

BAB III

LADASAAN TEORI

3.1 Alat Ukur Kualitas Pelayanan

Menurut Tamin (2000), kebutuhan akan pelayanan transportasi bersifat sangat kualitatif dan mempunyai ciri yang berbeda-beda sebagai fungsi dari waktu, tujuan pelayanan, frekuensi, jenis kargo yang diangkut, dan lain-lain. Pelayanan transportasi yang tidak sesuai dengan kebutuhan akan pergerakan menyebabkan sistem transportasi tersebut tidak berguna. Menurut Supranto (1997), terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*.

Dimensi pertama dari kualitas pelayanan menurut konsep *service quality* adalah *tangible*. Karena suatu *service* tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba, maka aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek *tangible* ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan, karena *tangible* yang baik, maka harapan responden menjadi lebih tinggi. Dimensi *tangible* ini umumnya lebih penting bagi pelanggan yang baru. Tingkat kepentingan aspek ini umumnya relatif lebih rendah bagi pelanggan yang sudah lama menjalin hubungan dengan penyedia jasa. (Irawan, 2002). Bukti fisik (*tangible*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik,

perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. (Chandra dan Tjiptono, 2011)

Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan juga ditentukan oleh dimensi *reliability*, yaitu dimensi yang mengukur kehandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Dibandingkan dengan empat dimensi kualitas pelayanan lainnya, yaitu *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dimensi ini sering dipersepsikan paling penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa. Terdapat dua aspek dari dimensi ini. Pertama kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan. Kedua adalah seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat atau tidak ada *error*. (Irawan, 2002)

Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. (Chandra dan Tjiptono, 2011). *Responsiveness* adalah dimensi kualitas pelayanan yang paling dinamis. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu. Perlu diingat bahwa harga suatu waktu adalah berbeda antara setiap pelanggan dengan pelanggan lainnya. Ada kelompok pelanggan yang lebih menghargai waktu dan ada yang kurang menghargai waktu. Sama seperti dimensi pelayanan lainnya, maka kepuasan terhadap dimensi *responsiveness* adalah berdasarkan persepsi dan bukan aktualnya. Kenyamanan dan komunikasi juga merupakan hal yang harus diperhatikan dalam dimensi *responsiveness*. (Robed, 2002). 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. (Chandra & Tjiptono, 2011)

Dimensi ke-empat dari lima dimensi kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan pelanggan adalah *assurance*, yaitu dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku *front-line staf* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya. Berdasarkan banyak riset yang dilakukan, ada 4 aspek dari dimensi ini, yaitu keramahan, kompetensi, kredibilitas, dan keamanan. (Robed, 2002). Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. (Chandra & Tjiptono, 2011). Dimensi *empathy* adalah dimensi kelima dari kualitas pelayanan. Secara umum, dimensi ini memang dipersepsi kurang penting dibandingkan dimensi *reliability* dan *responsiveness* dimata kebanyakan pelanggan. Sesuatu yang tidak diharapkan pelanggan, ternyata diberikan oleh penyedia jasa. (Irawan, 2002).

3.2 Alat Ukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003), terdapat bermacam-macam faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, sebagai berikut:

1. Aspek barang dan jasa
2. Aspek emosi pelanggan
3. Aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa
4. Aspek persepsi atas persamaan dan keadilan
5. Pelanggan lain, keluarga, dan rekan kerja.

3.3 Konsep Kepuasan Penumpang

Kepuasan adalah tingkat perasaan membandingkan kinerja atau hasil yang sesuai dengan keinginan penumpang atau pengguna. Kepuasan adalah hasil respon dari penumpang terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja yang telah dirasakannya. Tingkat kepuasan penumpang bisa diartikan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pengguna atau penumpang akan mengalami kekecewaan bila kinerja dari becak motor tersebut tidak sesuai dengan harapan. Pengguna bisa merasa puas jika kinerja yang diberikan sesuai dengan harapan.

Kinerja yang melebihi harapan akan membuat penumpang lebih puas. Harapan dapat terbentuk dari pengalaman masa lalu, pendapat orang lain, janji, dan informasi sekitar. Kualitas merupakan hal yang harus dilakukan dengan sangat baik oleh penyedia jasa. Keunggulan suatu produk jasa yang tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut apakah sudah

sesuai dengan harapan dan keinginan penumpang. Metode yang akan digunakan untuk mengukur kepuasan penumpang dalam tugas akhir ini adalah survei kepuasan penumpang dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

3.4 Sampel

Sampel adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda, dan ukuran lain yang menjadi objek perhatian atau kumpulan seluruh objek yang menjadi perhatian (Purwanto, 2004). Makin besar tingkat kesalahan, maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan dan sebaliknya makin kecil tingkat kesalahan, maka akan semakin besar jumlah anggota sampel yang diperlukan sebagai sumber data (Sugiyono, 2009). Untuk penentuan sampel sebenarnya yang menyatakan bahwa semakin besar sampel akan memberikan hasil yang lebih akurat. Ukuran sampel yang akan diambil sesuai dengan rumus Slavin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+(N.e^2)} \quad (3-1)$$

$$n = \frac{5300}{1+(5300.0,1^2)}$$

$$n = 98,148 = 100$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir sebesar 10% atau 0,1.

3.5 Pengujian Berkala Kendaraan Bermotor

Menurut peraturan menteri perhubungan republik indonesia nomor pm 133 tahun 2015 tentang pengujian berkala kendaraan bermotor pasal 11 tentang pengujian berkala kendaraan bermotor Bab IV pemeriksaan persyaratan teknis dan pengujian layak jalan kendaraan bermotor meliputi pemeriksaan teknis kendaraan bermotor, pemeriksaan secara visual meliputi, dan pemeriksaan secara manual. Pemeriksaan teknis kendaraan bermotor yang dimaksud adalah pemeriksaan susunan, perlengkapan, rancangan teknis kendaraan bermotor sesuai dengan peruntukannya, dan berat kendaraan. Pemeriksaan secara visual meliputi nomor dan kondisi rangka kendaraan bermotor, nomor dan tipe motor penggerak, kondisi tangki bahan bakar, corong pengisi bahan bakar, pipa saluran bahan bakar, kondisi dan posisi pipa pembuangan, ukuran roda dan ban serta kondisi ban, dan kondisi sistem rem utama. Pemeriksaan secara manual meliputi fungsi klakson, dan kondisi kendaraan.

3.6 Teori Kuesioner

3.5.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mengandung arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur saat melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas dapat dilakukan dengan cara metode person atau metode korelasi *product moment* yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan pada kuisisioner dengan skor total. Setelah semua kolerasi untuk setiap pertanyaan dengan skor total diperoleh, nilai tersebut dibandingkan dengan nilai kritik.

Selanjutnya jika nilai koefisien korelasi item tersebut berada diatas nilai tabel kritik maka item tersebut valid. (Sugiyono, 2009)

Rumus korelasi *product moment* adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] \cdot [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (3-2)$$

Keterangan :

r_{xy} = Korelasi Product Moment

N = Jumlah populasi

n = Jumlah sampel

e = Batas toleransi kesalahan

$\sum X$ = Jumlah Skor Variable X (Skore Item)

$\sum Y$ = Jumlah Skor Variable Y (total skor seluruh item)

$\sum X^2$ = Jumlah Skor Kuadrat Variabel X

$\sum Y^2$ = Jumlah Skor Kuadrat Variable Y

$\sum XY$ = Jumlah Perkalian Variable X dengan Variable Y

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini teknik yang dipakai adalah teknik perhitungan reliabilitas koefisien Alfa Cronbach, dengan alasan komputasi dengan teknik ini akan memberikan harga yang lebih kecil atau sama besar dengan reliabilitas yang sebenarnya.

Jadi dengan menggunakan teknik ini akan memberikan hasil yang lebih cermat karena dapat mendeteksi hasil sebenarnya.

Adapun rumus Alfa Cronbach :

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_{b^2}}{\sigma_t^2} \right) \quad (3-3)$$

Mencari harga-harga varians setiap item

$$\sigma_{b^2} = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \quad (3-4)$$

Mencari varians total

$$\sum \sigma_t^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N} \quad (3-5)$$

Dimana:

r_i = reliabilitas

K = jumlah pertanyaan (item)

$\sum S_i^2$ = jumlah varian total

s_t^2 = varians total

$\sum Y_i$ = jumlah skor total dari setiap responden

$\sum X_t$ = jumlah jawaban responden pada setiap varians

N = jumlah responden uji coba

3.7 Importance Performance Analysis (IPA)

Dari *importance performance analysis* tersebut dapat diketahui ranking masing-masing atribut pelayanan per variable kualitas pelayanan dari sudut Kinerja (*Performance*) dan Harapan (*Importance*) menurut hasil skors penilaian konsumen atau responden.

Penelitian yang digunakan pada penyebaran kuesioner ini menggunakan skala Likert yang sudah dimodifikasi dimana responden memilih lima jawaban yang tersedia. Skala likert merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian (fenomena yang spesifik) seperti sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang.

Tabel 3.1 Penilaian Berdasarkan Tingkat Kepuasan

Tingkat Pelayanan	Bobot Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 3.2 Persentase Tingkat Kesesuaian

Tki(%)	Keterangan
0% - 20%	Tidak Memuaskan
21% - 40%	Kurang Memuaskan
41% - 60%	Cukup Memuaskan
61% - 84%	Memuaskan
>84%	Sangat Memuaskan

$Tki = \text{Persentase tingkat kesesuaian} / \text{tingkat kualitas pelayanan}$

Bahwasannya persentase tingkat kesesuaian / tingkat kualitas pelayanan memiliki kategori 0% - 20% untuk kualitas pelayanan tidak memuaskan, 21% - 40% untuk kualitas pelayanan kurang memuaskan, 41% - 60% untuk kualitas pelayan cukup memuaskan, 61% - 84% untuk kualitas pelayanan memuaskan, >84% untuk kualitas pelayanan sangat memuaskan.

3.6.1 Analisis Kuadran

Analisis kuadran berfungsi untuk memetakan kepuasan dan harapan pelaku transportasi terhadap beberapa indikator kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelaku transportasi. Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepuasan dan tingkat kinerja maka akan mendapatkan suatu perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya.

Tingkat kinerja merupakan hasil perbandingan skor kepuasan dan harapan pelaku transportasi. Dalam penelitian ini terdapat dua buah variable yang dipakai yaitu dimana X adalah tingkat kepuasan penumpang terhadap angkutan umum dan Y adalah tingkat harapan/kepentingan terhadap angkutan umum.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad (3-5)$$

Keterangan :

TKi = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja angkutan umum

Yi = Skor penilaian harapan/kepentingan pelaku transportasi

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor kepentingan/harapan. Factor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat ditulis dengan rumus sederhana sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n xi}{n} \quad (3-6)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{n} \quad (3-7)$$

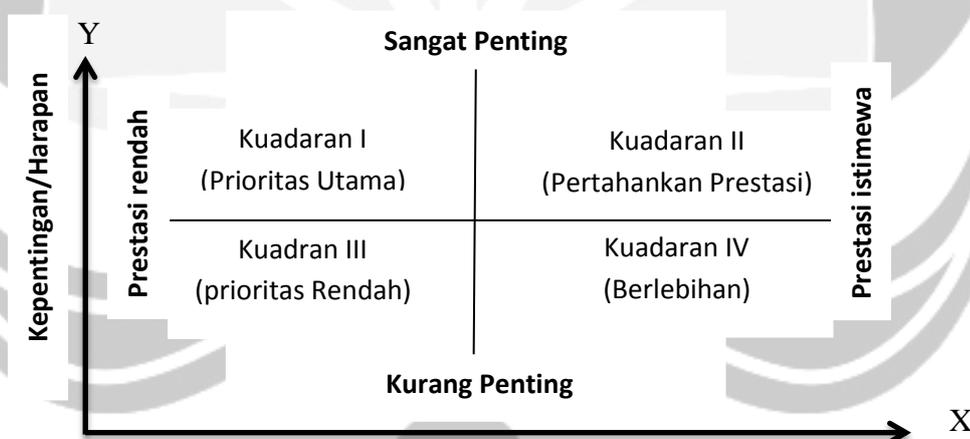
Keterangan :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat penilaian kinerja/kepuasan atribut ke-i

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat pelayanan kepentingan/harapan atribut ke-i

n = Jumlah responden

Nilai X memotong tegak lurus pada horizontal, sumbu yang mencerminkan kinerja atribut (X) sedangkan nilai (Y) memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan kepentingan atribut (Y). Setelah didapat bobot kinerja dan kepentingan atribut serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut. kemudian nilai-nilai tersebut di plot dalam diagram kartesius



Gambar 3.1 Gambar Diagram Kartesius (sumber : Supranto, 1997)

Diagram ini terdiri dari empat kuadran, yaitu :

1. Kuadran I (Prioritas Utama), kuadran ini membuat atribut-atribut pelayanan angkutan Kota yang dianggap penting oleh penumpang tetapi kenyataannya atribut tersebut belum sesuai dengan harapan penumpang, tingkat kinerja

dari atribut tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan penumpang, atribut- atribut yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih dapat ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan penumpang.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi), atribut-atribut pelayanan di daerah ini menunjukkan nilai untuk agar dapat ditingkatkan. Tingkat kepentingan yang tinggi dapat direspon baik oleh responden. Atribut yang ada di kuadran ini merupakan kekuatan atau keunggulan di mata responden.
3. Kuadran III (Prioritas Rendah), atribut pelayanan yang terdapat dipelayanan ini dianggap kurang penting oleh penumpang dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan terhadap atribut yang masuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh penumpang sangat kecil.
4. Kuadran IV (Berlebihan), kuadran ini memuat atribut-atribut pelayanan yang dianggap kurang penting oleh penumpang tetapi menunjukkan responden menerima pelayanan lebih dari apa yang diharapkan tetapi sehingga tidak menunjukkan prioritas perbaikan (berlebihan).