

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Konsep Kepuasan Penumpang

Kepuasan penumpang merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan. Kepuasan penumpang atau konsumen jasa dipengaruhi oleh interaksi mereka dengan tenaga yang memberi jasa, jenis fasilitas pelayanan, dan ciri khas dari konsumen lain yang juga menerima jasa yang sama (Hasket, 1988).

Lima prinsip dasar mengenai kepuasan konsumen jasa adalah sebagai berikut.

1. Kepuasan konsumen jasa adalah senjata strategis dan kritis yang menghasilkan peningkatan pembagian pasar dan meningkatkan keuntungan.
2. Kepuasan konsumen jasa mulai dengan pemilikan oleh manajemen perusahaan tingkat atas.
3. Kepuasan konsumen jasa melibatkan seluruh organisasi perusahaan.
4. Kepuasan konsumen jasa memiliki implikasi fundamental di keseluruhan struktur organisasi. Keseluruhan organisasi harus dibentuk untuk memuaskan konsumen.
5. Kepuasan konsumen jasa dapat dihitung, diukur dan ditelusuri. Kepuasan konsumen berhubungan dengan data.

Setiap penyedia jasa harus mengidentifikasi harapan konsumennya secara khusus agar dapat memberikan kepuasan bagi pengguna jasa. Manfaat dari

terciptanya kepuasan pengguna jasa antara lain memberikan dasar untuk melakukan pembelian ulang, terciptanya hubungan yang harmonis antara pengguna jasa dengan perusahaan, memberikan suatu rekomendasi kepada orang lain, terciptanya loyalitas konsumen, menjadi *advocator* bagi perusahaan terutama ketika reputasi perusahaan dilecehkan orang lain. Dalam tugas akhir ini digunakan metoda *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna jasa.

3.2 Kriteria Kinerja

Menurut Hendarto (2001), untuk mengukur tingkat keberhasilan atau kinerja dari sistem operasi transportasi, maka diperlukan beberapa indikator yang dapat dilihat. indikator tersebut yang pertama menyangkut ukuran kuantitatif yang dinyatakan dengan tingkat pelayanan dan yang kedua lebih bersifat kualitatif yang dinyatakan dengan mutu pelayanan.

3.2.1 Tingkat Pelayanan

Faktor-faktor yang meliputi tingkat pelayanan adalah sebagai berikut.

a) Kapasitas Angkutan

Kapasitas angkutan merupakan kemampuan suatu alat untuk memindahkan muatan atau barang dari suatu tempat ke tempat lain dalam waktu tertentu. Unsur-unsur kapasitas angkutan terdiri dari berat muatan, jarak yang ditempuh dan waktu yang dibutuhkan untuk angkutan tersebut. Peningkatan kapasitas biasanya dilakukan dengan memperbesar ukuran, mempercepat perpindahan, merapatkan penumpang, namun ada batasan-batasan yang harus

diperhatikan yaitu keterbatasan ruang gerak yang ada, keselamatan, kenyamanan dan lain-lain (Salim, 2006).

b) Aksesibilitas

Aksesibilitas menyatakan tentang kemudahan orang dalam menggunakan suatu sarana transportasi tertentu dan bisa berupa fungsi dari jarak maupun waktu. Suatu sistem transportasi sebaiknya bisa diakses secara mudah dari berbagai tempat dan pada setiap saat untuk mendorong orang menggunakannya dengan mudah.

3.2.2 Kualitas Pelayanan

Dasar minimal sebuah pelayanan yang didapatkan oleh seluruh rakyat Indonesia tertuang dalam Undang-undang (UU) No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah Pasal 11 ayat (4) yang berbunyi Penyelenggaraan urusan pemerintahan yang bersifat wajib berpedoman pada Standar Pelayanan Minimal (SPM) dilaksanakan secara bertahap dan ditetapkan oleh pemerintah.

Pada Peraturan Pemerintah No. 65 Tahun 2005 Pasal 1 Ayat 6 berbunyi Standar Pelayanan Minimal (SPM) adalah suatu ketentuan tentang jenis dan mutu pelayanan dasar yang merupakan urusan wajib bagi yang berhak diperoleh setiap warga secara minimal. Kewajiban suatu perusahaan kereta api untuk memenuhi standar pelayanan minimal diatur dalam Peraturan Menteri No. 48 Tahun 2015 meliputi keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan, kesetaraan dan keteraturan. Uraian standar pelayanan minimal lebih lanjut dijelaskan pada [lampiran](#).

3.3 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian jumlah dan karakteristik dari populasi yang hendak dijadikan suatu penelitian. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi, hal seperti ini dikarenakan adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu, maka oleh sebab itu peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi. Sampel yang akan diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representatif atau dapat mewakili.

Dalam buku *Research Methods for Business* (1982:253), Roscoe memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian, yakni sebagai berikut.

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misal: pria wanita, pegawai negeri swasta, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variable yang diteliti. Misal variable penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Sampel yang terlalu kecil dapat menyebabkan penelitian tidak dapat menggambarkan kondisi populasi yang sesungguhnya. Sebaliknya, sampel yang terlalu besar dapat mengakibatkan pemborosan biaya penelitian. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla dkk, 1993), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots(3 - 1)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Untuk menggunakan rumus ini, pertama ditentukan berapa batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya, penelitian dengan batas kesalahan 5% berarti memiliki tingkat akurasi 95%. Dengan jumlah populasi yang sama, semakin kecil toleransi kesalahan, semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan.

3.4 Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut Supranto (2001) *Importance Performance Analysis* atau analisis kepentingan dan kinerja kepuasan pelanggan merupakan metode analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk barang atau jasa.

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis*. *Importance Performance Analysis* digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut tersebut.

IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi tentang faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitasnya, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu diperbaiki karena pada saat ini belum memuaskan.

Gap (+) positif akan diperoleh apabila skor persepsi lebih besar dari skor harapan, sedangkan apabila skor harapan lebih besar daripada skor persepsi akan diperoleh gap (-) negatif. Semakin tinggi skor harapan dan semakin rendah skor persepsi, berarti gap semakin besar. Apabila total gap positif maka pelanggan dianggap sangat puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut. Sebaliknya bila tidak, gap adalah negatif, maka pelanggan kurang/tidak puas terhadap pelayanan. Semakin kecil gapnya semakin baik. Biasanya perusahaan dengan tingkat pelayanan yang baik, akan mempunyai gap yang semakin kecil (Irawan, 2002).

Dalam *Importance Performance Analysis* (Analisis Kepentingan-Kinerja) ada 2 perhitungan dalam mencari *gap* analisis, yaitu mencari tingkat kesesuaian dan diagram kartesius.

3.4.1 Mencari Tingkat Kesesuaian

Dalam metode ini pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan/konsumen merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor persepsi dengan skor yang diharapkan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut mulai dari urutan yang sangat sesuai dengan tidak sesuai. Terdapat dua hal yang dapat terjadi dalam tingkat kesesuaian:

1. apabila kinerja (persepsi) di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa dan tidak puas (Supranto, 2006).
2. apabila kinerja (persepsi) sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas (Supranto, 2006)

Kriteria penilaian tingkat kesesuaian pelanggan:

1. tingkat kesesuaian pelanggan $> 100\%$, berarti kualitas layanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh pelanggan à pelayanan sangat memuaskan,
2. tingkat kesesuaian pelanggan $= 100\%$, berarti kualitas layanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan à pelayanan telah memuaskan,

3. tingkat kesesuaian pelanggan < 100% berarti kualitas layanan yang diberikan kurang/tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan à pelayanan belum memuaskan.

Dalam tingkat kesesuaian < 100% dapat dijelaskan lagi sebagai berikut.

- 0 – 32 % à Pelanggan Sangat Tidak Puas
- 33 – 65% à Pelanggan Tidak Puas
- 66 – 99% à Pelanggan Kurang Puas

Rumus yang digunakan untuk menghitung tingkat kesesuaian adalah:

$$T_{ki} = \frac{\sum X_i}{\sum Y_i} \times 100\% \dots\dots\dots(3-2)$$

Keterangan:

T_{ki} = Tingkat kesesuaian responden/pelanggan

$\sum X_i$ = Skor penilaian kinerja

$\sum Y_i$ = Skor penilaian harapan responden

Analisis kesesuaian dilakukan dengan menghitung tingkat kesesuaian terlebih dahulu, lalu menghitung nilai rata-rata harapan dan persepsi untuk masing-masing pernyataan (faktor). Faktor-faktor tersebut diperingkatkan kemudian dikelompokkan menjadi empat bagian kuadran dalam diagram kartesius.

3.4.2 Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangun dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y) dimana X merupakan rata-rata tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan

seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran.

Langkah pertama untuk analisis kuadran dalam diagram kartesius adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan/harapan dan kinerja untuk setiap atribut/ Pernyataan dengan rumus :

$$\begin{aligned}\bar{X}_i &= \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n} \\ \bar{Y}_i &= \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}\end{aligned} \dots\dots\dots (3-3)$$

Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan/harapan dan kinerja untuk keseluruhan atribut/ Pernyataan dengan rumus:

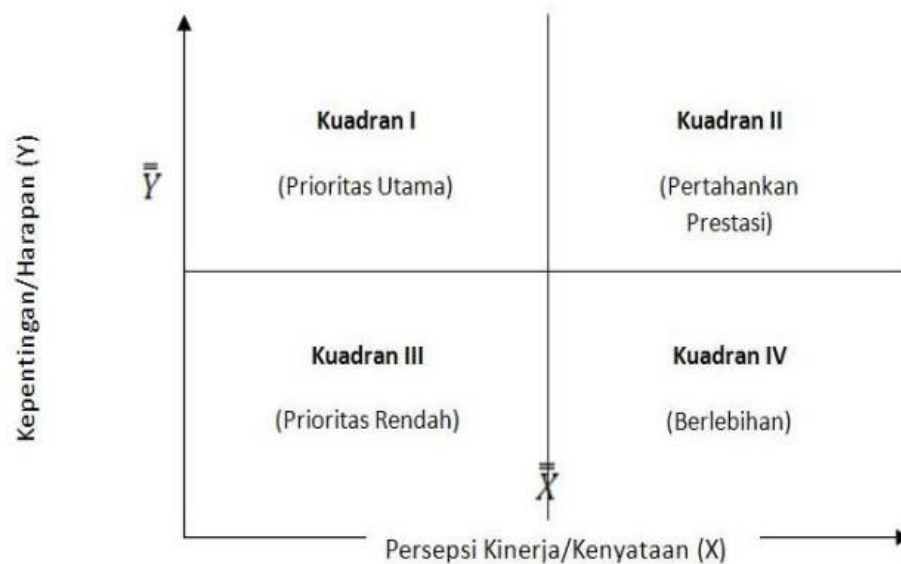
$$\begin{aligned}\bar{\bar{X}} &= \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n} \\ \bar{\bar{Y}} &= \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n}\end{aligned} \dots\dots\dots (3-4)$$

Keterangan:

$\bar{X}_i$ = bobot rerata tingkat penilaian kinerja atribut/ Pernyataan ke-i
 $\bar{Y}_i$ = bobot rerata tingkat penilaian kepentingan atribut/ Pernyataan ke-i
 n = jumlah responden

Nilai $\bar{\bar{X}}$ ini memotong tegak lurus pada sumbu horisontal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut/ Pernyataan kinerja (X) sedangkan nilai $\bar{\bar{Y}}$ memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut/ Pernyataan kepentingan/harapan, setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut/ Pernyataan serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut/ Pernyataan,

kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Diagram Kartesius

Diagram ini terdiri atas empat kuadran (Supranto, 2001), yakni sebagai berikut.

Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran ini memuat atribut-atribut/ Pernyataan yang dianggap penting oleh pengunjung tetapi pada kenyataannya atribut-atribut/ pernyataan tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat kinerja dari atribut/ pernyataan tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pelanggan terhadap atribut/ pernyataan tersebut. Atribut-atribut/ pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan pelanggan.

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut-atribut/ pernyataan ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa atribut/ pernyataan tersebut penting dan memiliki

kinerja yang tinggi. Dan wajib dipertahankan untuk waktu selanjutnya karena dianggap sangat penting/diharapkan dan hasilnya sangat memuaskan.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut/ Pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa/biasa saja. Maksudnya atribut-atribut/ pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan/harapan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang baik oleh pelanggan. Perbaikan terhadap atribut/ pernyataan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat atribut/ pernyataan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan itu besar atau kecil dan juga untuk mencegah atribut/ pernyataan tersebut bergeser ke kuadran I.

Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini atribut-atribut/ pernyataan ini memiliki tingkat harapan rendah menurut pelanggan akan tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa atribut/ pernyataan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini dikarenakan pelanggan menganggap tidak terlalu penting/kurang diharapkan terhadap adanya atribut/ pernyataan tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali.

3.5 Teori Uji Kuisisioner

3.5.1 Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler, dalam Zulganef, 2006).

Sedangkan menurut Sugiharto dan Sitinjak (2006), validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Suatu tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.

Sisi lain dari pengertian validitas adalah aspek kecermatan pengukuran. Suatu alat ukur yang valid dapat menjalankan fungsi ukurnya dengan tepat, juga

memiliki kecermatan tinggi. Arti kecermatan disini adalah dapat mendeteksi perbedaan-perbedaan kecil yang ada pada atribut yang diukurnya.

Dalam pengujian validitas terhadap kuesioner, dibedakan menjadi 2, yaitu validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur bila item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor (antara faktor satu dengan yang lain ada kesamaan). Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor).

Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Jika digunakan lebih dari satu faktor berarti pengujian validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor faktor, kemudian dilanjutkan mengkorelasikan antara skor item dengan skor total faktor (penjumlahan dari beberapa faktor).

Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots (3 - 5)$$

Keterangan:

r_{xy} = korelasi *product moment*

n = jumlah uji coba

ΣX = jumlah skor variable X (skor item)

ΣY = jumlah skor variabel Y (total skor seluruh item)

ΣX^2 = jumlah skor kuadrat variabel X

ΣY^2 = jumlah skor kuadrat variabel Y

ΣXY = jumlah perkalian variabel X dengan variabel Y

3.5.2 Reabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang berarti hal yang dapat dipercaya (tahan uji). Apabila suatu tes memberikan data hasil yang ajeg (tetap) maka dapat dikatakan tes tersebut memiliki reliabilitas tinggi walaupun diberikan pada waktu yang berbeda kepada responden yang sama. Reliabilitas sering disebut dengan keterpercayaan, keterandalan, keajegan, konsistensi, kestabilan dan sebagainya. Reliabilitas adalah ketepatan alat ukur. Reliabilitas lebih mudah dimengerti dengan memperhatikan aspek pemantapan, ketepatan dan homogenitas. Suatu instrumen dianggap reliabel apabila instrumen tersebut dapat dipercaya sebagai alat ukur data penelitian (Fred. N Kerlinger, 1973).

Teknik perhitungannya tergantung pada banyaknya belahan, bentuk serta sifat alat ukurnya. Ada beberapa tes tunggal untuk menentukan koefisien reliabilitas. Pada tugas akhir ini tes tunggal yang digunakan adalah *Cronbach*

Alpha. Rumus menghitung koefisien reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(\frac{s_r^2 - \sum s_i^2}{s_x^2} \right) \dots\dots\dots (3-6)$$

$$s_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \dots\dots\dots (3-7)$$

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha*

K = jumlah pertanyaan yang diuji

$\sum s_i$ = jumlah varians skor item

s_x^2 = varians skor-skor tes (seluruh item K)

Koefisien reliabilitas menurut Guilford (Ruseffendi, 2005:160) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Koefisien Reliabilitas

Nilai	Keterangan
$\alpha < 0,20$	Sangat rendah
$0,20 \leq \alpha < 0,40$	Rendah
$0,40 \leq \alpha < 0,70$	Sedang
$0,70 \leq \alpha < 0,90$	Tinggi
$0,90 \leq \alpha < 1,00$	Sangat tinggi

Sumber: Dasar-dasar penelitian Pendidikan & Bidang Non-Eksata Lainnya

Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Nilai lebih dari 0,6 instrumen kuesioner dinyatakan dapat dipercaya (reliabel).

