100 orang.

4.1.1.2 Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah hasil penelitian rentang usia penumpang :

TABEL 4.2
Responden Berdasarkan Usia Penumpang

No	Usia (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Jumlah (%)
1	<19	14	14
2	20-25	46	46
3	26-30	26	26
4	>30	14	14
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa responden yang paling dominan berdasarkan Usia adalah responden dalam rentang usia 20-25 Tahun, sebanyak 46 orang atau 46%. Kemudian untuk responden dalam rentang usia 26-30 Tahun, sebanyak 26 orang atau 26%. Untuk responden dengan rentang usia <19 dan >30 Tahun, adalah imbang dengan jumlah 14 orang atau 14% masing-masing, dari total responden sebanyak 100 orang.

4.1.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah hasil penelitian pekerjaan penumpang :

TABEL 4.3
Responden Berdasarkan Pekerjaan Penumpang

No	Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Jumlah (%)
1	Wiraswasta	19	19
2	Karyawan Swasta	32	32
3	Pegawai Negri Sipil (PNS)	14	14
4	Pelajar/Mahasiswa	26	26
5	Polri/TNI	9	9
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden yang paling dominan berdasarkan Jenis Pekerjaan adalah responden dengan pekerjaan sebagai Karyawan Swasta dengan jumlah sebanyak 32 orang atau 32%. Kemudian untuk responden dengan pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 26 orang atau 26%, lalu Wiraswasta sebanyak 19 orang atau 19%, dan PNS sebanyak 14 orang atau 14%, serta Polri/TNI sebanyak 9 orang atau 9% dari total responden sebanyak 100 orang.

4.1.1.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah hasil penelitian pendidikan terakhir penumpang :

TABEL 4.4
Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Penumpang

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden (Orang)	Jumlah (%)
1	SD	0	0
2	SMP	4	4
3	SMA/SMK	41	41
4	D3	12	12
5	Sarjana	37	37
6	Pasca Sarjana	6	6
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa responden yang paling dominan berdasarkan Pendidikan Terakhir adalah SMA/SMK dengan jumlah 41 orang atau 41%. Kemudian diikuti oleh responden yang pendidikan terakhirnya D3, sebanyak 12 orang atau 12%. Responden dengan pendidikan terakhirnya sebagai Sarjana adalah sebanyak 37 orang atau 37%, dan Pasca Sarjana sebanyak 6 orang atau 6% dari total responden sebanyak 100 orang.

4.1.1.5 Responden Berdasarkan Rute Keberangkatan

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah hasil penelitian dari rute keberangkatan yang dipilih penumpang :

TABEL 4.5
Responden Berdasarkan Rute Keberangkatan Penumpang

No	Rute	Jumlah Responden (Orang)	Jumlah (%)
1	Jambi-Palembang	23	23
2	Jambi-Bengkulu	12	12
3	Jambi-Padang	12	12
4	Jambi-Pekanbaru	13	13
5	Jambi-Bandar Lampung	17	17
6	Jambi-Muara Bungo	11	11

7	Jambi-Bangko	12	12
Jumlah		100	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa responden yang paling dominan berdasarkan Rute Keberangkatan yang dipilih adalah Rute Jambi-Palembang, sebanyak 23 orang atau 23% dari keseluruhan. Kemudian untuk Rute Jambi-Bengkulu sebanyak 12 orang atau 12 %, Rute Jambi-Padang sebanyak 12 orang atau 12%, Rute Jambi-Pekanbaru sebanyak 13 orang atau 13%, Rute Jambi-Bandar Lampung sebanyak 17 orang atau 17%, Rute Jambi-Muara Bungo sebanyak 11 orang atau 11%, dan Rute Jambi-Bangko sebanyak 12 orang atau 12% dari total responden sebanyak 100 orang.

4.1.2 Kualitas Pelayanan CV. Ratu Intan Permata Jambi

Menurut Kotler (2008:56), dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intangible*, terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan oleh penumpang untuk menilai status kualitas pelayanan. Hasil tanggapan responden mengenai pernyataan yang diberikan tentang variabel kualitas pelayanan terdapat di setiap indikator.

4.1.2.1 Keandalan (*Reability*)

Hasil tanggapan responden mengenai dimensi kualitas pelayanan dalam indikator keandalan (*reability*) terdapat pada tabel berikut :

TABEL 4.6
Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Keandalan
(*Reability*) Dalam Dimensi Kualitas Pelayanan

No	Indikator Keandalan (<i>Reability</i>)	STB	TB	CB	B	SB	Total Skor`	Kategori
		1	2	3	4	5		

1	Petugas loket memahami setiap rute yang tersedia	1	4	37	31	27	379	Baik
2	Petugas loket mengetahui setiap jam keberangkatan yang tersedia	1	2	39	35	23	377	Baik
3	Petugas loket menawarkan apabila penumpang ingin dijemput atau tidak sebelum berangkat	2	5	35	34	24	373	Baik
4	Petugas loket memberkan pilihan posisi tempat duduk dalam mobil	1	7	38	30	24	369	Baik
5	Supir memahami rute yang akan dilalui dengan baik	1	2	31	38	28	390	Baik
6	Supir tidak sembarangan mengangkut penumpang di pertengahan perjalanan	2	7	33	33	25	372	Baik
7	Supir tidak semabrangan menurunkan penumpang	2	5	32	33	28	380	Baik
Skor Rata-Rata							377,14	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.6 dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai seluruh pernyataan pada dimensi kualitas pelayanan dalam indikator Keandalan (*Reability*), dikategorikan Baik dengan skor rata-rata 377,14.

Dari ketujuh pernyataan, total skor tertinggi diperoleh dari pernyataan Supir memahami rute yang akan dilalui dengan baik, dengan memperoleh total skor 390 dan dikategorikan Baik, sedangkan pernyataan yang memiliki skor terendah adalah Petugas loket memberikan pilihan posisi tempat duduk dalam mobil dengan skor 369, dan dikategorikan Baik.

4.1.2.2 Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Hasil tanggapan responden mengenai dimensi kualitas pelayanan dalam indikator daya tanggap (*responsiveness*) terdapat pada tabel berikut :

TABEL 4.7
Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Daya Tanggap
(*Responsiveness*) Dalam Dimensi Kualitas Pelayanan

No	Indikator Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	STB	TB	CB	B	SB	Total Skor`	Kategori
		1	2	3	4	5		
8	Petugas loket sigap menanyakan kebutuhan penumpang datang ke loket	1	6	41	32	20	364	Baik
9	Petugas loket mengkonfirmasi kembali pesanan penumpang berikut hari, jam dan kota tujuan	1	6	41	34	21	377	Baik
10	Petugas loket bersedia untuk memindahkan penumpang ke mobil lain dengan tujuan yang sama apabila penumpang tidak berkenan akan suatu hal seperti mobil terlalu sesak, barang terlalu banyak	1	5	45	34	15	357	Baik
11	Supir menghubungi penumpang yang ingin dijemput kerumah sebelum berangkat, beberapa jam sebelumnya	1	3	37	43	16	370	Baik
12	Supir membantu penumpang memuat barang bawaan kedalam mobil	0	2	33	44	21	384	Baik
Skor Rata-Rata							370,4	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai seluruh pernyataan pada dimensi kualitas pelayanan dalam indikator Daya Tanggap (*Responsiveness*) dikategorikan Baik dengan skor rata-rata 370,4.

Dari kelima pernyataan, total skor tertinggi diperoleh dari pernyataan Supir membantu penumpang memuat barang bawaan kedalam mobil, dengan memperoleh total skor 384 dan dikategorikan Baik, sedangkan pernyataan yang memiliki skor terendah adalah Petugas loket bersedia untuk memindahkan penumpang ke mobil lain dengan tujuan yang sama apabila penumpang tidak berkenan akan suatu hal seperti mobil terlalu sesak, barang terlalu banyak mobil dengan skor 357, dan dikategorikan Baik.

4.1.2.3 Jaminan (*Assurance*)

Hasil tanggapan responden mengenai dimensi kualitas pelayanan dalam indikator daya jaminan (*assurance*) terdapat pada tabel berikut :

TABEL 4.8
Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Jaminan
(*Assurance*) Dalam Dimensi Kualitas Pelayanan

No	Indikator Jaminan (<i>Assurance</i>)	STB	TB	CB	B	SB	Total Skor`	Kategori
		1	2	3	4	5		
13	Protokol kesehatan berupa sarana cuci tangan, handsanitizer, dan pengukur suhu badan tersedia di depan pintu masuk loket	1	4	36	40	19	364	Baik
14	Petugas loket memiliki komunikasi yang baik dengan penumpang	0	4	38	39	19	375	Baik
15	Supir menjaga kecepatan mobil agar tetap stabil dan tidak mengebut	4	6	37	33	20	359	Baik
16	Supir mengantarkan penumpang hingga ke tempat tujuan	0	4	35	35	26	383	Baik
Skor Rata-Rata							370,25	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai seluruh pernyataan pada dimensi kualitas pelayanan dalam

indikator Indikator Jaminan (*Assurance*) dikategorikan Baik dengan skor rata-rata 370,25.

Dari keempat pernyataan, total skor tertinggi diperoleh dari pernyataan Supir mengantarkan penumpang hingga ke tempat tujuan, dengan memperoleh total skor 383 dan dikategorikan Baik, sedangkan pernyataan yang memiliki skor terendah adalah Supir menjaga kecepatan mobil agar tetap stabil dan tidak mengebut dengan skor 359, dan dikategorikan Baik.

4.1.2.4 Empati (*Empathy*)

Hasil tanggapan responden mengenai dimensi kualitas pelayanan dalam indikator empati (*empathy*) terdapat pada tabel berikut :

TABEL 4.9
Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Empati
(*Empathy*) Dalam Dimensi Kualitas Pelayanan

No	Indikator Empati (<i>Empathy</i>)	STB	TB	CB	B	SB	Total Skor`	Kategori
		1	2	3	4	5		
17	Supir akan memeriksa kendaraan sebelum berangkat	0	2	39	34	25	382	Baik
18	Supir akan memindahkan penumpang dengan barang bawaan yang banyak ke mobil lain dengan tujuan yang sama untuk menghindari penumpang lain merasa sesak	2	4	37	36	21	340	Baik
19	Tersedianya <i>snacks</i> untuk konsumsi penumpang selama di perjalanan	0	8	36	31	25	373	Baik
20	Supir berhenti di rumah makan untuk makan dan beristirahat sejenak bersama penumpang	0	4	30	37	29	391	Baik
21	Selama di pemberhentian, supir juga memeriksa kembali kendaraan	0	6	30	44	20	378	Baik

22	Supir tidak merokok selama di perjalanan	4	6	34	33	23	365	Baik
Skor Rata-Rata							371,5	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.9 dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai seluruh pernyataan pada dimensi kualitas pelayanan dalam indikator Empati (*Empathy*) dikategorikan Baik dengan skor rata-rata 371,5.

Dari keenam pernyataan, total skor tertinggi diperoleh dari pernyataan Supir berhenti di rumah makan untuk makan dan beristirahat sejenak bersama penumpang, dengan memperoleh total skor 391 dan dikategorikan Baik, sedangkan pernyataan yang memiliki skor terendah adalah Supir akan memindahkan penumpang dengan barang bawaan yang banyak ke mobil lain dengan tujuan yang sama untuk menghindari penumpang lain merasa sesak dengan skor 340, dan dikategorikan Baik.

4.1.2.5 Bukti Fisik (*Tangibles*)

Hasil tanggapan responden mengenai dimensi kualitas pelayanan dalam indikator bukti fisik (*tangibles*) terdapat pada tabel berikut :

TABEL 4.10
Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Bukti Fisik (*Tangibles*) Dalam Dimensi Kualitas Pelayanan

No	Indikator Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	STB	TB	CB	B	SB	Total Skor`	Kategori
		1	2	3	4	5		
23	Sarana protokol kesehatan yang berfungsi dengan baik	0	8	31	39	22	375	Baik
24	Ruang tunggu yang berjarak	0	7	34	37	22	374	Baik

25	Tersedianya banyak petugas loket sehingga penumpang tidak mengantri	1	3	38	35	23	376	Baik
26	Area loket yang bebas asap rokok	2	11	37	31	19	354	Baik
27	Area loket tidak sesak	1	3	33	38	25	383	Baik
28	Mobil dalam keadaan bersih	0	2	35	39	24	385	Baik
29	Mobil tidak menggunakan pengharum yang terlalu menyegat	0	6	40	38	16	364	Baik
30	Tersedianya kantong plastik untuk penumpang yang mual	1	8	33	32	26	373	Baik
31	Tersedianya wadah tempat sampah di mobil	3	9	38	32	18	353	Baik
32	Tersedianya ATM di area loket untuk memudahkan penumpang bertransaksi	1	3	38	37	21	366	Baik
33	Peralatan yang digunakan oleh karyawan adalah peralatan yang modern	0	6	40	32	22	381	Baik
Skor Rata-Rata							371,27	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai seluruh pernyataan pada dimensi kualitas pelayanan dalam indikator Bukti Fisik (*Tangibles*) dikategorikan Baik dengan skor rata-rata 371,27.

Dari kesebelas pernyataan, total skor tertinggi diperoleh dari pernyataan Mobil dalam keadaan bersih, dengan memperoleh total skor 385 dan dikategorikan Baik, sedangkan pernyataan yang memiliki skor terendah adalah Tersedianya wadah tempat sampah di mobil dengan skor 353, dan dikategorikan Baik.

4.1.3 Kepuasan Penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi

Menurut J. Supranto (2011:35), kepuasan penumpang atau *customer satisfaction* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil), terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal untuk memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja gagal untuk memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas, dan apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas.

4.1.3.1 Ketanggapan Pelayanan

Hasil tanggapan responden mengenai dimensi kepuasan penumpang dalam indikator ketanggapan pelayanan terdapat pada tabel berikut :

TABEL 4.11
Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Ketanggapan Pelayanan Dalam Dimensi Kepuasan Penumpang

No	Indikator Ketanggapan Pelayanan	STB	TB	CB	B	SB	Total Skor`	Kategori
		1	2	3	4	5		
34	Petugas loket mampu menjelaskan rute yang akan dilewati sepanjang perjalanan ketika ditanya oleh penumpang	0	5	40	37	18	368	Baik
35	Supir mampu mencari jalan lain untuk dilalui apabila terjadi halangan di perjalanan	0	3	41	35	21	383	Baik
Skor Rata-Rata							375,5	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai seluruh pernyataan pada dimensi kepuasan penumpang dalam indikator Ketanggapan Pelayanan dikategorikan Baik dengan skor rata-rata 375,5

Dari kedua pernyataan, total skor tertinggi diperoleh dari pernyataan Supir mampu mencari jalan lain untuk dilalui apabila terjadi halangan di perjalanan, dengan memperoleh total skor 383 dan dikategorikan Baik, sedangkan pernyataan yang memiliki skor terendah adalah Petugas loket mampu menjelaskan rute yang akan dilewati sepanjang perjalanan ketika ditanya oleh penumpang dengan skor 368, dan dikategorikan Baik.

4.1.3.2 Kecepatan Transaksi

Hasil tanggapan responden mengenai dimensi kepuasan penumpang dalam indikator kecepatan transaksi terdapat pada tabel berikut :

TABEL 4.12
Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kecepatan Transaksi Dalam Dimensi Kepuasan Penumpang

No	Kecepatan Transaksi	STB	TB	CB	B	SB	Total Skor`	Kategori
		1	2	3	4	5		
36	Penumpang diberikan kemudahan untuk bertransaksi secara tunai dengan pembayaran langsung ke loket	0	1	40	34	25	383	Baik
37	Penumpang dapat memesan mobil untuk perjalanan melalui telepon dan membayarnya	0	2	39	35	24	381	Baik

	kemudian pada saat di loket							
Skor Rata-Rata							382	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.12 dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai seluruh pernyataan pada dimensi kepuasan penumpang dalam indikator Kecepatan Transaksi dikategorikan Baik dengan skor rata-rata 382.

Dari kedua pernyataan, total skor tertinggi diperoleh dari pernyataan Penumpang diberikan kemudahan untuk bertransaksi secara tunai dengan pembayaran langsung ke loket, dengan memperoleh total skor 383 dan dikategorikan Baik, sedangkan pernyataan yang memiliki skor terendah adalah Penumpang dapat memesan mobil untuk perjalanan melalui telepon dan membayarnya kemudian pada saat di loket dengan skor 381, dan dikategorikan Baik.

4.1.3.3 Keberadaan Pelayanan

Hasil tanggapan responden mengenai dimensi kepuasan penumpang dalam indikator keberadaan pelayanan terdapat pada tabel berikut :

TABEL 4.13
Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Keberadaan Pelayanan Dalam Dimensi Kepuasan Penumpang

No	Keberadaan Pelayanan	STB	TB	CB	B	SB	Total Skor`	Kategori
		1	2	3	4	5		
38	Petugas loket mampu memberikan umpanbalik atau	0	4	38	39	19	373	Baik

	<i>feedback</i> yang baik terkait dengan keluhan yang diberikan penumpang							
39	Supir menerima keluhan dengan baik dari penumpang selama perjalanan	0	3	34	41	22	382	Baik
Skor Rata-Rata							377,5	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.13 dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai seluruh pernyataan pada dimensi kepuasan penumpang dalam indikator Keberadaan Pelayanan dikategorikan Baik dengan skor rata-rata 377,5.

Dari kedua pernyataan, total skor tertinggi diperoleh dari pernyataan Supir menerima keluhan dengan baik dari penumpang selama perjalanan, dengan memperoleh total skor 382 dan dikategorikan Baik, sedangkan pernyataan yang memiliki skor terendah adalah Penumpang dapat memesan mobil untuk perjalanan melalui telepon dan membayarnya kemudian pada saat di loket dengan skor 381, dan dikategorikan Baik.

4.1.3.4 Profesionalisme

Hasil tanggapan responden mengenai dimensi kepuasan penumpang dalam indikator profesionalisme terdapat pada tabel berikut :

TABEL 4.14
Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Profesionalisme Dalam Dimensi Kepuasan Penumpang

No	Profesionalisme	STB	TB	CB	B	SB	Total Skor`	Kategori
		1	2	3	4	5		
40	Supir bersikap baik selama perjalanan	0	1	40	41	18	376	Baik

41	Supir bersikap tenang apabila terjadi kendala selama di perjalanan (mogok, ban bocor)	0	3	37	38	22	379	Baik
Skor Rata-Rata							377.5	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4,14 dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai seluruh pernyataan pada dimensi kepuasan penumpang dalam indikator Profesionalisme dikategorikan Baik dengan skor rata-rata 377,5.

Dari kedua pernyataan, total skor tertinggi diperoleh dari pernyataan Supir bersikap tenang apabila terjadi kendala selama di perjalanan (mogok, ban bocor), dengan memperoleh total skor 379 dan dikategorikan Baik, sedangkan pernyataan yang memiliki skor terendah adalah Supir bersikap baik selama perjalanan dengan skor 376, dan dikategorikan Baik.

4.1.3.5 Kepuasan Menyeluruh

Hasil tanggapan responden mengenai dimensi kepuasan penumpang dalam indikator kepuasan menyeluruh terdapat pada tabel berikut :

TABEL 4.15
Tabulasi Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kepuasan Menyeluruh Dalam Dimensi Kepuasan Penumpang

No	Kepuasan Menyeluruh	STB	TB	CB	B	SB	Total Skor`	Kategori
		1	2	3	4	5		
42	Tersedianya lemari es berisi minuman yang dapat dibeli penumpang selama berada di loket	0	5	35	41	19	374	Baik
43	Petugas loket cekatan dalam melayani penumpang	0	2	40	35	23	379	Baik

44	Penumpang merasa puas melakukan perjalanan dengan supir CV. Ratu Intann Permata	0	2	34	46	18	414	Baik
45	Penumpang merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh petugas	0	4	33	42	21	380	Baik
Skor Rata-Rata							386,75	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari data pada Tabel 4.15 dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai seluruh pernyataan pada dimensi kepuasan penumpang dalam indikator Kepuasan Menyeluruh dikategorikan Baik dengan skor rata-rata 386,75.

Dari keempat pernyataan, total skor tertinggi diperoleh dari pernyataan Penumpang merasa puas melakukan perjalanan dengan supir CV. Ratu Intann Permata, dengan memperoleh total skor 414 dan dikategorikan Baik, sedangkan pernyataan yang memiliki skor terendah adalah Tersedianya lemari es berisi minuman yang dapat dibeli penumpang selama berada di loket dengan skor 374, dan dikategorikan Baik.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Karakteristik Responden CV. Ratu Intan Permata Jambi

Berdasarkan hasil pengisian kuisioner yang dilakukan kepada 100 orang responden yang merupakan penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi, yang melakukan satu kali transaksi pembelian maka dapat dilihat

pada Tabel 4.1 bahwa jumlah penumpang didominasi oleh laki-laki sebanyak 54 orang atau 54% dan sisanya penumpang perempuan 46 orang atau 46%. Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan penumpang laki-laki yang sering berpergian menggunakan jasa travel dari CV. Ratu Intan Permata daripada penumpang perempuan. Pada penelitian ini responden juga diukur berdasarkan usia. Berdasarkan Tabel 4.2, bahwa kebanyakan penumpang yang menggunakan jasa travel mereka adalah penumpang dengan rentang usia 20-25 sebanyak 46 orang penumpang atau 46% dari keseluruhan responden.

Data pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa penumpang CV. Ratu Intan Permata paling banyak bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 32 orang atau 32%. Sementara itu penelitian ini juga didominasi oleh penumpang yang melakukan perjalanan dengan rute Jambi-Palembang sebanyak 23 orang atau 23%. Penelitian ini juga mengelompokkan responden berdasarkan pendidikan terakhir. Pada Tabel 4.4, bahwa penumpang CV. Ratu Intan Permata didominasi oleh penumpang dengan latar belakang pendidikan terakhirnya SMA/SMK sebanyak 41 orang.

4.2.2 Kualitas Pelayanan CV. Ratu Intan Permata Jambi

Berdasarkan hasil analisis terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan terhadap kepuasan penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16

Rekapitulasi Variabel Kualitas Pelayanan CV. Ratu Intan Permata Jambi

No	Pernyataan	Skor	Keterangan
Keandalan (Reliability)			
1	Petugas loket memahami setiap rute yang tersedia	379	Baik
2	Petugas loket mengetahui setiap jam keberangkatan yang tersedia	377	Baik
3	Petugas loket menawarkan apabila penumpang ingin dijemput atau tidak sebelum berangkat	373	Baik
4	Pertugas loket memberikan pilihan posisi tempat duduk didalam mobil	369	Baik
5	Supir memahami rute yang akan dilalui dengan baik	390	Baik
6	Supir tidak sembarangan mengangkat penumpang di pertengahan perjalanan	372	Baik
7	Supir tidak sembarangan menurunkan penumpang	380	Baik
Total		2640	
Total Skor 1		377,14	Baik
Daya Tanggap (Responsiveness)			
8	Petugas loket sigap menanyakan kebutuhan penumpang datang ke loket	364	Baik
9	Petugas loket mengkonfirmasi kembali pesanan penumpang berikut hari, jam, dan kota tujuan	377	Baik
10	Petugas loket bersedia untuk memindahkan penumpang ke mobil lain dengan tujuan yang sama apabila penumpang tidak berkenan akan suatu hal seperti mobil terlalu sesak, barang terlalu banyak, dsb	357	Baik
11	Supir menghubungi penumpang yang ingin dijemput kerumah sebelum berangkat, beberapa jam sebelumnya	370	Baik
12	Supir membantu penumpang membuat barang bawaa kedaam mobil	384	Baik
Total		1852	
Total Skor 2		370,4	Baik
Jaminan (Assurance)			
13	Protokol kesehatan berupa sarana cuci tangan, hand sanitizer, dan pengukur suhu badan tersedia di depan pintu masuk loket.	364	Baik
14	Petugas loket memiliki komunikasi yang baik degan penumpang	375	Baik
15	Supir menjaga kecepatan mobil tetap stabil dan tidak mengebut	359	Baik
16	Supir mengantarkan penumpang hingga ke tempat tujuan	383	Baik
Total		1481	
Total Skor 3		370,25	Baik
Empati (Empathy)			
17	Supir akan memeriksa kendaraan sebelum berangkat	382	Baik
18	Supir akan memindahkan penumpang dengan barang bawaan yang banyak ke mobil dengan tujuan yang sama untuk menghindari penumpang lainnya merasa sesak	340	Baik
19	Tersedianya <i>snack</i> untuk konsumsi penumpang selama di perjalanan	373	Baik
20	Supir berhenti di rumah makan untuk makan dan beristirahat sejenak bersama penumpang	391	Baik
21	Selama di pemberhentian, supir juga memeriksa kembali kendaraan	378	Baik
22	Supir tidak merokok selama di perjalan	365	Baik

Total		2229	
Total Skor 4		371,5	Baik
Bukti Fisik (Tangibles)			
23	Sarana protokol kesehatan yang berfungsi dengan baik	375	Baik
24	Ruang tunggu yang berjarak	374	Baik
25	Tersedia banyak petugas loket sehingga penumpang tidak mengantri	376	Baik
26	Area loket yang bebas asap rokok	354	Baik
27	Area loket tidak sesak	383	Baik
28	Mobil dalam keadaan bersih	385	Baik
29	Mobil tidak menggunakan pengharum yang terlalu menyengat	364	Baik
30	Tersedianya kantong plastik untuk penumpang yang mual	373	Baik
31	Tersedianya wadah tempat sampah didalam mobil	353	Baik
32	Tersedianya ATM di area loket untuk memudahkan penumpang bertransaksi	366	Baik
33	Peralatan yang digunakan oleh para karyawan adalah peralatan yang modern	381	Baik
Total		4084	
Total Skor 5		371,27	Baik
Total Keseluruhan Rata-Rata		372,112	Baik

Kualitas Pelayanan pada CV. Ratu Intan Permata Jambi dalam periode tahun 2016-2020 dengan indikator-indikator yang digunakan yaitu , Kehandalan (*Reability*) yang dikategorikan baik dengan skor rata-rata **377.14**, Daya Tanggap (*Responsiveness*) **370.4**, Jaminan (*Assurance*) **370.25**, Empati (*Empathy*), **371.5**, Berwujud (*Tangibles*), **371.27**.

Dari keseluruhan pertanyaan dalam indikator Kualitas Pelayanan, skor tertinggi diperoleh dari pernyataan yang menyampaikan bahwa Supir berhenti di rumah makan untuk makan dan beristirahat sejenak bersama penumpang dengan skor **391**. Hal ini menunjukkan bahwa penumpang merasa tindakan yang dilakukan oleh supir untuk berhenti di rumah makan adalah benar, dan selain dari itu, supir telah menjalankan SOP yang diberikan dengan baik.

Sedangkan penilaian terendah diperoleh dari pernyataan yang menyampaikan bahwa Tersedianya wadah tempat sampah didalam mobil dengan

skor **353**. Hal ini menunjukkan bahwa cenderung adanya penumpang yang merasa mereka memerlukan wadah untuk membuang sampah didalam mobil, dan tujuan ini berdampak baik juga untuk menjaga kebersihan mobil itu sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian maka hipotesis yang menyatakan bahwa diduga kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan CV. Ratu Intan Permata Jambi, dinilai baik dan dapat diterima. Hal ini sesuai dengan pendapat Lewis dan Booms (dikutip dalam Tjiptono & Chandra, 2005 : 121), “kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.”

4.2.3 Kepuasan Penumpang CV. Ratu Intan Pemata Jambi

Berdasarkan hasil analisis terhadap kualitas pelayanan yang dilakukan terhadap kepuasan penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi mendapatkan hasil sebagai berikut:

TABEL 4.17
Rekapitulasi Variabel Kepuasan Penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi

No	Pernyataan	Skor	Keterangan
Ketanggapan Pelayanan			
34	Petugas loket mampu menjelaskan rute yang akan dilewati sepanjang perjalanan ketika ditanya oleh penumpang	368	Baik
35	Supir mampu mencari jalan lain untuk dilalui apabila terjadi halangan di perjalanan	383	Baik
Total		751	
Total Skor 6		375,5	Baik
Kecepatan Transaksi			
36	Penumpang diberikan kemudahan untuk bertransaksi secara tunai dengan pembayaran langsung ke loket	383	Baik
37	Penumpang dapat memesan mobil untuk perjalanan melalui telepon dan membayarnya kemudian pada saat di loket	381	Baik
Total		764	
Total Skor 7		382	Baik
Keberadaan Pelayanan			

38	Petugas loket mampu memberikan umpan baik atau feedback yang baik terkait keluhan yang diberikan penumpang	373	Baik
39	Supir menerima keluhan dengan baik dari penumpang selama perjalanan	382	Baik
Total		755	
Total Skor 8		377,5	Baik
Profesionalisme			
40	Supir bersikap baik selama perjalanan	376	Baik
41	Supir bersikap tenang apabila terjadi kendala selama di perjalanan (ban bocor, mogok)	379	Baik
Total		755	
Total Skor 9		377,5	Baik
Kepuasan Menyeluruh			
42	Tersedianya lemari es berisi minuman yang dapat dibeli penumpang selama berada di loket	374	Baik
43	Petugas loket cekatan dalam melayani penumpang	379	Baik
44	Penumpang merasa puas melakukan perjalanan dengan supir CV. Ratu Intan Permata Jambi	414	Sangat Baik
45	Penumpang merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh petugas loket	380	Baik
Total		1547	
Total Skor 10		386.75	Baik
Total Keseluruhan Rata-Rata		304,35	Baik

Kepuasan Penumpang pada CV. Ratu Intan Permata Jambi dalam periode tahun 2016-2020 dengan indikator-indikator yang digunakan yaitu , Ketanggapan Pelayanan, yang dikategorikan baik dengan skor rata-rata **375.5**, Kecepatan Transaksi **382**, Keberadaan Pelayanan **377.5**, Profesionalisme **377.5**, Kepuasan Menyeluruh **386.75**.

Dari keseluruhan pertanyaan dalam indikator Kualitas Pelayanan, skor tertinggi diperoleh dari pernyataan yang menyampaikan bahwa Penumpang merasa puas melakukan perjalanan dengan supir CV. Ratu Intan Permata dengan skor **414**. Hal ini menunjukkan bahwa penumpang merasa puas dengan apa yang diberikan oleh supir selama di perjalanan.

Sedangkan penilaian terendah diperoleh dari pernyataan yang menyampaikan bahwa Petugas loket mampu menjelaskan rute yang akan dilewati

sepanjang perjalanan ketika ditanya oleh penumpang dengan skor **368**. Hal ini menunjukkan bahwa ada penumpang yang merasa bahwa petugas tidak/kurang mampu menjelaskan rute yang akan dilewati ketika ditanya oleh penumpang pada saat di loket.

Berdasarkan hasil penelitian, maka hipotesis yang menyatakan bahwa diduga kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan CV. Ratu Intan Permata Jambi, dinilai baik dan dapat diterima. Hal ini sesuai dengan pendapat Philip Kotler & Kelvin Lane Keller (2007 : 177), “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”

4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang

4.3.1 Statistik

Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi, maka diperlukan beberapa langkah – langkah dalam pengolahan data. Pengolahan data yang dilakukan adalah analisis statistik menggunakan regresi linear sederhana, koefisien korelasi (r) dan koefisien determinan (R^2) dengan hasil pengujian sebagai berikut

4.3.2 Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen X pada variabel dependen Y, apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai variabel X dan Y mengalami kenaikan

atau penurunan. Dalam hal ini, persamaan yang digunakan dapat dilihat sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

TABEL 4.18
Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.402	.229		1.759	.082
	KUALITAS PELAYANAN	.861	.066	.797	12.993	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan Tabel 4.18, diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut : $Y = 0.402 + 0.861X$, yang mana **berarah positif** dan signifikan terhadap kepuasan penumpang, dan hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mas Intan Purba (2016), yang dalam penelitiannya membahas tentang Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online di Kota Medan.

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar **0.402**, artinya apabila kualitas pelayanan diasumsikan = 0, maka kepuasan penumpang secara konstan bernilai **0.402**
2. Koefisien regresi variabel X sebesar **0.861** menyatakan bahwa setiap penambahan skor nilai kualitas pelayanan sebesar 1, maka akan terjadi peningkatan kepuasan penumpang sebesar **0.861**, dan begitu juga sebaliknya

Dengan demikian, terdapat pengaruh positif yang mempengaruhi kualitas pelayanan (X), terhadap kepuasan penumpang (Y) pada CV. Ratu Intan Permata Jambi.

4.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil perhitungan SPSS untuk melihat koefisien determinasi dapat dilihat pada *model summary* berikut ini :

TABEL 4.19
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.631	.47640

Berdasarkan Tabel 4.19, dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi R^2 yang diperoleh dari penelitian ini sebesar **0.635** atau **63.5%**. Angka ini menyatakan bahwa kemampuan variabel X menjelaskan variabel Y sebesar **63.5%**, sisanya sebesar 35.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3.4 Koefisien Korelasi (r)

Adalah hubungan atau keeratan antara 2 variabel, dimana terdiri dari 1 variabel independen atau bebas, dengan 1 variabel dependen atau terikat, dan juga

mengetahui arah hubungan. Software yang digunakan untuk penelitian ini adalah Software SPSS.

TABEL 4.20
Hasil Koefisien Korelasi (r)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797^a	.635	.631	.47640

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel 4.20, diperoleh nilai korelasi antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan penumpang (Y) sebesar **0.797**, dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang.

4.3.5 Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t) digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh indikator – indikator Kualiatas Pelayanan (X) dan Kepuasan Penumpang (Y). Pedoman yang digunakan apabila probabilitas signifikansi > 0,05, maka tidak ada pengaruh signifikan atau H0 diterima dan H1 ditolak, dan apabila probabilitas signifikansi < 0,05, maka ada pengaruh signifikan atau H0 ditolak dan H1 diterima. Dan juga dilakukan dengan menggunakan perbandingan nilai t-hitung dengan t-tabel, apabila t-hitung > t-tabel. Hasil dari uji output uji parsial (uji t) dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini:

TABEL 4.21
Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.402	.229		1.759	.082
KUALITAS PELAYANAN	.861	.066	.797	12.993	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan hasil dari Tabel 4.21 diatas, pengujian hipotesis dari variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

$H_0 = b_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada CV. Ratu Intan Permata Jambi.

$H_a = b_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada CV. Ratu Intan Permata Jambi.

Untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan signifikan terhadap kepuasan penumpang, dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung sebesar **12.993** dan t tabel sebesar **1.66039**. Dengan demikian, level signifikan variabel X adalah sebesar 0,000 ($<0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya, terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada CV. Ratu Intan Permata Jambi

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang CV.

Ratu Intan Permata Jambi

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS 2.2 diperoleh regresi linear sederhana sebagai berikut : $Y=0,402+0,861X$. Dari persamaan tersebut dapat dikatakan bahwa indikator kualitas pelayanan dapat dijadikan alat untuk memprediksi kepuasan penumpang pada CV. Ratu Intan Permata Jambi dan berarah positif. Dalam hitungan matematis tersebut terlihat bahwa adanya hubungan variabel bebas (x)

atau kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi sebesar **0,402** terhadap satu pernyataan dari penelitian ini.

Nilai Koefisien determinasi (R^2) sebesar **0,631** yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi sebesar **63,1%** sedangkan **sisanya sebesar 35.9%** dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di penelitian ini misalnya kualitas jasa atau produk, harga, *emotional factor*, biaya dan kemudahan (Irawan, 2008:37)

Nilai Koefisien Korelasi (r) antara variabel kualitas pelayanan (X), terhadap kepuasan penumpang (Y), sebesar **0,797**. Dapat dikatakan pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) berada pada kategori kuat.

Nilai t-hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar **1.66039** dan signifikan terhadap kepuasan penumpang. Kesimpulan kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) pada tabel dibawah ini :

TABEL 4.22
Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Penumpang

No	Variabel	Total Skor	Rata-Rata	Kategori
1	Kualitas Pelayanan	12.286	372.30	Baik
2	Kepuasan Penumpang	4.572	381	Baik

Berdasarkan tabel 4.22 diatas, diketahui bahwa tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang berada pada kategori sangat

baik dan baik. Dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan dimensi pokok oleh Lupiyoadi (2014:217), dan dikenal dengan sebutan *SERVQUAL* (*Service Quality*) dan digunakan untuk menilai indikator kualitas pelayanan yang terdiri dari Berwujud (*Tangibles*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Keandalan (*Reability*), Empati (*Empathy*) dan Jaminan (*Assurance*), memiliki pengaruh atau dampak yang signifikan terhadap kepuasan penumpang dari CV. Ratu Intan Permata Jambi.

Menurut Tjiptono (2005:140), terdapat 6 manfaat jika suatu perusahaan dapat memaksimalkan tingkat kepuasan konsumen yaitu :

1. Terjalin relasi jangka panjang antara perusahaan dengan para pelanggannya.
2. Terbentuknya peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian ulang, *cross-selling* dan *up-selling*.
3. Terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Adanya rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif.
5. Reputasi perusahaan dan persepsi pelanggan semakin positif di mata pelanggan.
6. Laba yang diperoleh perusahaan dapat meningkat

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan CV. Ratu Intan Permata Jambi berada pada kategori Baik, dengan total skor 12.286 dan nilai rata-rata 372.30. Sedangkan tingkat Kepuasan Penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi berada pada kategori Baik, dengan total skor 4.572, dan nilai rata-rata 381.
2. Analisa :
 - (1) Diperoleh persamaan regresi linear sedererhana dengan rumus $Y=0.402+0.861X$, yang mana berarah positif dan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang.
 - (2) Nilai Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,631 yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi sebesar 63,1% sedangkan sisanya sebesar 35.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti di penelitian ini.
 - (3) Nilai Koefisien korelasi (r) sebesar 0.797, dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang.
 - (4) Untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan signifikan terhadap kepuasan penumpang, dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung sebesar 12.993 dan t tabel sebesar 1.66039. Dengan demikian, t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya, terdapat pengaruh signifikan antara kualitas

pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada CV. Ratu Intan Permata
Jambi

5.2 SARAN

Untuk pihak CV. Ratu Intan Permata Jambi, penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Pada penelitian ini ditemukan adanya indikator yang memiliki total skor paling rendah yaitu indikator *Responsiveness* dengan skor 357. Pada poin ini, ada baiknya apabila petugas dan supir dihadapkan dengan situasi seperti ini, untuk memindahkan penumpang yang mengajukan keluhan mobil sempit atau terlalu sesak, ke mobil lain yang akan berangkat ke tujuan yang sama. Ataupun, membatasi jumlah penumpang dengan memperhatikan barang bawaan penumpang yang akan dimuat ke mobil.
2. Apabila terdapat penumpang yang ingin membawa barang bawaan berlebih, ada baiknya dikenakan tarif ekstra, dengan begitu penumpang dapat memilah lagi barang yang akan dibawa ke dalam mobil, atau bagaimana mengatur barang bawaan mereka agar tidak dikenakan tarif ekstra.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri. (2010). **Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi**, Jakarta:
Raja Grafindo Persada

- Bilson, Simamora. (2008). **Panduan Riset Perilaku Konsumen**, Cetakan Ketiga, Jakarta: Gramedia
- Danang, Sunyoto. (2013). **Perilaku Konsumen Dan Pemasaran**, Cetakan Pertama, Yogyakarta: CAPS
- Danang, Sunyoto. (2014). **Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran**, Cetakan Ketiga, Jakarta: CAPS
- Effendi, Usman. (2014). **Asas Manajemen**, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Hary. (2017). **Cara Cepat Dan Mudah Memahami Pengantar Manajemen, Edisi Ke-2**, Yogyakarta: Gava Media
- Husein, Umar. (2003). **Metode Riset Bisnis**, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Irawan, Handi. (2008). **Membedah Strategi Kepuasan Konsumen**, Cetakan Pertama, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Kotler, Philip. & Keller (2007). **Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi 12**, Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip. & Keller, Kevin L. (2008). **Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1**, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. & Keller (2016). **Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi 13**, Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, R. (2013). **Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 13**, Jakarta: Salemba Empat
- M.N. Nasution, M.Sc (2007). **Manajemen Mutu Terpadu (*Total Quality Management*)**, Bogor: Ghalia Indonesia
- Mursid, M. (2003). **Manajemen Pemasaran Edisi I cetakan 3**, Jakarta: Bumi Aksara

- Rianse, Usman. (2009). **Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi**, Edisi Pertama, Bandung: Alfabeta
- Samuelson (1975). **Teori Ekonomi I. Edisi 8**, Jakarta Bhratara dan Yogyakarta: Kanisius
- Schiffman, K. (2006). **Customer Behaviour, Edisi 7**. New Jersey: Prentice
- Schindler, Pamela S. & Donald R. Cooper (2008). **Business Research Method, Tenth Edition**, Singapore: McGraw-Hill Education
- Sugiyono. (2010). **Metode Penelitian Bisnis**, Cetakan Ke-15, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). **Metode Penelitian Bisnis**, Edisi 3, Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V. Wiratama (2015). **Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi**, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Supranto, J. (2011). **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Cetakan 4**, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Tjiptono, Fandy. & Gregorius C, et al. (2008). **Pemasaran Strategik**, Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. & Gregorius, C. (2018). **Service, Quality & Satisfaction, Edisi 4**, Yogyakarta: Andi

Lampiran 1

KUISIONER PENELITIAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA CV. RATU INTAN PERMATA JAMBI**

Kepada Yth.

Penumpang CV. Ratu Intan Permata Jambi

Di tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyusun tugas akhir guna memenuhi syarat mendapat gelar sarjana Ekonomi, saya :

Nama : Olivia Chang

NIM : 1600861201009

Mahasiwa Universitas Batanghari Jambi, ingin mengajukan beberapa pertanyaan atau kuisisioner mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang Pada CV. Ratu Intan Permata Jambi”

Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban atas kuisisioner ini sangatlah membantu saya dalam menyusun skripsi ini.

Atas perhatian dan waktu yang diberikan oleh Bapak/Ibu/Saudara/i, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Olivia Chang

A. Profil Responden

Berilah tanda contreng (\surd) pada salah satu jawaban yang anda pilih pada pertanyaan berikut ini :

1. Jenis Kelamin : a. Laki-Laki
b. Perempuan
2. Usia Anda : a. ≤ 19 Tahun
b. 20-25 Tahun
c. 26-30 Tahun
d. ≥ 30 Tahun
3. Pekerjaan Anda : a. Wiraswasta
b. Karyawan Swasta
c. Pegawai Negri Sipil
d. Pelajar/Mahasiswa
e. Polri/TNI
4. Pendidikan Terakhir : a. SD
b. SMP
c. SMA
d. Diploma/D3
e. Sarjana
f. Pasca Sarjana
5. Rute Keberangkatan : a. Jambi-Palembang
b. Jambi-Bengkulu

c. Jambi-Padang

d. Jambi-Pekanbaru

e. Jambi-Bandar Lampung

f. Jambi-Muara Bungo

h. Jambi-Bangko

B. Kuisisioner Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen CV. Ratu

Intan Permata Jambi

Berilah tanda (√) sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan :

SB = Sangat Baik

B = Baik

CB = Cukup Baik

TB = Tidak Baik

STB = Sangat Tidak Baik

Setelah membaca petunjuk ini, silahkan memberikan tanggapan anda pada setiap pertanyaan berikut :

a. Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB
	Skor	1	2	3	4	5
	Keandalan (Reability)					
1.	Petugas loket memahami setiap rute yang tersedia					
2.	Petugas loket mengetahui setiap jam keberangkatan yang tersedia					
3.	Petugas loket menawarkan apabila penumpang ingin dijemput atau tidak sebelum berangkat					
4.	Petugas loket memberikan pilihan posisi tempat duduk di dalam mobil					
5.	Supir memahami rute yang akan dilalui dengan baik					
6.	Supir tidak sembarang mengangkut penumpang di pertengahan perjalanan					
7.	Supir tidak sembarang menurunkan penumpang					
	Daya Tanggap (Responsiveness)					
8.	Petugas loket sigap menanyakan kebutuhan penumpang datang ke loket					
9.						

<p>10.</p> <p>11.</p> <p>12.</p>	<p>Petugas loket mengkonfirmasi kembali pesanan penumpang berikut hari, jam, dan kota tujuan</p> <p>Petugas loket bersedia untuk memindahkan penumpang ke mobil lain dengan tujuan sama apabila penumpang tidak berkenan akan suatu hal seperti mobil terlalu sesak, barang terlalu banyak</p> <p>Supir menghubungi penumpang yang ingin dijemput kerumah sebelum berangkat, beberapa jam sebelumnya</p> <p>Supir membantu penumpang memuat barang bawaan kedalam mobil</p>				
<p>13.</p> <p>14.</p> <p>15.</p> <p>16.</p>	<p>Jaminan (Assurance)</p> <p>Protokol kesehatan berupa sarana cuci tangan, hand sanitizer, dan pengukur suhu badan tersedia di depan pintu masuk loket</p> <p>Petugas loket memiliki komunikasi yang baik dengan penumpang</p> <p>Supir menjaga kecepatan mobil agar tetap stabil dan tidak mengebut</p> <p>Supir mengantarkan penumpang hingga ke tempat tujuan</p>				
<p>17.</p> <p>18.</p> <p>19.</p> <p>20.</p> <p>21.</p>	<p>Empati (Empathy)</p> <p>Supir akan memeriksa kendaraan sebelum berangkat</p> <p>Supir akan memindahkan penumpang dengan barang bawaan yang banyak ke mobil lain dengan tujuan yang sama untuk menghindari penumpang lain merasa sesak</p> <p>Tersedianya snack untuk konsumsi penumpang selama di perjalanan</p> <p>Supir berhenti di rumah makan untuk makan dan beristirahat sejenak bersama penumpang</p> <p>Selama di pemberhentian supir juga memeriksa kembali kendaraan</p>				

22.	Supir tidak merokok selama di perjalanan					
	Bukti Fisik (Tangibles)					
23.	Sarana protokol kesehatan yang berfungsi dengan baik					
24.	Ruang tunggu yang berjarak					
25.	Tersedianya banyak petugas loket sehingga penumpang tidak mengantri					
26.	Area loket yang bebas asap rokok					
27.	Area loket tidak sesak					
28.	Mobil dalam keadaan bersih					
29.	Mobil tidak menggunakan pengharum yang terlalu menyengat					
30.	Tersedianya kantong plastik untuk penumpang yang mual					
31.	Tersedianya wadah tempat sampah di mobil					
32.	Tersedianya ATM di area loket untuk memudahkan penumpang bertransaksi					
33.	Peralatan yang digunakan oleh karyawan adalah peralatan yang modern					

Berilah tanda (√) sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan :

SB = Sangat Baik

B = Baik

CB = Cukup Baik

TB = Tidak Baik

STB = Sangat Tidak Baik

Setelah membaca petunjuk ini, silahkan memberikan tanggapan anda pada setiap pertanyaan berikut :

b. Kepuasan Pelanggan

No	Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB
	Skor	1	2	3	4	5
34.	Ketanggapan Pelayanan Petugas loket mampu menjelaskan rute yang akan dilewati sepanjang perjalanan ketika ditanya oleh penumpang					
	35.	Supir mampu mencari jalan lain untuk dilalui apabila terjadi halangan di perjalanan				
36.	Kecepatan Transaksi Penumpang diberikan kemudahan untuk transakssi secara tunai dengan pembayaran langsung ke loket					
	37.	Penumpang dapat memesan mobil untuk perjalanan melaluitelepon dan membayarnya kemudian pada saat du loket				
38.	Keberadaan Pelayanan Petugas loket mampu memberikan umpan balik atau <i>feedback</i> yang baik					

39.	terkait keluhan yang diberikan penumpang Supir menerima keluhan dengan baik dari penumpang selama perjalanan					
40.	Profesionalisme Supir bersikap baik selama perjalanan					
41.	Supir bersikap tenang apabila terjadi kendala selama di perjalanan (mogok, ban bocor)					
42.	Kepuasan Menyeluruh Tersedianya lemari berisi minuman yang dapat dibeli penumpang selama berada di loket					
43.	Petugas loket cekatan dalam melayani penumpang					
44.	Penumpang merasa puas melakukan perjalanan dengan supir CV. Ratu Intan Permata					
45.	Penumpang merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh petugas loket					

Lampiran 2

Tabulasi Data Penelitian Variabel (X) Kualitas Pelayanan (1)

No	Jumlah Pertanyaan																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4
2	5	4	3	4	4	3	3	4	4	2	2	4	3	3	2	4	4	2
3	5	5	4	4	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	3	5	3	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	3	3	3	4	3
6	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4
7	4	3	4	3	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3
12	3	3	3	2	3	4	5	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
13	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	4
14	5	5	5	5	5	5	2	3	5	4	4	5	2	5	1	4	5	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	3	5	4
16	4	3	2	2	5	3	4	5	3	3	4	3	4	3	3	3	4	5
17	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3
18	4	4	3	3	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	4
19	5	4	4	3	4	5	3	4	2	3	4	5	5	5	4	5	5	5

20	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
21	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
24	5	4	4	3	4	5	5	3	3	3	3	4	2	3	2	4	4	2
25	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4
29	5	5	5	4	4	2	2	2	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
30	2	3	1	3	4	2	3	3	4	2	1	3	3	2	1	3	3	1
31	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	3	3	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
35	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
36	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5
38	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	4	3	5	4	3	3
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	5	5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4
43	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3
44	5	4	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	5
45	5	4	5	3	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5
46	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4

47	3	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4
48	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	3	3	5	5	5	5	5	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	2	3	2	2	3	3	5	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
54	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	3	3	4	3	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
67	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	3	4	3	3	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
79	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
87	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
88	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
89	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
90	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	1	3	3	1
91	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
96	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	4	4	2	2	2	4
98	5	5	5	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	5	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4

	379	377	373	369	390	372	380	364	371	357	370	384	372	373	359	383	382	370
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Lampiran 2

Tabulasi Data Penelitian Variabel (X) Kualitas Pelayanan (2)

No	Lanjutan Jumlah Pertanyaan														
	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
1	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
2	2	3	2	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	2	3
3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
5	3	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	5	3	3	3
6	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4
7	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	5	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
12	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2
13	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3
14	5	4	2	1	2	5	5	1	5	5	3	1	1	5	5
15	4	4	4	1	2	2	4	4	4	4	3	2	1	5	5
16	2	4	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
18	5	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	4
19	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5

20	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
21	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
23	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4
24	4	4	3	1	2	2	3	2	2	3	3	2	1	3	3
25	4	4	4	3	3	3	4	2	4	3	4	2	2	5	3
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
28	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
29	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3
30	2	3	3	2	2	2	1	1	1	3	2	3	3	1	2
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	3	3	3	4	4	4	3	2	4	5	5	5	4	4	4
35	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
36	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
37	3	4	4	3	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5
38	5	5	3	3	4	5	4	3	5	4	3	4	3	4	5
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4
42	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
43	3	3	4	5	4	3	3	2	4	5	4	4	4	3	3
44	5	4	4	5	5	4	4	3	5	3	2	4	4	4	3
45	3	5	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4
46	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4

47	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5
48	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
49	2	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	3
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	5	3
52	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	2	2	5	4
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
54	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	3	5	5	5	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
59	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5

74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
77	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	2	
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
84	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	3	3	3	3	3	5	4	3	4	3	3	3	3
88	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	
89	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
90	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	
91	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
92	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
95	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3
96	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	3	4	4	4
97	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	
98	5	5	4	1	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	
99	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4
100	3	5	4	3	3	2	3	4	5	5	4	3	3	3	3	3

	373	391	378	365	375	374	376	354	383	385	364	374	353	374	372
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Lampiran 3

Tabulasi Data Penelitian Variabel (Y) Kepuasan Penumpang

NO	Jumlah Pertanyaan											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3
3	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4
5	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4
6	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
7	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
12	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
13	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
14	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	2
15	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	3
16	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4
17	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2
18	3	5	5	5	3	4	3	5	4	3	4	4
19	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
20	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
21	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	3	4	5	4	3	3	3	2	3	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5
28	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
29	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
30	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
33	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
34	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5

37	4	5	3	4	5	5	4	5	3	4	4	4
38	3	4	5	5	3	4	3	5	5	4	4	3
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
42	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
43	5	3	3	3	4	5	5	3	5	4	5	4
44	3	4	4	4	5	3	3	3	4	5	4	4
45	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
46	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
47	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
48	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	2	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3
52	4	4	5	5	5	5	5	4	2	4	5	5
53	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
80	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

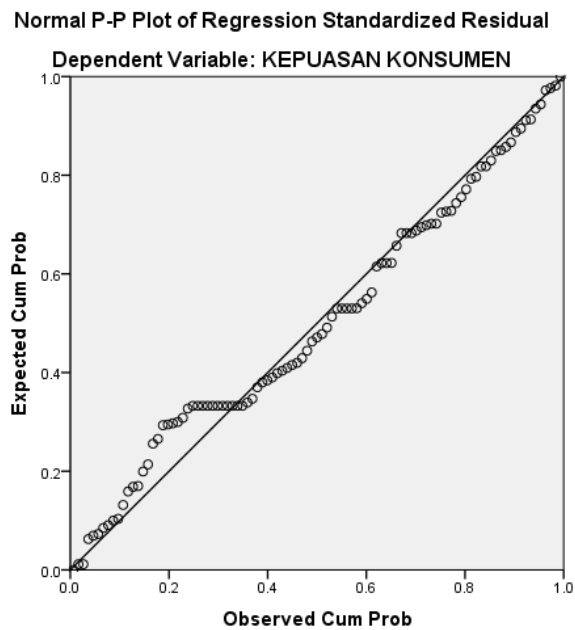
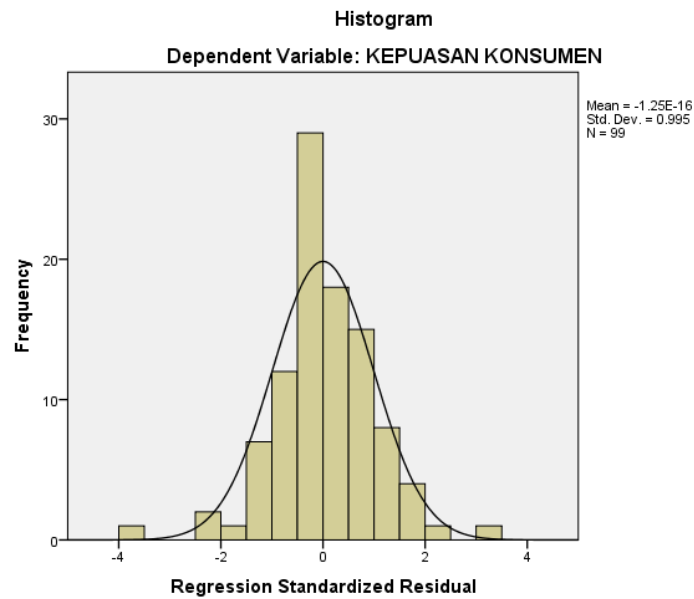
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
85	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
88	2	2	2	2	3	4	3	2	2	3	4	3
89	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4
90	2	2	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3
91	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	2
92	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4
93	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
95	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
99	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
100	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4
	368	374	383	381	373	382	376	379	374	379	380	380

Lampiran 4

Tabulasi Data Hasil Output SPSS

A. Output Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas
 - a. Uji Grafik



b. Uji Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KUALITAS PELAYANAN	KEPUASAN KONSUMEN
N		99	99
Normal	Mean	3.3783	3.3102
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	.72649	.78463
Most Extreme	Absolute	.084	.133
Differences	Positive	.084	.133
	Negative	-.078	-.120
Test Statistic		.084	.133
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083 ^c	.000 ^c

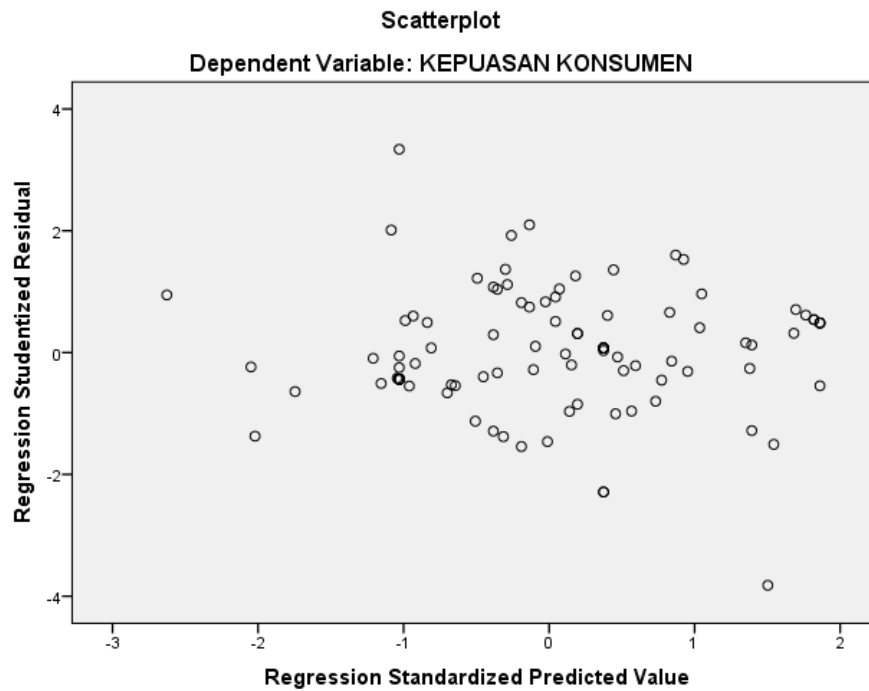
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	.47396701
Most Extreme	Absolute	.110
Differences	Positive	.057
	Negative	-.110
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.005 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Heterokedastisitas



B. Persamaan Regresi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KUALITAS PELAYANAN ^b		Enter

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.635	.631	.47640

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.318	1	38.318	168.830	.000 ^b
	Residual	22.015	97	.227		
	Total	60.333	98			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.402	.229		1.759	.082
	KUALITAS PELAYANAN	.861	.066	.797	12.993	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN