

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Konsep Kepuasan Penumpang**

Dalam Skripsi ini yang dibahas adalah tentang kepuasan penumpang terhadap pelayanan jasa angkutan umum antar kota dalam provinsi. Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang sesuai dengan harapan penumpang. Kepuasan merupakan respon dari penumpang terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja yang telah dirasakannya. Jadi tingkat kepuasan penumpang merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan mengalami kekecewaan. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Apabila kinerja melebihi harapan maka penumpang akan sangat puas. Harapan dapat terbentuk dari pengalaman masa lampau, komentar orang lain, janji, dan informasi pasar yang ada. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan penumpang. Untuk menciptakan kepuasan penumpang, penyedia jasa harus mempertahankan pelayanan dan meningkatkannya untuk dapat memuaskan pengguna jasa angkutan umum.

Sebuah perusahaan mempunyai tujuan utama memberikan kepuasan bagi konsumen. Puas atau tidaknya seorang pembeli akan keputusan pembeliannya tergantung pada kinerja tawaran yang akan berhubungan dengan harapan pembeli terhadap barang atau jasa yang dibelinya. Ada keterkaitan yang erat antara konsep kepuasan penumpang, kualitas jasa, dan nilai pelanggan.

Ada beberapa manfaat yang akan tercipta dari kepuasan penumpang, diantaranya memberikan dasar untuk melakukan pembelian ulang, akan tercipta hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan suatu rekomendasi kepada orang lain, dan terciptanya loyalitas konsumen, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Metode dengan mengukur kepuasan pelanggan yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah survei kepuasan pelanggan dengan metode *Importance Performance analysis (IPA)*.

### **3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). 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).

Saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini.

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori ( misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel tiap 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 variabel yang diteliti, misalnya variabel penelitian 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel adalah  $10 \times 5 = 50$ .
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol maka jumlah anggota sampel masing-masing kelompok antara 10 s/d 20 (Roscoe dalam Sugiyono, 2010)

### **3.3 Teori Uji Kuisisioner**

#### **3.3.1 Uji Validitas**

Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas akan dilakukan dengan metode person atau metode korelasi product moment yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan pada kuisisioner dengan skor total. Setelah semua korelasi 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). Adapun rumus korelasi product moment adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY \cdot (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[(\sum X^2 - (\sum X)^2) \cdot (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}} \quad (3 - 1)$$

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

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

$\Sigma XY$  = jumlah perkalian variabel X dengan variabel Y

### 3.3.2 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 yang sebenarnya.

Adapun rumus alfa Cronbach :

$$r_i = \frac{K}{(K - 1)} \left( 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right) \quad (3 - 2)$$

Dimana:

$r_i$  = reliabilitas

K = jumlah pertanyaan (item)

$\sum s_i^2$  = mean kuadrat kesalahan

$s_t^2$  = varians skor total

### **3.4 Importance Performance Analysis (IPA)**

Para peneliti menentukan 5 faktor yang menentukan kualitas pelayanan yaitu :

1. Bukti langsung (Tangible) yaitu tersedianya fasilitas fisik, peralatan, tenaga kerja, dan alat komunikasi.
2. Keandalan (Reliability) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan dapat dipercaya.
3. Daya tanggap (Responsiveness) yaitu keinginan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat.
4. Jaminan (Assurance) yaitu pengetahuan dan sopan santun karyawan serta kemampuan untuk menunjukkan tanggung jawab dan percaya diri.
5. Empati (Empathy) yaitu kesediaan untuk menunjukkan simpati dan perhatian kepada konsumen.

Menurut Kotler ( dalam Kotler, 2000, hal.439), salah satu instrument untuk menilai ke lima elemen kualitas pelayanan diatas dan menilai apakah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sudah sesuai antara Kinerja (*Performance*) perusahaan dengan Harapan (*Importance*) konsumen serta menentukan langkah yang diperlukan untuk memperbaikinya adalah dengan *Importance Performance Analysis*. Dari *importance performance analysis* tersebut dapat diketahui ranking masing-masing atribut pelayanan per variabel kualitas pelayanan dari sudut Kinerja ( *Performance*) dan Harapan ( *Importance*) menurut hasil skors penilaian konsumen atau responden.

*Important performance analysis* terdiri dari dua komponen yaitu

### **3.4.1 Analisis Kesenjangan (GAP)**

Analisis kesenjangan (gap) digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja suatu atribut dengan harapan pelaku transportasi terhadap atribut tersebut. Perhitungan tingkat kesenjangan dapat diketahui dengan skor rata-rata tingkat kepuasan ( $x'$ ) dan kepentingan ( $y'$ ) dari masing-masing pertanyaan, dimana dengan mengetahui nilai  $x'$  dan  $y'$  maka nilai gap/kesenjangan antara masing-masing variabel pertanyaan yang mempengaruhi tingkat kepuasan responden dengan mencari nilai selisih antara kepuasan ( $x'$ ) dan kepentingan ( $y'$ ).

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Gap (G)} = x' - y'$$

Dimana :

Gap = analisis kesenjangan,

$x'$  = skor rata-rata tingkat kepuasan,

$y'$  = skor rata-rata tingkat kepentingan.

Melakukan analisa kesenjangan dapat dilakukan dengan syarat-syarat berikut ini :

- Jika  $G < 0$  = kualitas yang diharapkan penumpang lebih tinggi daripada kualitas pelayanan yang dirasakan penumpang, maka perusahaan terkait perlu meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan.

- Jika  $G > 0$  = kualitas yang diharapkan penumpang lebih rendah daripada kualitas pelayanan yang dirasakan penumpang, maka perusahaan terkait telah dianggap memberikan kinerja dan kualitas pelayanan yang baik.
- Jika  $G = 0$  = kualitas yang diharapkan penumpang sama dengan kualitas pelayanan yang dirasakan penumpang, maka perusahaan terkait telah memberikan pelayanan yang baik namun perlu peningkatan.

### 3.4.2 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 dihasilkan suatu perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kinerja adalah hasil perbandingan skor kepuasan dan harapan pelaku transportasi. Dalam penelitian ini terdapat dua buah variabel yang digunakan yaitu dimana X merupakan tingkat kepuasan penumpang terhadap angkutan umum dan Y adalah tingkat harapan/kepentingan terhadap angkutan umum.

Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$TKI = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \quad (3 - 3)$$

Dimana :



$T_{ki}$  = Tingkat kesesuaian responden

$X_i$  = Skor penilaian kinerja angkutan umum

$Y_i$  = Skor penilaian harapan/kepentingan pelaku transportasi

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu (Y) tegak akan diisi oleh skor kepentingan/harapan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan :

$$Y_i = \frac{\sum_{i=1}^i Y_i}{n} \quad (3 - 4)$$

$$X_i = \frac{\sum_{i=1}^i X_i}{n} \quad (3 - 5)$$

Dimana :

$X_i$  = rata-rata tingkat penilaian kinerja/kepuasan atribut ke i

$Y_i$  = rata-rata tingkat pelayanan kepentingan/harapan atribut ke-i

$n$  = jumlah responden

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

$$Y_i = \frac{\sum_{i=1}^i Y_i}{K} \quad (3 - 6)$$

$$X_i = \frac{\sum_{i=1}^i X_i}{K} \quad (3 - 7)$$

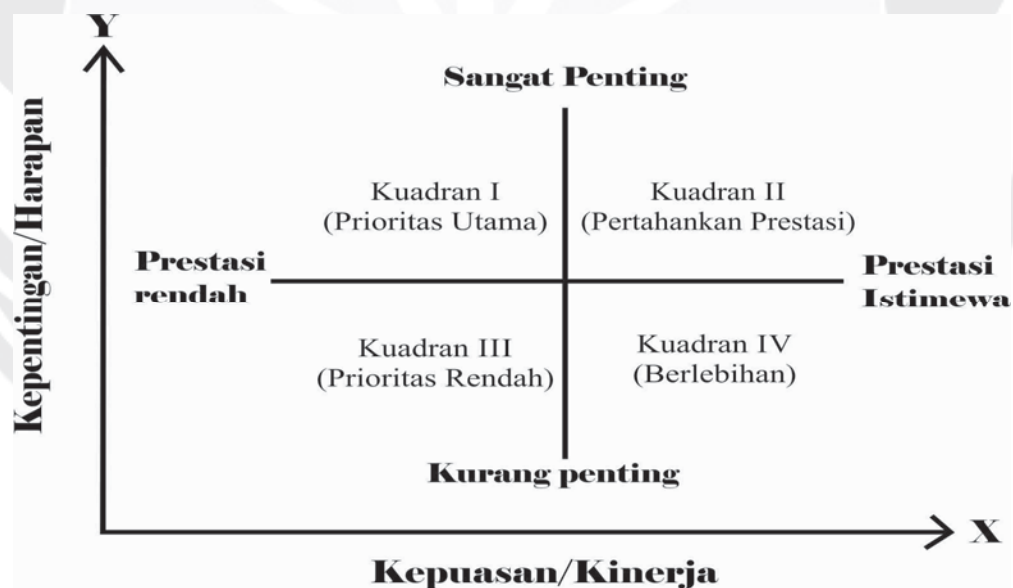
Dimana :

$X_i$  = rata – rata tingkat penilaian kinerja/kepuasan atribut ke  $i$

$Y$  = rata – rata tingkat pelayanan kepentingan /harapan atribut ke  $i$

$K$  = jumlah atribut/pertanyaan dalam kuisisioner

Nilai  $X$  memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yakni sumbu yang mencerminkan kinerja atribut ( $X$ ) sedangkan nilai ( $Y$ ) memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan kepentingan atribut ( $Y$ ). Setelah diperoleh 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 Diagram Kartesius

(Sumber: Supranto,1997)

Diagram ini terdiri dari empat kuadran, yaitu :

1. Kuadran I (Prioritas Utama), kuadran ini memuat 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 pengunjung 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).

### **3.5 Profil Bus Antarkota Dalam Provinsi (AKDP) Metro Permai**

Pada tahun 2009, P.O Metro Permai didirikan oleh Bpk. Iwanto Sappai dan mulai menjalankan bisnis jasa transportasi dengan mengandalkan 2 unit bus Mercedes Benz yang melayani rute antar kota, yaitu Toraja - Makassar PP. Saat ini Metro permai telah memiliki 15 unit bus yang keseluruhannya menggunakan produk Mercedes Benz. Bus Metro Permai berangkat setiap jam 10 pagi dan jam 10 malam dengan waktu tempuh sekitar 7 sampai dengan 9 jam ke Makassar.

PO. Metro Permai mempunyai komitmen untuk melayani masyarakat pengguna jasa angkutan umum bus Antar Kota Dalam Provinsi ( AKDP ) serta dengan sungguh-sungguh memberikan pelayanan yang dibutuhkan penumpang dan motto usaha yang mengutamakan kepuasan dan kenyamanan pelanggan.

Keunggulan dan nilai tambah dari Bus Metro Permai terletak pada kreatifitas dan inovasi dalam mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi terhadap keinginan maupun kebutuhan pelanggan. Desain interior maupun eksterior menawarkan kenyamanan serta kepuasan penumpang dalam perjalanan.

( Sumber dari Bpk Iwanto, Dirut Metro Permai )