

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### **6.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah:

1. Tingkat kepuasan penumpang berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan (*reliability, assurance, tangibles, emphaty, responsiveness*) yaitu dimensi assurance merupakan salah satu dimensi yang perlu mendapat perhatian khusus dari manajemen Kapsul Bus Koja Trans koridor 1B karena SERVQUAL Score sebesar 0,02 paling rendah dibandingkan dimensi lainnya. selanjutnya yaitu dimensi reliability dengan SERVQUAL Score sebesar 0,1 yang perlu mendapatkan perhatian khusus manajemen Kapsul Bus Koja Trans koridor 1B dimana dimensi ini meliputi perjalanan yang relatif cepat dan singkat. Selanjutnya dimensi tangible dengan SERVQUAL Score sebesar 0,13 dimana dimensi ini perlu diperhatikan oleh manajemen Kapsul Bus Koja Trans koridor 1B meliputi pelayanan dan fasilitas berupa kenyamanan, keamanan dan ketenangan penumpang, baik di ruang tunggu halte maupun di dalam bus. Dimensi berikutnya yaitu dimensi Emphaty dengan SERVQUAL Score sebesar 0,18 yang meliputi informasi jasa layanan, pelayanan yang cepat tanggap , keramahan karyawan yang perlu mendapat perhatian manajemen Kapsul Bus Koja Trans koridor 1B. Dimensi terakhir yang perlu mendapatkan perhatian manajemen Kapsul Bus Koja Trans koridor 1B yaitu dimensi

responsiveness dengan SERVQUAL Score sebesar 0,3 dimana dimensi ini meliputi kemudahan akses tiket bus Koja Trans koridor 1B.

2. Tingkat kepuasan penumpang diukur dengan GAP menunjukkan bahwa Nilai SERVQUAL menggambarkan tingkat pelayanan yang telah diberikan yaitu sebesar 0,15 yang bisa dilihat pada tabel dibawah ini. Nilai SERVQUAL telah memenuhi harapan penumpang. Nilai ASC sebesar 103,7% menunjukkan bahwa manajemen Kapsul Bus Koja Trans bisa koridor 1B memenuhi 103,7% harapan penumpang. Pihak manajemen harus mempertahankan agar GAP tetap kecil dan dapat terus memenuhi harapan penumpang.

## **6.2 Saran**

Meninjau dari penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat penulis berikan:

1. Untuk manajemen PT. Multi Inti Digital Transportasi agar tetap mempertahankan kualitas pelayanan sembari meningkatkan teknologi pendukung kenyamanan bagi pengguna Kapsul Bus Koja Trans koridor 1B seperti tersedianya opsi pembelian karcis selain diloket atau aplikasi, misal di gerai-gerai retail seperti Alfamart, Indomaret dan sejenisnya
2. Selain itu, disediakan kemudahan dalam pembelian karcis di halte-halte yang tersebar disepanjang rute Kapsul Bus Koja Trans koridor 1B dengan petugas pendamping bagi pengguna yang belum memiliki aplikasi ataupun pengguna baru, agar lebih praktis serta memudahkan masyarakat yang belum sepenuhnya paham teknologi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Barnes. 2003. *Secret of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Craven,1996. *Pemasaran Strategi*. Jakarta: Erlangga.
- Edric & Najid. 2018. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Bus Transjakarta (Studi kasus Taman Mini Garuda Koridor IX). Laporan Tugas Akhir Universitas Taruma Negara.
- Fathonah .2016. Analisis Kepuasan Penumpang Terhadap Kapsul bus Koja Trans koridor 1B. Laporan Tugas Akhir Universitas Negeri Yogyakarta
- Fenny dkk. 2014. Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Bus Trans Jogja Di PT.Anindiya Mitra Internasional. Laporan Tugas Akhir Universitas Kristen Indonesia.
- Kotler, 2005. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Sepuluh*. Jakarta; PT Prehellindo.
- Lupiyoadi, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.
- Magal & levenburg, 2005. *Using Importance Performance Analysis to evaluate e-business Strategies among small businesses. Proceedings of the 38 Hawaii Internasional Conference on system Science*.
- Martines, 2003. *Evaluation Report: Tools Cluster Networking Meeting #1. Centerpoint Institute Inc. Arizona*.
- Maxtilla & james .1997. *Importance Performance Analysis. Journal of Marketing. vol 41 no.1*
- Menteri Perhubungan No. KM 35 tahun 2003, tentang penyelenggaraan angkutan orang di jalan dengan kendaraan umum.
- Parasuraman, dkk .1998. *Servqual : Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing. Vol. 64*.
- Rangkuti. 2002, *Teknik Mengukur Dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dan Analisis PLN-JP.PT*.
- Roscoe, 1982. *Research Methods For Business*. New York; Mc Graw Hill.

- Sabar. 2007, *Pengantar Metodologi Penelitian*. FKIP Universitas Muria Kudus.
- Salim, Abbas. 2000, *Manajemen Transportasi*, Cetakan Pertama Edisi Kedua, Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Sevilla dkk, 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: UI Press.
- Suparto, 2011. *Manajemen Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Supranto, 2006, *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan atau Konsumen*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Trisno. Musanto, 2004. *Faktor – Faktor kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Pada CV.Sarana Media Advertising Surabaya* *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol.6,No.2, Hal 123 – 136.
- Warpani,1990. *Merencanakan Sistem Perangkutan*. Bandung: ITB