

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Konsep Kepuasan Penumpang atau Pelanggan**

Kepuasan penumpang adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang (Kotler, 2009 : p 139).

Harga, kualitas pelayanan, kualitas produk menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan akan dapat terpenuhi atau terlampaui melalui suatu transaksi yang akan mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan terhadap produk tersebut. Dalam Tugas Akhir ini digunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk mengukur kepuasan pelanggan.

#### **3.2 Kriteria Kinerja**

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 dan dinyatakan dengan mutu pelayanan (Nasution, 2003).

### 3.2.1. Faktor Tingkat Pelayanan

Nasution (2003) menjelaskan bahwa ada dua faktor tingkat pelayanan, antara lain yaitu :

#### 1. Kapasitas

Kapasitas dinyatakan sebagai jumlah penumpang yang biasa dipindahkan dalam satu waktu tertentu. 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.

#### 2. Aksebilitas

Aksebilitas 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. Faktor Kualitas Pelayanan

Standar Pelayanan Minimum (SPM) adalah ukuran minimum pelayanan yang harus dipenuhi oleh penyedia layanan dalam memberikan pelayanan kepada pengguna jasa. Dalam SPM juga harus dilengkapi dengan tolak ukur sebagai pedoman penyelenggaraan dan acuan penilaian kualitas pelayanan.

Dasar minimal sebuah pelayanan yang didapatkan oleh seluruh rakyat Indonesia tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 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 Republik Indonesia Nomor 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 Perhubungan No. 48 Tahun 2015 meliputi keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan, kesetaraan dan keteraturan. Uraian standar pelayanan minimal lebih lanjut dijelaskan pada lampiran 6.

### **3.3 Sampel Penelitian**

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang di teliti. Jika kita hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel (Arikunto, 2006 : 131). Sedangkan menurut Nana Sudjana dan Ibrahim (2004 : 85) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi terjangkau yang memiliki sifat yang sama dengan populasi.

Dari kedua pendapat tersebut dapat di simpulkan bahwa sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Atau sampel juga biasa disebut sebagai bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu yang dapat mewakili populasinya. Sampel digunakan jika populasi yang di teliti besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh

populasi. Kendala tersebut dapat terjadi karena adanya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang di miliki peneliti.

Dari buku *Research Methods for Business* (1982:253), diberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian, seperti berikut :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 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 di teliti. Missal 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.

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan sampel 10 %

Diketahui jumlah penumpang Kereta Api Bandara Internasional Soekarno-Hatta per hari 2000-2500 penumpang. Sehingga di peroleh sampel sejumlah :

$$n = \frac{2500}{1 + 2500(0,1)^2}$$
$$= 96,15$$

Dari perhitungan diatas maka jumlah responden yang akan diambil adalah sebanyak 96, namun untuk meminimalisir kesalahan sampel, peneliti menambah jumlah sampel menjadi 130 responden.

### **3.4 Teori Uji Kuesioner**

#### **3.4.1. Uji Validitas**

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam pengujian instrumen pengumpulan data, validitas bisa dibedakan menjadi 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), sedangkan pengukuran validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item.

Pada pembahasan ini akan dibahas untuk metode pengujian validitas item. 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. Bila kita menggunakan 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. Atau jika melakukan penilaian langsung terhadap koefisien korelasi, bisa digunakan batas nilai minimal korelasi 0,30. Menurut Azwar (1999) semua item yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 daya pembedanya dianggap memuaskan. Tetapi Azwar mengatakan bahwa bila jumlah item belum mencukupi kita bisa menurunkan sedikit batas kriteria 0,30 menjadi 0,25 tetapi menurunkan batas kriteria di bawah 0,20 sangat tidak disarankan. Untuk pembahasan ini dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi dengan kriteria menggunakan r kritis pada taraf signifikansi 10)% (signifikansi 0,1).

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

$r_{xy}$  = korelasi *product moment*

N = jumlah uji coba

$\sum X$  = jumlah skor variabel X (skor item)

$\sum Y$  = jumlah skor variabel Y (total skor seluruh item)

$\sum X^2$  = jumlah skor kuadrat variabel X

$\Sigma Y^2$  = jumlah skor kuadrat variabel Y

### 3.4.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata reliability. Menurut Sumadi Suryabrata (2004: 28) reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan.

Reliabilitas, atau keandalan, adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai). Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda. Berikut adalah langkah-langkahnya :

1. Mencari harga-harga varian setiap item

$$\sigma_b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \dots \dots \dots (3 - 3)$$

Keterangan :

$\sigma_b^2$  = skor rata-rata tingkat kerja

$\Sigma X^2$  = jumlah skor kuadrat variabel X

$\Sigma X$  = jumlah skor variabel X (skor item)

N = jumlah uji coba

## 2. Mencari varians total

$$\sigma_t^2 = \frac{\Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{N}}{N} \dots \dots \dots (3 - 4)$$

Keterangan :

$\sigma_t^2$  = varians total

$\Sigma Y^2$  = jumlah skor kuadrat variabel Y

$\Sigma Y$  = jumlah skor variabel Y (total skor seluruh item)

N = jumlah uji coba

## 3. Rumus Alpha Cronbach

$$r^{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\Sigma \sigma b^2}{\sigma_t^2} \right) \dots \dots \dots (3 - 5)$$

Keterangan :

$r^{11}$  = reliabilitas

k = banyaknya butir item

$\Sigma \sigma b^2$  = jumlah skor tingkat kerja

$\sigma_t^2$  = varians total

Tabel 3.1 Koefisien Reliabilitas

Nilai	Keterangan
$r_{11} < 0,20$	Sangat rendah
$0,20 \leq r_{11} < 0,40$	Rendah
$0,40 \leq r_{11} < 0,70$	Sedang
$0,70 \leq r_{11} < 0,90$	Tinggi
$0,90 \leq r_{11} < 1,00$	Sangat tinggi

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai  $r_{xx}$  mendekati angka 1. Harga indeks reliabilitas menurut Nurgiyantoro, B dkk (2000), harga indeks paling tidak harus mencapai 0,85 atau bahkan 0,90.

### **3.5 Importance Performance Analysis (Analisis Kepentingan-Kinerja)**

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. *Importance Performance Analysis* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003). *Importance Performance Analysis* mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor

pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Gap (+) positif akan diperoleh apabila skor persepsi lebih besar dari skor harapan, 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 total gap (-) negatif, maka pelanggan kurang/tidak puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut. Semakin kecil gapnya semakin baik. Biasanya perusahaan dengan tingkat pelayanan yang baik, akan mempunyai gap yang semakin kecil (Irawan, 2002).

Dalam mencari gap analisis *Importance Performance Analysis* terdapat 2 perhitungan, yaitu mencari tingkat kesesuaian dan diagram Kartesius.

### **3.5.1. 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 sampai 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 :

$$TK_i = \frac{\sum X_i}{\sum Y_i} \times 100\% \dots \dots \dots (3 - 6)$$

Keterangan :

$TK_i$  = tingkat kesesuaian responden

$\sum X_i$  = 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 diperingatkan kemudian dikelompokkan menjadi empat bagian dalam diagram Kartesius.

### 3.5.2. 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 :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n} \dots\dots\dots(3-7)$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n} \dots\dots\dots(3-8)$$

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

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n} \dots\dots\dots(3-9)$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{n} \dots\dots\dots(3-10)$$

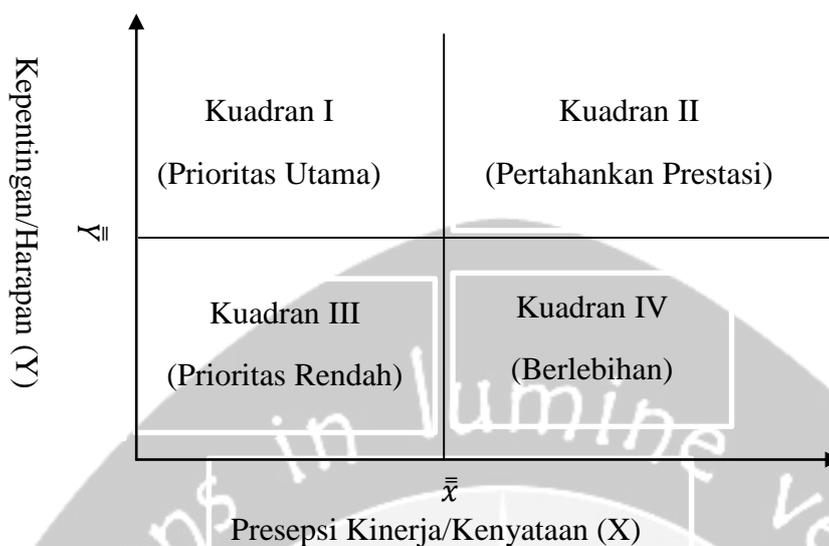
Dimana :

$\bar{X}_i$  = bobot rerata tingkat kinerja atribut/pertanyaan ke-i,

$\bar{Y}_i$  = bobot rerata tingkat penilaian kepentingan atribut/pertanyaan ke-i,

$n$  = jumlah responden.

Nilai  $\bar{x}$  ini memotong tegak lurus pada sumbu horisontal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut/pernyataan kinerja (X) sedangkan nilai  $\bar{Y}$  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) :**

**Kuadran I (Prioritas Utama)**

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

**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 penumpang 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 penumpang. Perbaikan terhadap atribut/ pernyataan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat atribut/ pernyataan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh penumpang itu besar atau kecil dan juga untuk mencegah atribut/ pernyataan tersebut bergeser ke kuadran I.

**Kuadran IV (Berlebihan)**

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