



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KAMPUS UNGU

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS JASA PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT PENGGUNA
TRANSJAKARTA BUSWAY KORIDOR II
PADA PEMDA DKI JAKARTA**

THESIS

**Diajukan Sebagai Persyaratan untuk
Memperoleh gelar Magister Manajemen**

Oleh:

Nama: Hardianawati

NPM : 00760049

**PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KAMPUS UNGU
JAKARTA
2008**

PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sungguh-sungguhnya bahwa Tesis yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dari Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tesis yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tesis ini, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya, sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Jakarta, 16 Juli 2008



Hardianawati

007060049

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis ini telah disetujui
Untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji
Program Magister Manajemen

Jakarta, 15 Agustus 2008

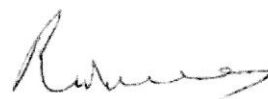
Menyetujui,

Pembimbing I



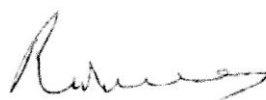
(Mukhammad Najib, STP, MM)

Pembimbing II



(Prof. Dr. Rudy C. Tarumingkeng)

Ketua Program



Prof. Dr. Rudy C. Tarumingkeng

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN TESIS

Tesis ini telah diujikan dalam Komprehensif pada:

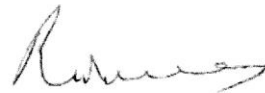
hari : Kamis
tanggal : 29, Agustus 2008
dinyatakan : Lulus
dengan nilai : A

PANITIA PENGUJI TESIS

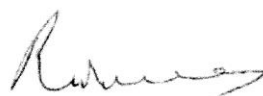
Pembimbing I : **Mukhammad Najib, STP, MM**


.....

Pembimbing II : **Prof. Dr. Rudy C. Tarumingkeng**


.....

Ketua Program



UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrohmanirrohim

Assallamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan segala Puji dan Syukur Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang diberi judul “Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 Pada Pemda DKI Jakarta.

Adapun maksud penyusunan Tesis ini sebagai Persyaratan untuk Memperoleh gelar Magister Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu, Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan, baik secara langsung maupun tidak langsung demi tersusunnya tesis ini kepada:

1. Ibu Tanya Tilaar, MBA, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu (STIE-KU).
2. Bapak Prof. DR. Ir. C. Tarumingkeng, Phd selaku Ketua Program Pascasarjana Magister Manajemen (S-2) dan sekaligus sebagai Pembimbing I dalam penulisan tesis ini. Terima kasih atas kesabaran Bapak dalam membimbing penulis, Beliau yang telah mengajarkan penulis dalam bidang Jurnal Elektronik pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu (STIE-KU).

3. Ibu Angelica Tengker, S.Psi, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Niaga dan Sekretari (stads asmi), yang telah mengizinkan penulis untuk melanjutkan kuliah ke jenjang yang lebih tinggi (S2) Magister Manajemen.
4. Bapak Ventje G. Rombot, SE, M.Pd., selaku Assisten Ketua Program Pascasarjana Magister Manajemen (S-2) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu (STIE-KU).
5. Mukhammad Nadjib, STP, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk mengoreksi, memberikan saran, kritik, pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan tesis ini.
6. DR. Yanuardi, M.Pd, selaku Kepala Suku Dinas Bintal dan Kesos Jakarta Barat Pemda DKI Jakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 Pada Pemda DKI Jakarta, terima kasih atas kesempatan yang diberikan, mudah-mudahan penulis diberikan kesempatan lagi untuk penelitian yang akan datang di DKI Jakarta dengan obyek yang lain.
7. Bapak Drajad Adhyaksha, ATD. MT, selaku Pimpinan BLU Transjakarta Busway yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian di Transjakarta Busway Koridor 2 Pemda DKI Jakarta.
8. Bapak A. Didimus Rumpak, S.Pd, M.Si, yang telah merelakan waktunya kepada penulis untuk memberikan pengarahan, kritik, saran, petunjuk, dalam penulisan tesis ini. Terima kasih atas kesabaran Bapak dalam membimbing

penulis, banyak ilmu yang saya dapatkan dari beliau, dari awal hingga akhir penelitian beliau telah memberikan dorongan dan semangat kepada penulis tanpa henti-hentinya, sudah sepantasnya beliau menjadi pembimbing dalam penulisan tesis dikemudian hari pada Sekolah Tinggi Ilmu Kampus Ungu (STIE-KU)..

9. Bapak dan Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu selama penulis kuliah Magister Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu (STIE-KU).
10. Suamiku tercinta Azhari yang dengan sabar dan selalu mendorong penulis untuk menyelesaikan tesis ini dikala penulis tenggelam dalam kesibukan yang lain. Anak-anaku, Kevin dan Haichal, Mama berterima kasih atas pengertian kalian, sebagian waktu kalian sudah Mama ambil untuk kesibukan Mama kuliah dan penulisan tesis.
11. Teman-teman kuliah Jones, Robert, Max Julian, dan Hendriano, terima kasih atas bantuan dan inspirasinya, serta Bapak Edris yang telah banyak membantu penulis selama kuliah pada Program Pascasarjana (S-2) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu (STIE-KU).
12. Mahasiswaku yang cantik-cantik, Sandra, Sherly dan Vita, terima kasih atas bantuannya dalam membantu menyebarkan kuesioner di dalam Transjakarta busway meskipun busnya penuh sesak dengan penumpang, kalian memang mahasiswa yang baik hati.
13. Semua pihak yang namanya belum penulis sebutkan satu persatu, yang telah mendorong dan berjasa dalam penulisan tesis ini.

Semoga bantuan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Akhir kata penulis mengharapkan tesis ini bermanfaat dan berguna bagi yang membutuhkan.

Jakarta, 15 Juli 2008

Hardianawati

ABSTRACT

“Kampus Ungu” School of
Economic Magister Management
Program Year 2008

Hardianawati
007060049

154 pages + i-xvii + 45 tables + 5 charts + 10 graphs.

AN ANALYSIS ON THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TO THE PASSANGERS’ SATISFACTION OF THE CORRIDOR 2 TRANSJAKARTA BUSWAY AT PEMDA DKI JAKARTA

This research is intended to assess whether or not there is any correlation and influence on the service quality provided by the TransJakarta city transportation to the passengers’ satisfaction. And the way this research is carried out is by means of a survey research which samples are those who use the service of the TransJakarta city bus that runs corridor 2.

A try-out questionnaire was made in the first place to 10 respondents to check whether or not they understood the questions they read. Yet this try-out was not included in the data processing. Basically there were 115 questionnaires distributed to respondents. And the result, 112 of them were considered worth processing and 3 were not considered due to defaults in answering.

There were 2 kinds of questions written in the questionnaire, namely: 1). The Close-ended questions bearing the Likert scale of attitude test that ranged from the most negative attitudes to the most positive ones; 2) The Open-ended questions that asked for commentary answers using the Likert scale as well.

The data gathered was then processed and analyzed by using a statistical analysis technique of Microsoft Excel 2003 application and an SPSS 12.0 windows software.

The data analysis result reveals consecutively that, by characteristics, 44.55% of the passengers or 49 respondents are prominently aged between 20 and 30 years; by sex, 51.82% or 57 respondents are male; by levels of education, 42.59% or 46 respondents are of S-1 graduates; by income per capita, 45.16% or 42 respondents earn less than or equals Rp 2 million; and by frequency of bus usage, most respondents take 1 to 5 times roundtrip in a week.

The result of the service quality of the TransJakarta bus shows that question number 4, in the ServQual variable, is the highest point of answer and scores 61.64%. This means that it has “Good” influence. While, question number 6 gets the lowest point of answer and scores 52.15% which means it has “Fairly Good” influence. The Mean or average percentage of variables of the ServQual of the TransJakarta bus is 57.71%, meaning that it has a “Fairly Good” influence.

The overall result on the analysis of passengers' satisfaction variable can be concluded that the highest percentage of maximum answer on the satisfaction variable is at question number 4 which scores 63.88% and implies that it has "Good" influence. While, the lowest percentage of minimum answer lies on question number 6 which scores 53.40% and shows that it has "Fairly Good" influence. The mean or average percentage of the passengers' satisfaction variable is 57.64% which means that it has "Fairly Good" influence.

There is a correlation between the dependent variable and the independent variable simultaneously, or in other word there is a relationship between the variable of passengers' satisfaction (Y) with the Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy.

There are only 3 independent variables that have significant influence partially to the dependent variable, namely: the Tangibles, Assurance and Empathy. While the Reliability and Responsiveness and also the result of regression calculation of those two independent variables do not cause significant influence partially to the passengers' satisfaction (Y).

The Tangibility has strong influence toward passengers' satisfaction and its direction suits the hypothesis, namely positive. The Reliability has influence negatively over the passengers' satisfaction. Even though its direction is not in accordance with the hypothesis, Reliability has a significant influence on passengers' satisfaction. In this case, it says that if the Reliability variable in service quality increases, the passengers' satisfaction will decrease and vice versa. The Responsiveness variable has significant influence negatively on passengers' satisfaction. This means that if the Responsiveness of service quality increases, passengers' satisfaction will decrease and vice versa. The Assurance variable has significant influence on passengers' satisfaction and it goes along with the hypothesis, namely positive. Finally, the Empathy variable evidently has significant influence on passengers' satisfaction and it is in line with the hypothesis, that is positive.

Bibliography/book resources: 31 textbooks of 1991 to 2007 publication; 5 journals of 2007 to 2008 editions.

ABSTRAK

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus
Ungu Program Pascasarjana Magister
Manajemen Tahun 2008

Hardianawati
007060049

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Masyarakat
Pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta

154 Halaman + i-xvii + 45 Tabel + 5 Gambar + 10 Grafik

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur hubungan dan pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan masyarakat pengguna Transjakarta Busway. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian survei dengan sampel adalah para masyarakat pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta.

Uji coba kuesioner dilakukan pada 10 responden untuk memahami konten kuesioner tersebut dan kuesioner ini tidak diikuti dalam pengolahan data. Ada sebanyak 115 kuesioner disebarkan selanjutnya diseleksi, kuesioner yang layak diolah ada 112 sedangkan sisanya 3 tidak layak untuk diolah karena cacat atau pengisiannya tidak sempurna.

Ada dua jenis pertanyaan pada kuesioner yakni: 1) Pertanyaan tertutup dengan skala ukuran sikap dari Likert, diurut dari sikap yang negatif sampai dengan sikap positif; 2) Pertanyaan terbuka yang bersifat komentar jawaban skala ukuran sikap dari Likert tersebut.

Data yang terkumpul kemudian diolah dan dianalisis dengan teknik analisis statistik menggunakan aplikasi *Microsoft Excel 2003* dan *Software SPSS 12.0 for windows*.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa karakteristik responden masyarakat pengguna transjakarta busway koridor 2 pada DKI Jakarta mayoritas berumur antara 20 sampai dengan 30 tahun, yaitu sebesar 44,55 % atau 49 responden. Sedangkan untuk jenis kelamin, mereka mayoritas berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 51,82 % atau 57 responden. Untuk tingkat pendidikan, mereka mayoritas berpendidikan S1 yaitu sebesar 42,59 % atau 46 responden dimana penghasilan mereka mayoritas berpenghasilan kurang atau sama dengan 2 juta yaitu sekitar 45,16 % atau 42 responden. Untuk penggunaan busway dalam seminggu diperoleh bahwa mereka mayoritas menggunakan Transjakarta Busway antara 1 – 5 kali dalam seminggu (pergi - pulang).

Hasil analisis variabel kualitas pelayanan jasa transjakarta busway menunjukkan bahwa persentase (%) nilai nomor jawaban tertinggi (*maximum*) pada variabel kualitas pelayanan jasa masyarakat pengguna transjakarta busway terdapat pada pertanyaan nomor 4 dengan nilai 61,64 % yang berarti mempunyai pengaruh "baik". Persentase (%) nilai nomor jawaban terendah (*minimum*) pada

variabel kualitas pelayanan jasa transjakarta busway terdapat pada pertanyaan nomor 6 dengan nilai 52,15 % yang berarti mempunyai pengaruh "cukup baik". Rata-rata (*Mean*) persentasi dari variabel variabel kualitas pelayanan jasa transjakarta busway adalah 57,71 % yang berarti mempunyai pengaruh "cukup baik".

Hasil analisis variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway dapat disimpulkan bahwa Persentase (%) nilai nomor jawaban tertinggi (*maximum*) pada variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway terdapat pada pertanyaan nomor 4 dengan nilai 63,88 % yang berarti mempunyai pengaruh "baik". Persentase (%) nilai nomor jawaban terendah (*minimum*) pada variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway terdapat pada pertanyaan nomor 6 dengan nilai 53,40 % yang berarti mempunyai pengaruh "cukup baik". Rata-rata (*Mean*) persentasi dari variabel variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway adalah 57,64 % yang berarti mempunyai pengaruh "cukup baik".

Terdapat hubungan antara *variabel dependen* dan *variabel independen* secara simultan atau dengan kata lain, terdapat hubungan antara variabel Kepuasan Masyarakat (Y) dengan Berwujud (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Keyakinan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*).

Hanya ada tiga (3) *variabel independen* yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *variabel dependen* yaitu variabel Berwujud (*Tangibles*), Keyakinan (*Assurance*), dan Empaty (*Emphaty*). Sedangkan untuk kedua (2) variabel lainnya yaitu Keandalan (*Reliability*) dan Ketanggapan (*Responsiveness*) dan hasil regresi yang diperoleh bahwa kedua (2) variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Masyarakat (Y).

Variabel Berwujud (*Tangibles*) mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat dan arahnya pun sesuai dengan hipotesa yaitu positif. Variabel Keandalan (*Reliability*) mempunyai pengaruh secara negatif terhadap Kepuasan Masyarakat. Walaupun arahnya tidak sesuai dengan hipotesa tetapi Keandalan (*Reliability*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat.. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan jasa Keandalan (*Reliability*) meningkat maka akan menurunkan Kepuasan Masyarakat, begitupun sebaliknya. Variabel Ketanggapan (*Responsiveness*) mempunyai pengaruh secara negatif terhadap Kepuasan Masyarakat. Walaupun arahnya tidak sesuai dengan hipotesa tetapi Ketanggapan (*Responsiveness*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat.. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan jasa Ketanggapan (*Responsiveness*) meningkat maka akan menurunkan Kepuasan Masyarakat, begitupun sebaliknya. Variabel Keyakinan (*Assurance*) mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat dan arahnya pun sesuai dengan hipotesa yaitu positif. Variabel Empaty (*Emphaty*) mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat dan arahnya pun sesuai dengan hipotesa yaitu positif.

Daftar Pustaka : (31 buku), (1991 s/d 2007); (5 Jurnal), (2007 s/d 2008)

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL UCAPAN TERIMA KASIH	i
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRACT.....	ii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR GRAFIK	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian.....	17
E. Keterbatasan Penelitian	18
 BAB II KERANGKA TEORI	
A. Tinjauan Pustaka	20
B. Kerangka Pemikiran	40
C. Hipotesis Penelitian	42
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Rancangan / Metode Penelitian	44
B. Variabel Dan Pengukurannya	45
C. Definisi Operasional Variabel	47
D. Prosedur Penarikan Sampel (Sampling).....	52
E. Teknik Pengumpulan Data	53
F. Metode Analisis Data	59
G. Analisis Deskriptif.....	61
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Obyek Penelitian	67
B. Analisis dan Pembahasan	70
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	153
B. Saran	156
 DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	3.1.	Matrik Instrumen Penelitian dan Pengukuran.....	44
Tabel	3.2.	Skor Jawaban untuk Variabel Independen Kualitas Pelayanan Jasa	53
Tabel	3.3.	Uraian Nomor Item Pertanyaan dari Daftar Pertanyaan Kualitas Pelayanan Jasa dan Kepuasan Masyarakat	54
Tabel	3.4.	Skor Jawaban untuk Variabel Dependen Kepuasan Masyarakat	54
Tabel	3.5.	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	55
Tabel	4.1.	Umur Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway	70
Tabel	4.2.	Jenis Kelamin Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway ...	71
Tabel	4.3.	Pendidikan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway	73
Tabel	4.4.	Pekerjaan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway	74
Tabel	4.5.	Penghasilan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway	75
Tabel	4.6.	Penggunaan Transjakarta Busway dalam Seminggu	77
Tabel	4.7.	Kualitas Pelayanan Berwujud (<i>tangibles</i>).....	79
Tabel	4.8.	Kualitas Pelayanan Keandalan (<i>reliability</i>)	82
Tabel	4.9.	Kualitas Pelayanan Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)	85
Tabel	4.10.	Kualitas Pelayanan Keyakinan (<i>assurance</i>).....	89
Tabel	4.11.	Kualitas Pelayanan Empati (<i>emphaty</i>).	92
Tabel	4.12.	Kepuasan Pelanggan Berwujud (<i>tangibles</i>)	97
Tabel	4.13.	Kepuasan Pelanggan Keandalan (<i>reliability</i>).....	100
Tabel	4.14.	Kepuasan Pelanggan Ketanggapan (<i>responsiveness</i>).....	103
Tabel	4.15.	Kepuasan Pelanggan Keyakinan (<i>assurance</i>).....	106
Tabel	4.16.	Kepuasan Pelanggan Empati (<i>empati</i>)	110
Tabel	4.17.	Case Processing Summary	114
Tabel	4.18.	Reliability Statistics Tangibles.....	114
Tabel	4.19.	Reliability Statistics Reliability	114
Tabel	4.20.	Reliability Statistics Responsiveness	114
Tabel	4.21.	Reliability Statistics Assurance.....	115
Tabel	4.22.	Reliability Statistics Emphaty	115
Tabel	4.23.	Reliability Statistics Kepuasan Masyarakat	115
Tabel	4.24.	Pengujian Reliabilitas	115
Tabel	4.25.	Item-Total Statistics Tangibles	116
Tabel	4.26.	Item-Total Statistics Reliability	116
Tabel	4.27.	Item-Total Statistics Responsiveness	117
Tabel	4.28.	Item-Total Statistics Assurance.....	117
Tabel	4.29.	Item-Total Statistics Emphaty.....	117
Tabel	4.30.	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan Jasa (X1, X2, X3 X4, dan X5)	118
Tabel	4.31.	Item-Total Statistics Kepuasan Masyarakat.....	120
Tabel	4.32.	Hasil Uji Validitas Kepuasan Masyarakat (Y).....	120
Tabel	4.33.	One Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	123

Tabel	4.34. Uji Normalitas.....	123
Tabel	4.35. Coefficient	127
Tabel	4.36. Hasil Uji Multikolineritas	128
Tabel	4.37. Descriptive Statistics.....	133
Tabel	4.38. Correlations	134
Tabel	4.39. Variables Entered/Removed.....	135
Tabel	4.40. Model Summary	135
Tabel	4.41. Anova	136
Tabel	4.42. Coefficients VIF.....	137
Tabel	4.43. Residuals Statistics.....	139
Tabel	4.44. Hasil Uji Regresi Secara Simultan.....	141
Tabel	4.45. Hasil Uji Regresi Secara Parsial	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1.	Jasa sebagai sebuah proses.....	21
Gambar	2.2.	Kesenjangan kualitas jasa	25
Gambar	2.3.	Pelayanan sebagai proses	29
Gambar	2.4.	CRM (Customer Relation Management)	37
Gambar	3.1.	Model dari Varibel dan Sub Variabel Kualitas Pelayanan Jasa dan Kepuasan Pelanggan	45

DAFTAR GRAFIK

Grafik	4.1.	Rekapitulasi Variabel Kalitas Pelayanan Jasa	95
Grafik	4.2.	Rekapitulasi Variabel Kepuasan Pelanggan	113
Grafik	4.3.	Normal P-P Plot of Regresssion Standardized Residual.....	125
Grafik	4.4.	Scatterplot	131
Grafik	4.5.	Histogram.....	140
Grafik	4.6.	<i>Tangibles</i>	145
Grafik	4.7.	<i>Reliability</i>	146
Grafik	4.8.	<i>Responsiveness</i>	147
Grafik	4.9.	<i>Assurance</i>	148
Grafik	4.10.	<i>Emphaty</i>	149

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi, persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional. Hanya perusahaan yang dapat menghasilkan barang atau jasa berkualitas yang mampu menghadapi persaingan pada pasar global. Kunci keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya adalah dapat mengembangkan produk atau jasa yang lebih baik dari pada pesaingnya. Perusahaan harus dapat memuaskan pelanggan, apabila pelanggan tidak puas maka mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini dapat menyebabkan penurunan laba bahkan kerugian. Dengan demikian perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar mengetahui atribut-atribut yang dapat memuaskan atau yang tidak memuaskan pelanggan.

Fenomena bisnis saat ini adalah pelanggan akan mencari produk atau jasa yang dapat memberikan kepuasan sesuai dengan harapan mereka atau bahkan melebihi yang diharapkan. Saat ini pelanggan semakin memiliki banyak tuntutan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan di pasar. Jika sebelumnya konsep menghasilkan produk atau jasa lebih ditentukan oleh persepsi perusahaan, maka kini konsep tersebut agak sulit dipertahankan mengingat persaingan terhadap produk atau jasa yang semakin banyak dan kompleks. Perusahaan yang ingin memenangkan persaingan harus dapat menghasilkan produk atau jasa yang dapat memenuhi keinginan dan

kebutuhan pelanggan. Tercapainya kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama perusahaan disamping mencari keuntungan. Dengan menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas diharapkan akan mengurangi keluhan dari pelanggan serta dapat meningkatkan penghasilan perusahaan.

Aspek penting dalam kualitas adalah perusahaan harus dapat menghasilkan produk atau jasa yang dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Konsep kualitas tersebut sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk atau jasa, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa jauh suatu produk atau jasa memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Dalam konteks kompetisi global di era pasar bebas ini, setiap perusahaan harus bersaing dengan para pesaing lokal dan global. Peningkatan intensitas kompetisi menuntut setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan dinamika kebutuhan, keinginan dan preferensi pelanggan serta berusaha memenuhinya dengan cara-cara yang lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaingnya. Perhatian setiap perusahaan tidak lagi hanya terbatas pada produk (barang atau jasa yang dihasilkan) semata, tetapi juga pada aspek proses, sumber daya manusia, dan lingkungan. Dengan demikian, hanya perusahaan yang benar-benar berkualitas yang dapat memenangkan persaingan dalam pasar global.

Dalam kondisi persaingan antar perusahaan yang semakin ketat, hal utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kepuasan pelanggan agar perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan perusahaan juga harus berusaha untuk menghasilkan kinerja (performance) sebaik mungkin yang dapat memuaskan pelanggan. Dengan demikian perusahaan perlu mengetahui faktor kualitas pelayanan yang seringkali dipertimbangkan pelanggan untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Pada gilirannya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berkontribusi pada terciptanya rintangan beralih (switching barriers), biaya beralih (switching cost), dan loyalitas pelanggan.

Selain kualitas produk atau jasa, hal lain yang perlu diperhatikan adalah pelayanan. Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Peranannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat

kompetisi dalam usaha merebut pasar atau pelanggan. Dengan adanya kompetisi seperti itu menimbulkan dampak positif dalam perusahaan, ialah mereka bersaing dalam pelaksanaan pelayanan, melalui berbagai cara, teknik dan metode yang dapat menarik lebih banyak orang menggunakan jasa yang dihasilkan. Persaingan yang ada dalam masyarakat usaha tidak hanya pada segi mutu dan jumlah tetapi juga dalam hal pelayanan. Justru dalam hal terakhir inilah persaingan makin seru dengan pengenalan sistem layanan baru yang serba cepat dan memuaskan. Misalnya, persaingan antar Bank yang terjadi sejak adanya deregulasi di bidang perbankan, juga di bidang jurnalistik.

Dalam menghadapi era globalisasi yang penuh tantangan dan peluang, pemerintah hendaknya memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya, berorientasi pada kebutuhan dan kepuasan penerima pelayanan, sehingga dapat meningkatkan daya saing dalam pemberian pelayanan di bidang jasa. Memperhatikan peran pelayanan yang semakin menonjol maka tidaklah heran apabila masalah pelayanan mendapat perhatian besar, baik oleh masyarakat umum maupun dalam kaitan dengan kegiatan perusahaan. Di Pemerintahan tidaklah kalah pentingnya masalah pelayanan itu, bahkan perannya lebih besar karena menyangkut kepentingan umum, bahkan kepentingan rakyat secara keseluruhan.

Oleh karena itu di bidang pelayanan umum masih perlu pembenahan yang sungguh-sungguh dalam berbagai sektor yang menjadi pendukung terhadap pelayanan umum yang baik, seperti halnya Busway. Kota sebesar Jakarta memang telah waktunya memiliki sistem angkutan umum massal yang

handal untuk menangani kebutuhan mobilitas penduduknya. Pemilihan busway sebenarnya bukan ide buruk dalam usaha memecahkan masalah transportasi kota. Busway sendiri sebenarnya idenya adalah memberi alternatif transportasi massal bagi warga Jakarta. Busway sebagai angkutan umum yang mampu memberikan pelayanan publik yang cepat, aman, nyaman, manusiawi, efisien, berbudaya, dan bertaraf internasional, karena sistem ini dimodelkan berdasarkan sistem TransMilenio yang sukses di Bogota, Kolombia. Busway merupakan reformasi angkutan umum, yang dapat diandalkan, dan berkualitas tinggi. Dari sisi konsep Busway memang baik tetapi implementasinya dilapangan membuat sebagian masyarakat kecewa. Apakah kekecewaan sebagian masyarakat itu sudah mewakili masyarakat luas di Pemda DKI Jakarta mengenai keberadaan Busway Transjakarta?

Beberapa komentar masyarakat pengguna transjakarta busway telah dikumpulkan yang diperoleh dari situsweb (website) suara trasjakarta dan situsweb lainnya dan telah diedit penulisan serta bahasanya dalam bahasa Indonesia yang benar oleh penulis, antara lain:

1. Sastrodiwiryono (Busway tidak menarik bagi pengguna kendaraan pribadi)

Banyak kekurangan busway yang menjadikannya tidak menarik bagi pengguna kendaraan pribadi, diantaranya: 1) jumlah bus yang kurang yang berakibat keterlambatan jadwal; 2) banyak persimpangan, dan penggunaan badan jalan secara bersamaan; 3) Jika busway tepat waktu saja maka itu sudah lebih dari cukup buat pengguna kendaraan pribadi untuk pindah. Mereka tidak terlalu neko neko saya rasa. Oleh karena itu,

Pemda DKI harus segera membenahi penyelenggaraan busway sesegera mungkin. Langkah paling konkret adalah segera menambah jumlah armada.

(<http://dendemangwordpress.com/2007/11/09/busway-harustetapjalan>).

2. Jack (Halte panas dan sempit)

Sering kali masuk halte dalam keadaan panas dan sempit. Apalagi kalau masuk ke dalam bus itu sendiri. Ini terjadi karena ketidak disiplin pengguna dan juga seringkali penumpang berebut masuk. Apakah tidak bisa dibuat jalur khusus untuk orang terburu-buru (rush) seperti di sebelah kiri buat yang lagi cepet and di sebelah kanannya buat yang santai. Seperti di Luar Negeri, kita sering lihat di terminal. MRT/BRT-nya "keep left" or "keep right".

(<http://suaratransjakarta.org/saran-kritik/viewall/2008>)

3. Peter (Kartu Multi-trip)

Saya menggunakan kartu multi-trip sejak minggu ke-2 bulan Oktober 1997, kartu saya dinyatakan rusak oleh petugas. Ketika akan menukar atau membeli kembali, diberitahukan bahwa kartu multitrip tidak ada lagi. Apakah ini suatu kemunduran? Mumpung saja, sisa 2 trip, coba kalau sisa 20 trip misalnya, Apakah tidak ada prosedur dari operator untuk menanggulangi hal ini? Namun sudahlah, kita tidak perlu berharap yang

terlalu tinggi. Kita fokus saja ke penyediaan kartu multitrip. Setelah itu saya membaca bahwa ada Jakcard, namun sayangnya hanya di koridor 2 dan 3. Apakah semua koridor akan diseragamkan dengan Jakcard? kalau iya, bagus sekali, tapi kapan yah?

(<http://suaratransjakarta.org/saran-kritik/viewall/2007>)

4. Susti (PAM Transjakarta)

Tanggal. 11 Juni 2008 saya naik busway dari Juanda menuju Pulogadung, karena memang sekarang dari Juanda kadang harus bertanya dulu sama Pengamanan Armada (PAM) Transjakartnya. Apakah dari Juanda ke Pulogadung ada apa tidak? Saya naik berbarengan dengan seorang ibu yang bertanya kepada anggota PAM transjakarta yang memberi jawaban dengan ketus dan acuh tak acuh (cuek). Lalu setiba diharmoni para penumpang yang antri di jurusan Pulogadung langsung menyerbu busway, memang saat itu terjadi dorong-dorongan, masuklah seorang bapak, mungkin bapak tersebut didorong dari belakang sehingga dia masuk ke busway sedikit mau jatuh. Tiba-tiba PAM transjakarta tersebut dengan tidak sopannya berkata " Pelan - pelan dong pak?...Sudah tua saja masih sradak-sruduk?, Dasar To lol.....!!!! Kalau nggak salah di Rompi bagian belakang terdapat tulisan PAM Transjakarta 090.

(<http://suaratransjakarta.org/saran-kritik/viewall/2008>)

5. Saudara Aabb (Sesuatu yang beruntun)

Pada Hari Sabtu sekitar pukul 18:45 saya naik busway dari shelter dekat Glodok. Tujuan saya adalah Kampung Melayu. Berhubung antrian di Harmoni sangat padat, saya bermaksud transit di Dukuh Atas. Saya mengalami beberapa kejadian berikut: 1) Informasi di Busway tidak akurat. Berhubung saya tidak rutin menggunakan busway maka saya tidak hafal dengan shelter yang ada; 2) Dengan informasi dari speaker bus yang salah ditambah dengan tidak adanya informasi dari kondektur, pada saat di Dukuh Atas maka saya kehilangan orientasi. Saya turun saat informasi bus mengatakan sekarang bus sedang di Dukuh Atas. Pada saat saya bertanya kepada kondektur tersebut ia hanya bisa bengong; 3) Berhubung saya sedang dalam keadaan terburu-buru saya langsung turun di stasiun tersebut. Dengan harapan saya akan naik tangga untuk transit (orientasi saya saat itu saya berada di Dukuh Atas). Saat saya menuju ke tangga (untuk transit) saya baru mulai menyadari ada yang aneh setelah saya melewati batas keluar. (Belakangan ternyata shelter tersebut adalah Setiabudi); 4) Setelah saya sadar bahwa saya telah berada di shelter yang salah dan telah keluar dari batas, saya langsung menghubungi petugas yang sedang dalam posisi santai (seperti tidak sedang bekerja). Dia menjawab dengan tetap santainya dimana saya diharuskan membeli karcis baru untuk masuk kembali; 5) Dalam keadaan kehilangan orientasi (selain tidak biasa dengan daerah Sudirman), saya naik ke arah Semanggi yang berarti menjauh dari Dukuh Atas. Petugas yang bersangkutan sama sekali

tidak memberitahukan keadaan tersebut. Ia tetap dalam posisi santai / seolah menggangur; 6) Pada shelter selanjutnya petugas di busway memberi tahu bahwa saya salah arah. Saya turun di shelter selanjutnya pindah ke arah sebaliknya; 7) Di busway arah ke kota saya bertanya kepada petugas tolong diberitahu bila sudah di Dukuh Atas. Petugas tersebut menjawab nanti juga ada pemberitahuan dari speaker di busway. Lha, saya nyasar karena mengandalkan speaker dan petugas yang ternyata tidak bisa diandalkan.

(<http://suaratransjakarta.org/saran-kritik/viewall/2008>)

6. Ini_Nat (Fasilitas dan keamanan ditingkatkan)

Tolong donk untuk Transjakarta, saya ngenes banget sama kondisi halte dan jembatan penyeberangannya, terutama untuk pengemisnya, tolong lebih ditertibkan lagi, karena pengemisnya sekarang makin banyak dan parah, apalagi sampai ada yg suka ngejar-ngejar (serem) ditunjang lagi dengan kondisi penerangannya yang gelap; 1) tolong donk bapak/ibu.. halte yang lampunya mati hendaknya diganti bohlam atau neon atau apanya kek biar terang kembali.. ngenes banget. apalagi kalo saya lewatin halte monumen nasional.. gelap amat (untung saya ga turun disana) tapi serem banget gelapnya, kayak sarang penyamun dan pencopet gitu. Masa sih nggak punya modal buat beli lampu baru, kan penumpang transjakarta pada bayar semua, tidak naik dengan gratisan; 2) Jalan dijembatan dan haltenya kalau rusak dibenerin donk, bahaya tuuuch.. Saya beberapa kali tersandung gara-gara lantainya itu bautnya lepas, jadi lantainya nganga-

nganga gitu... terus yang di halte Glodok (buset d gua benar pelanggan transjakarta banget yaa hehe) masa untuk nunggu busnya bolong 1 kotak gitu... Bahaya kan kalo ada yg jeblos kesana.. Pikirkan keselamatan penumpang donk, jangan mikir untungnya mulu. apalagi tadi saya baca ada *vote* tentang "kenaikan tarif"... Tolong tingkatkan fasilitas dan keselamatan penumpang dulu donk; 3) Kebersihan halte dan jembatan yang buruk sekali.. ampun dech, kadang saya lewat sambil jijik-jijik gitu... segala sampah ada disana.. Dikasih fasilitas tempat sampah kenapa?? Biar orang nggak sembarangan buang sampah lagi. Kasih sangsi kek biar orang-orang juga nggak sembarangan.. Geli melihatnya, terus petugas kebersihannya memang nggak ada ya?? Ini kan proyek pemerintah... Bukannya ada baiknya kalo kurang pegawai rekrut lagi orang, Kan bisa ngurang-nguramgin tingkat pengangguran; 4) Antrian haltenya juga sering nggak beraturan dan banyak orang yang nggak tau diri nyerobot-nyerobot. Ada donk kiranya petugas yang ngatur antrian biar penumpang yg udah ngantri lama-lama nggak disrobot orang nggak tau diri!! Petugasnya jangan cengo2 aja di dekat loket dan pura2 nggak lihat banyak penumpang yang lagi gontok2an... Dikasih tali antrian kek atau gimana kek.. Biar penumpangnya lebih disiplin. kapan rakyat indonesia bisa disiplin kalo nggak ada yg ngatur???!!; 5) Renovasi halte dan jalan busway.. Jangan terlalu lama donk. Masa benerin jalan yang cuma beberapa meter doank aja lebih cepetan orang bangun MALL... Parah banget, padahal kan itu fasilitas umum yang dibutuhkan masyarakat

banyak. Jadi jangan terlalu lama renovnya.. (lagian kayaknya kelamaan didieminnnya tuh perbaikannya). Contoh negara - negara tetangga donk.. Untuk fasilitas umum diutamakan . Apalagi renov yang di GM, OLIMO, Mangga besar.. Kapan selesainya tuuh?? Masa orang yang turun di antara 3 halte itu terpaksa kudu turun di halte glodok terus balik lagi ke arah Blok M.nggak efisien banget...Apalagi kalo ada orang yang lagi ngejer waktu terus kudu turun beberapa halte di depan terus balik lagi.. Selain buang waktu, buang tenaga pula (apalagi buat yang cape pulang kerja); 6) Halte transitan yang di harmoni apa nggak terlalu maksa tuuch??? Kecil banget dan orang ngantrinya jadi panjang buangeeett.. Terutama yang ke Pulogadung dan Kalideres... Tolong bapak/ibu pikirkan lagi gimana caranya supaya antrian tidak terlalu panjang (mungkin haltenya diperbesar lagi dan ditambahin lagi pintu penumpang untuk keluar-masuknya, atau ditambahin lagi armada busnya pada jam - jam berikutnya serta jam – jam pulang kerja atau pada jam – jam sibuk yaaaa..... Itu beberapa kritik dan saran saya...Mohon didengarkan dan semoga bermanfaat bagi semua orang.

(<http://suaratransjakarta.org/saran-kritik/viewall/2008>)

7. Dityo32 (petugas busway menolak penumpang)

Mungkin kita semua sudah pernah merasakan ditolak masuk bus busway walaupun bus tersebut belum penuh bahkan masih kosong melompong. Dan kelihatannya hal ini merupakan sesuatu yang membuat sebagian besar calon penumpang busway terheran-heran dan bahkan bercetus kesal.

Fenomena ini bukan baru terjadi akhir-akhir ini, tetapi penolakan ini memang sudah berlangsung sejak awal beroperasinya busway. Tetapi sampai saat ini saya belum bisa mengerti apa alasan pihak busway menjalankan kebijakan menolak penumpang seperti ini? Ada yang tahu? Apakah kebijakan ini masuk akal? Ada yang punya info atau pendapat? Mungkin juga suatransjakarta bisa membuka *polling* tentang setuju atau tidaknya penolakan terhadap penumpang yang ingin menaiki bus busway yang masih kosong tersebut.

(<http://suaratransjakarta.org/saran-kritik/viewall/2007>)

8. Sunarto (Satgas berbohong)

Sudah dua kali saya memperhatikan kelakuan satgas di dalam bis ini. Terakhir kali adalah semalam, 17 September 2007, sedang bulan puasa. Jadi cerita, saya naik bis abu abu TB (tidak catat nomor bisnya) dari Pulogadung, hendak ke Harmoni. Di halte Juanda, ada penumpang yang turun, dan ada pula penumpang yang hendak naik, tetapi menanyakan dulu, apakah bis tersebut ke arah Pulogadung karena tidak yakin, sebab bis berwarna abu abu. Tetapi satgas malah menjawabnya, 'Bukan, naik bis belakang'. Jelas jelas bis memang ke arah Pulogadung, dan bis dalam keadaan kosong, tetapi satgas malah berbohong, di bulan puasa pula. Ahhh.... kelakuan satgas garong. Kita rubah aja istilah 'satgas' jadi 'kenek' aja. Lebih cocok sepertinya. Buat apa keren keren, tapi kelakuan kaya gitu.

(<http://suaratransjakarta.org/saran-kritik/viewall/2007>)

9. Yogi (Trend baru kelakuan Pramudi Transjakarta)

Setelah ngetrend dengan kelakuan keluar dari bus dan kemudian merokok ketika terjebak kemacetan atau ketika terkena lampu merah, sekarang ada lagi yang kaya'nya bakal jadi trend. Berhenti di halte kemudian masuk ke WC untuk buang air kecil. Beberapa hari belakangan saya jadi sering melihat pengemudi yang kencing memanfaatkan WC di halte-halte. Memang sih kencing itu urusan mendadak dan hak semua orang, cuma sebisa mungkin diusahakan sebelum berangkat kencing dulu agar tidak mengganggu kelancaran operasi Transjakarta.

(<http://suaratransjakarta.org/saran-kritik/viewall/2007>)

10. Yogi (Komplain dan Pujian)

Bus dalam kondisi masih lengang, mungkin hanya sekitar 10 penumpang. Ketika berhenti di halte Pulomas berhentinya tidak tepat di pintu halte sehingga hanya menyisakan setengah pintu busway untuk keluar masuk penumpang, begitu pintu dibuka eh beberapa detik kemudian langsung ditutup..Padahal penumpang yg naek baru 1 orang dan kondisi dihalte saat itu cukup padat, alhasil satgas *onboard* ditereakin orang satu halte...booooo. Tri .B (Halte Juanda, 18.45). Nama satgas ini Tri B, saya lupa nyatet nomor busnya. Ketika bus melaju ke arah Pasar Baru, mas yg satu ini mengingatkan penumpang agar menjaga barang bawaannya (suatu

seruan yang sudah jarang saya dengar dari mulut satgas *onboard*). Beliau juga menyuruh penumpang agar tidak menumpuk di pintu bus. Ternyata seruannya bukan tanpa alasan tapi karena dia mencurigai di dalam bus ada copet. Saya baru tahu hal ini ketika bus berenti kembali di halte Juanda, mas Tri memperingati penumpang yg akan menuju PuloGadung agar mengawasi dan berhati-hat dengan penumpang yang baru saja turun dari bus karena mereka adalah copet. Satgas ini bercerita bahwa dia sudah sering lihat orang tersebut naik dari Juanda dan turun lagi di Juanda dan gerak-geriknya selalu mencurigakan. Cuma sayang belum pernah tertangkap basah.

(<http://suaratransjakarta.org/saran-kritik/viewall/2007>)

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, yang antara lain Busway merupakan transportasi pertama kali di Indonesia, walaupun di Internasional sudah lama dikenal, Busway merupakan reformasi angkutan umum yang mampu memberikan pelayanan publik yang cepat, aman, nyaman, manusiawi, efisien, berbudaya, dan bertaraf internasional, karena sistem ini dimodelkan berdasarkan sistem TransMilenio yang sukses di Bogota, Kolombia, dan beberapa komentar dari masyarakat yang menyatakan bahwa masih banyak kekurangan busway baik dari segi kualitas maupun dari segi kepuasan masyarakat. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang kualitas pelayanan Busway dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta.

B. Rumusan Masalah

TransJakarta (disingkat Tije) atau umum disebut Busway adalah sebuah sistem transportasi bus cepat di Jakarta, Indonesia. Sistem ini dimodelkan berdasarkan sistem TransMilenio yang sukses di Bogota, Kolombia. Pengoperasiannya dimulai pada 15 Januari 2004 dengan tujuan memberikan jasa angkutan yang lebih cepat, nyaman, namun terjangkau bagi warga Jakarta. Untuk mencapai hal tersebut, bus Tije diberikan lajur khusus (sebelah kanan jalan) pada jalur menjadi bagian dari rutanya dan jalur tersebut tidak boleh dilewati kendaraan lainnya (termasuk bus umum selain TransJakarta). Agar terjangkau oleh masyarakat, maka harga tiket disubsidi oleh pemerintah daerah.

Hingga saat ini, Transjakarta busway direncanakan memiliki 15 koridor yakni jalur lalu lintas yang dimiliki Transjakarta busway tapi sampai saat penulisan tesis ini baru 8 koridor yang telah beroperasi antara lain: 1) Koridor 1 adalah Jurusan Blok M – Stasiun Kota; 2) Koridor 2 Jurusan Pulogadung – Harmoni; 3) Koridor 3 Jurusan Kalideres – Pasar Baru, 4) Koridor 4 Jurusan Pulogadung – Dukuh Atas, 5) Koridor 5 Jurusan Kampung Melayu – Ancol, 6) Koridor 6 Jurusan Ragunan – Latuharhari, 7) Koridor 7 Jurusan Kampung Rambutan – Kampung Melayu, 8) Koridor 10 Jurusan Cililitan – Tanjung Priok.

Sedangkan, sisanya ada 7 koridor yang belum beroperasi yakni: 1) Koridor 8 Jurusan Lebak Bulus – Daan Mogot; 2) Koridor 9; 3) Koridor 11;

4), Koridor 12; 5) Koridor 13; 6) Koridor 14; dan 7) Koridor 15. Semua koridor tersebut sedang dalam pelaksanaan pekerjaan..

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka secara umum rumusan masalah dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan – pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pendapat masyarakat pengguna terhadap kualitas pelayanan Transjakarta Busway Koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta?
2. Bagaimana pendapat masyarakat pengguna terhadap kepuasan pelayanan Transjakarta Busway Koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan masyarakat pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pendapat masyarakat pengguna terhadap kualitas pelayanan Transjakarta Busway Koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta.
2. Untuk mengetahui pendapat masyarakat pengguna terhadap kepuasan pelayanan Transjakarta Busway Koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan masyarakat pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari Penelitian ini diharapkan dapat memberikan setidaknya manfaat sebagai berikut:

1. Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi pengembangan jasa layanan Transjakarta Busway, apakah kualitas dari jasa pelayanan itu menentukan kepuasan pelanggan. Melalui analisa yang dilakukan akan diketahui faktor apa saja yang paling menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja layanan Transjakarta Busway Koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta.
2. Penelitian ini dapat mengungkapkan dimensi kinerja jasa apa saja yang dinilai penting oleh konsumen dan sekaligus mengetahui sejauh mana jasa yang telah diberikan Transjakarta Busway Koridor 2 kepada konsumen.
3. Penelitian ini diharapkan akan diperoleh informasi yang akan berguna bagi manajemen Transjakarta Busway agar memfokuskan prioritas program kepuasan konsumen pada atribut mana yang dinilai paling penting dan memberikan kepuasan yang paling tinggi.
4. Bagi dunia pendidikan, diharapkan hasil penelitian ini dapat memperkaya khasanah pengetahuan dan juga bisa menjadi referensi untuk kemungkinan penulisan penelitian di masa yang akan datang.

5. Bagi penulis selaku peneliti, dari hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam penyusunan tesis yang merupakan persyaratan kelulusan dari Program Pascasarjana Magister Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu (STIEKU).

E. Keterbatasan Penelitian

Untuk membatasi ruang lingkup permasalahan dan pembahasan di dalam penelitian ini, maka penulis menetapkan beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Lingkup penelitian, dalam hal ini kesulitan yang dihadapi adalah besarnya lingkup penelitian. Hal ini dikarenakan besarnya tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh Transjakarta Busway Koridor 2 jurusan Pulogadung – Harmoni, sehingga jawaban yang didapatkan begitu majemuk.
2. Tempat dan waktu penelitian. Untuk mendapatkan hasil yang lebih signifikan banyak tempat atau halte yang harus didatangi untuk mendapatkan jawaban yang lebih pasti, kemudian waktu penelitian yang terbatas dikarenakan penulis harus bekerja sehingga hasil penelitian yang didapatkan mungkin tidak maksimal.
3. Responden yang majemuk, responden yang ada untuk ditanyakan datang dari berbagai tingkatan dan latar belakang yang berbeda sehingga jawaban yang didapatkan tidak dapat digeneralisasi secara pasti. Kesiapan dan kejujuran dari masing-masing responden, terutama keengganan dalam

pengisian kuesioner sehingga sedikit menyulitkan dalam memperoleh data yang objektif.

4. Pengguna jasa pelayanan yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah penumpang Transjakarta Busway Koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Kualitas Pelayanan Jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa.

a. Jasa

Kotler (2003 : 111) mengatakan bahwa Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin saja tidak terkait dengan produk fisik. Biasanya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Christopher dan Jochen Wirtz (2007:15) mengemukakan definisi jasa sebagai berikut: Service are economic activities offered by one party to another, most commonly employing time-based performances to bring about desired results in recipients themselves or in objects or other assets for which purchasers have responsibility. Menurut Lupiyoadi (2001 : 5), jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam

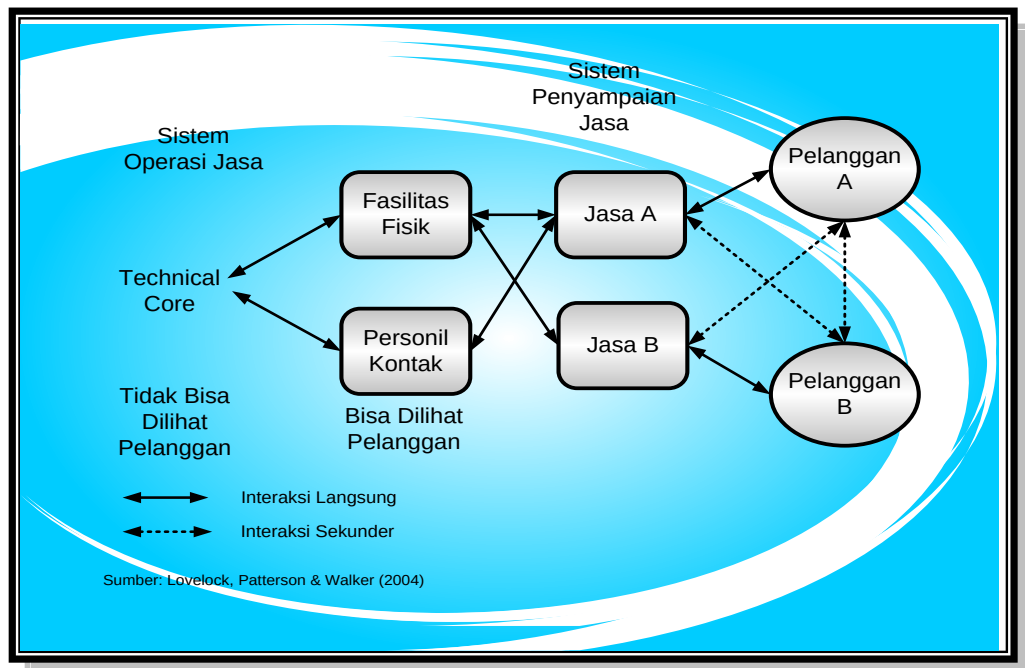
bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

Secara garis besar konsep *service* atau jasa mengacu pada tiga lingkup definisi utama: industri, output atau penawaran, dan proses (Johns, 1999 dalam Tjiptono dan Chandra, 2005 : 9). Dalam konteks industri, istilah jasa digunakan untuk menggambarkan berbagai sub-sektor dalam kategorisasi aktivitas ekonomi, seperti transportasi, finansial, perdagangan ritel, personal service, kesehatan, pendidikan dan layanan publik. Dalam lingkup penawaran, jasa dipandang sebagai produk intangible yang outputnya lebih berupa aktivitas ketimbang produk fisik (contohnya makanan di restoran dan pesawat di jasa penerbangan). Sebagai proses, jasa mencerminkan penyampaian jasa inti, interaksi personal, kinerja (*performances*) dalam arti luas (termasuk di dalamnya drama dan keterampilan), serta pengalaman layanan.

William J. Stanton (1991 dalam Alma, 2007 : 243) jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak. Zeithaml dan Bitner (2000 dalam Alma, 2007 : 243) jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya bukan produk dikonsumsi bersamaan dengan waktu

produksi dan memberikan nilai tambah (seperti kenikmatan, hiburan, santai, sehat) bersifat tidak berwujud. Sementara itu, Lovelock, Patterson and Walker (2004 dalam Tjiptono dan Chandra, 2005 : 8) mengemukakan perspektif *service* sebagai sebuah sistem. Dalam persepektif ini, setiap bisnis jasa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama:

Gambar 2.1.
Jasa Sebagai Sebuah Sistem



Sumber: Lovelock, Patterson & Walker (2004 dalam Tjiptono dan Chandra, 2005 : 9)

- 1) Operasi jasa (*service operations*), Dimana masukan (*input*) diproses dan elemen-elemen produk jasa diciptakan
- 2) Penyampaian jasa (*service delivery*), Dimana elemen-elemen produk jasa tersebut dirakit, dirampungkan dan disampaikan kepada pelanggan (tertera pada gambar 2.1.)

Sebagian dari sistem ini tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula *front office* atau *frontstage*), sementara sebagian lainnya tidak tampak atau bahkan tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*).

Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap penampilan yang ditawarkan oleh pihak konsumen

b. Kualitas Jasa

Persoalan kualitas dalam dunia bisnis kini sepertinya sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar ia dapat tetap *survive* dalam bisnisnya. Dahulu, kualitas masih dapat menjadi senjata agar perusahaan, lebih-lebih perusahaan jasa dapat menghasilkan kualitas yang sama, tentu saja persoalan kualitas bukanlah satu-satunya senjata andalan untuk bersaing tetapi sudah menjadi tiket yang harus dibayar untuk masuk ke dunia bisnis.

Menurut *American Society for Quality Control* (dalam Lupiyoadi, 2001:144) kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan

karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Goetsch & Davis (1994 dalam Lupiyoadi, 2001 : 110) mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

c. Dimensi kualitas jasa

Dimensi Kualitas bagi perusahaan jasa mempunyai beberapa perbedaan dengan perusahaan manufaktur. Adapun dimensi kualitas untuk perusahaan jasa adalah (Philip Kotler, 2005:123):

- 1) Keandalan (reliability): Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- 2) Keresponsifan (responsiveness): Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan
- 3) Jaminan (Assurance): Pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
- 4) Empati (emphaty): Kesiediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan
- 5) Berwujud (tangible); Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi.

d. Karakteristik Jasa

Karakteristik Jasa, menurut Philip Kotler (2005:112) karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) tidak berwujud (*intangible*): Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.
- 2) tidak dapat dipisahkan (*inseparability*): Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.
- 3) bervariasi (*variability*): Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi di mana jasa tersebut diberikan.
- 4) tidak tahan lama (*perishability*): Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan.

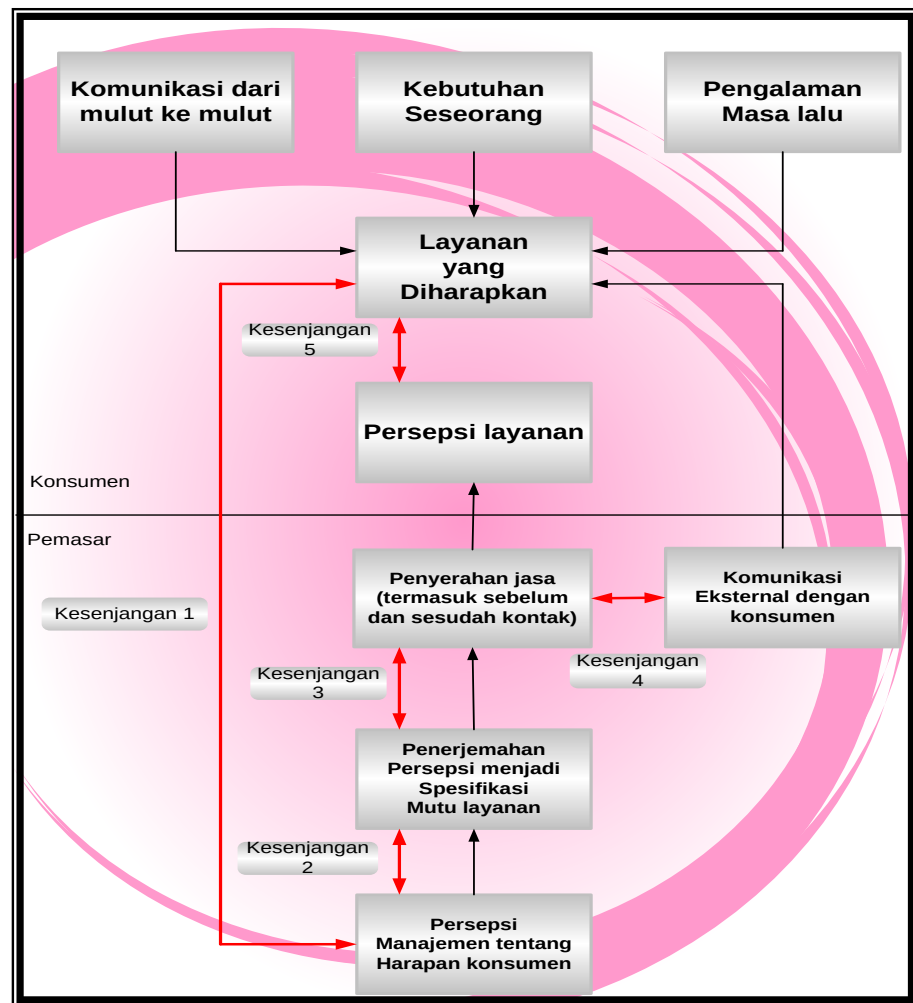
e. Kesenjangan Jasa

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1991 dalam J. Supranto 2006 : 230) membentuk model kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan. Adapun model di bawah ini mengidentifikasikan lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa (lihat Gambar 2.2.), yaitu:

- 1) Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.
Dalam hal ini, manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan
- 2) Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa: Dimana manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
- 3) Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.
Dimana para personel mungkin tidak terlatih baik dan tidak mampu memenuhi standar.
- 4) Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
Dalam hal ini, harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil-wakil dan iklan perusahaan.
- 5) Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan.
Hal ini biasanya terjadi bila konsumen mengukur kinerja

perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa.

Gambar 2.2
Kesenjangan Kualitas Jasa



Sumber : Parasuraman, Valarie A. Zeithamal dan Leonard L. Berry A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Resear Journal of Marketing, Fall 1985 (dalam J Supranto, 2006 : 232)

Berbagai hasil studi menunjukkan, bahwa perusahaan jasa yang dikelola dengan sangat baik memiliki sejumlah persamaan, di antaranya adalah (Philip Kotler, 2005:124):

- 1) Konsep Strategis: Perusahaan-perusahaan jasa yang terbesar “terobsesi dengan pelanggan.” Perusahaan-perusahaan ini memiliki pengertian yang jelas mengenai pelanggan sasaran dan kebutuhan-kebutuhan mereka. Perusahaan ini telah mengembangkan strategi khusus untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan ini.
- 2) Komitmen Manajemen Puncak: Tidak hanya melihat pada prestasi keuangan bulanan, melainkan juga pada kinerja jasa.
- 3) Standar Yang Tinggi: Penyedia jasa terbaik menetapkan standar kualitas jasa yang tinggi, antara lain berupa kecepatan respon terhadap keluhan pelanggan, ketetapan
- 4) Teknologi Swa-Layan (*SSTS – Self-Service Technologies*): Banyak interaksi layanan antara orang dan orang sedang digantikan dengan teknologi swa-layan. Selain mesin penjual tradisional, kita dapat menambahkan Anjungan Tunai Mandiri (ATM), pengisian sendiri di pompa bensin, check out sendiri di hotel-hotel, pembelian tiket sendiri di internet, pemesanan produk sesuai selera sendiri di internet.
- 5) Sistem Pemantauan: Perusahaan-perusahaan besar mengaudit kinerja layanannya, baik kinerjanya sendiri maupun kinerja pesaing, secara teratur.

- 6) Memuaskan Keluhan Pelanggan: Pelanggan yang keluhannya diselesaikan dengan memuaskan sering menjadi lebih setia kepada perusahaan daripada pelanggan yang tidak pernah dipuaskan.
- 7) Memuaskan Karyawan dan juga pelanggan: Perusahaan-perusahaan jasa yang unggul tahu bahwa sikap karyawan yang positif akan meningkatkan loyalitas pelanggan yang lebih kuat.

Sama seperti produk, maka kualitas pelayanan juga merupakan driver kepuasan pelanggan yang bersifat multidimensi. Selama 20 tahun terakhir ini, banyak studi yang telah mencoba untuk melakukan eksplorasi terhadap dimensi dari kualitas pelayanan. Salah satu pakar dari Swedia Gronroos (dalam Irawan, 2007 : 57) mengatakan: ada 3 dimensi dari kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) *Technical quality*, yaitu yang berhubungan dengan outcome suatu pelayanan.
- 2) *Functional quality* yang lebih banyak berhubungan dengan proses delivery atau bagaimana pelayanan diberikan kepada pelanggan.
- 3) *Image* atau reputasi dari produsen yang menyediakan jasa

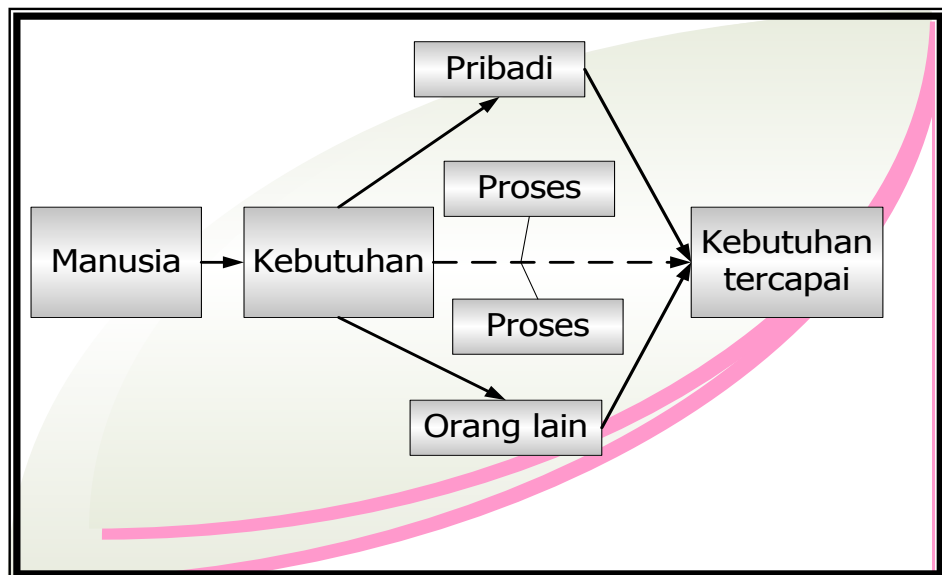
f. Pelayanan Sebagai Proses

Pelayanan yang memuaskan adalah pelayanan yang diberikan kepada seseorang dengan penuh keikhlasan. Pelayanan yang mendahulukan kepentingan orang lain ketimbang kepentingan pribadi semata. Pelayanan yang memuaskan adalah pelayanan yang

berorientasi jangka panjang yang merupakan sebuah proses sebelum mencapai hasil yang memuaskan.

Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya manusia berusaha, baik melalui aktivitas sendiri, maupun secara tidak langsung melalui aktivitas orang lain. Pelayanan sebagai proses menurut H.A.S. Moenir (2006:17) adalah serangkaian kegiatan karena itu ia merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat. Kebutuhan manusia akan layanan dapat digambarkan melalui teori *Life Cycle Theory of Leadership* (LCTL).

Gambar 2.3.
Pelayanan Sebagai Proses



Sumber: Moenir (2006 : 17)

Dari Gambar 2.3. di atas dapat dinyatakan bahwa secara kodrati manusia dalam rangka mempertahankan hidupnya sangat memerlukan

pelayanan baik dari diri sendiri maupun melalui karya orang lain. Layanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada 2 jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi.

Secara naluriah hal ini dapat ditelusuri dari sejak manusia lahir ke dunia fana ini. Sejak proses pembentukan janin dalam tubuh seorang ibu sudah dimulai adanya fungsi pelayanan dalam bentuk kerja-sama suami istri, sampai proses kelahiran, perawatan anak, pendewasaan sampai pada saat pembentukan keluarga baru, tidak terlepas dari pelayanan. Pendekataan seluruh hidupnya manusia itu tergantung pada fungsi pelayanan, dalam berbagai ragam corak dan bentuk serta kualitasnya.

2. Kepuasan Pelanggan

a. Kepuasan

Menurut Philip Kotler (2005 : 70) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Mohammad Iqbal (2007 : 25) mendefinisikan kepuasan sebagai berikut: “Kepuasan pelanggan bisa terwujud karena pelayanan yang memuaskan. Kualitas produk, keberadaan produk pada saat yang

dikehendaki, bentuk kemasan yang *compact*, ruangan yang nyaman, atau keramahtamahan karyawan adalah berbagai bentuk dari pelayanan yang memauskan. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah refleksi dari sebuah pelayanan.”

Pelanggan yang merasa tidak puas, bisa beralih kepada produk sejenis yang dikeluarkan perusahaan lain atau kompetitor. Agar pelanggan tidak lari ke kompetitor kita, maka sedini mungkin, setiap perusahaan harus mencegah munculnya ketidakpuasan pelanggan.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Oliver,1980). Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas.

Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang diharapkan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima pekerjaan seseorang atau perusahaan, maka hanya merekalah yang dapat

menentukan kebutuhan yang ingin dipenuhi serta kualitas yang diharapkan. Perusahaan harus menyadari pentingnya kepuasan pelanggan terhadap kelangsungan hidup perusahaannya.

b. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Kotler (2005 : 72) mengemukakan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Sistem keluhan dan saran

Perusahaan seharusnya menyediakan kotak saran, kartu komentar atau customer hot line untuk memberi kemudahan bagi konsumen dalam menyampaikan saran dan keluhannya. Perusahaan juga menggunakan situs *Web* dan *e-mail* untuk komunikasi dua arah yang cepat.

2) Survey kepuasan pelanggan

Perusahaan yang tanggap mengukur kepuasan pelanggan secara langsung dengan melakukan survey secara berkala. Sambil mengumpulkan data pelanggan perusahaan tersebut juga perlu bertanya lagi guna mengukur minat membeli ulang dan mengukur kecenderungan atau kesediaan merekomendasikan perusahaan dan merek ke orang lain.

3) Belanja siluman (*ghost shopping*)

Perusahaan dapat membayar orang untuk berperan sebagai calon pembeli guna melaporkan titik kuat dan titik lemah yang dialami sewaktu membeli produk perusahaan dan pesaing.

4) Analisis pelanggan yang hilang (*lost customer analysis*)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang telah berpindah kepada perusahaan pesaing untuk mempelajari mengapa hal tersebut dapat terjadi.

Salah satu konsep dasar dalam memuaskan pelanggan, minimal mengacu pada:

- 1) Keistimewaan yang terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif yang dapat memenuhi keinginan pelanggan dan dengan demikian dapat memberikan kepuasan dalam penggunaan produk itu.
- 2) Kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan.

Acuan dari kualitas seperti dijelaskan diatas menunjukkan bahwa kualitas selalu berfokus pada kepentingan / kepuasan pelanggan (*customer focused quality*), sehingga dengan demikian produk-produk didesain, diproduksi, serta pelayanan diberikan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Oleh karena itu, maka kualitas mengacu pada segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan, suatu produk

yang dihasilkan baru dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan, dapat dimanfaatkan dengan baik serta diproduksi dengan cara yang baik dan benar.

c. Pelayanan Prima

Untuk memenuhi keinginan masyarakat (pelanggan), Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (MENPAN) dalam keputusannya Nomor : 81/1995 menegaskan bahwa pelayanan yang berkualitas hendaknya sesuai dengan sendi-sendi sebagai berikut :

- 1) Kesederhanaan, dalam arti bahwa prosedur / tata cara pelayanan diselenggarakan secara mudah, lancar, cepat dan tidak berbelit-belit serta mudah difahami dan dilaksanakan.
- 2) Kejelasan dan kepastian, menyangkut : Prosedur / tata cara pelayanan umum, Persyaratan pelayanan umum, baik teknis maupun administratif, Unit kerja atau pejabat yang bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan umum, Rincian biaya / tarif pelayanan umum dan tata cara pembayarannya, Jadwal waktu penyelesaian pelayanan umum, Hak dan kewajiban baik dari pemberi maupun penerima pelayanan umum berdasarkan bukti-bukti penerimaan permohonan / kelengkapannya, sebagai alat untuk memastikan pemrosesan pelayanan umum, Pejabat yang menerima keluhan pelanggan (masyarakat)

- 3) Keamanan, dalam arti bahwa proses serta hasil pelayanan umum dapat memberikan keamanan dan kenyamanan serta dapat memberikan kepastian hukum.
- 4) Keterbukaan, dalam arti bahwa prosedur/tata cara, persyaratan, satuan kerja/pejabat penanggung jawab pemberi pelayanan umum, waktu penyelesaian dan rincian biaya/tarif dan hal-hal lain yang berkaitan dengan proses pelayanan umum wajib diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan difahami oleh masyarakat, baik diminta maupun tidak diminta.
- 5) Efisien, meliputi: Persyaratan pelayanan umum hanya dibatasi pada hal-hal yang berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan umum yang diberikan, dicegah adanya pengulangan pemenuhan kelengkapan persyaratan, dalam hal proses pelayanannya mempersyaratkan kelengkapan persyaratan dari satuan kerja/instansi pemerintah lain yang terkait.
- 6) Ekonomis, dalam arti pengenaan biaya pelayanan umum harus ditetapkan secara wajar dengan memperhatikan: Nilai barang atau jasa pelayanan umum dengan tidak menuntut biaya yang tinggi diluar kewajaran, Kondisi dan kemampuan pelanggan (masyarakat) untuk membayar secara umum, Ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku

- 7) Keadilan yang merata dalam arti cakupan atau jangkauan pelayanan umum harus diusahakan seluas mungkin dengan distribusi yang merata dan diperlakukan secara adil.
- 8) Ketepatan waktu, dalam arti pelaksanaan pelayanan umum dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.

Kompetensi pelayanan prima yang diberikan oleh aparatur pemerintahan kepada masyarakat, selain dapat dilihat dalam keputusan Menpan nomor 81/1993, juga dipertegas dalam instruksi Presiden nomor 1/1995 tentang peningkatan kualitas aparatur pemerintah kepada masyarakat. Oleh karena itu, kualitas pelayanan masyarakat dewasa ini tidak dapat diabaikan lagi, bahkan hendaknya sedapat mungkin disesuaikan dengan tuntutan era globalisasi.

Kehidupan berbangsa dan bermasyarakat dalam era globalisasi tidak akan terhindarkan, dimana kehidupan dalam era ini ditandai dengan ketatnya persaingan disegala bidang kehidupan, baik kehidupan berbangsa maupun dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu, maka kualitas pelayanan merupakan salah satu jawaban dalam menghadapi kehidupan tersebut (Triatmojo : 2007)

d. CRM (Customer Relation Management)

Dalam Mempertahankan Pelanggan (CRM), kebanyakan teori dan praktek pemasaran lebih berpusat pada seni menarik pelanggan baru daripada mempertahankan dan mengembang-biakkan pelanggan

yang sudah ada. Penekanan biasanya pada penjualan dan bukannya pada pembentukan relasi; pada pra-penjualan serta penjualan dan bukan pada perhatian terhadap pelanggan sesudah penjualan. Akan dianggap bijaksana jika perusahaan mengukur pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

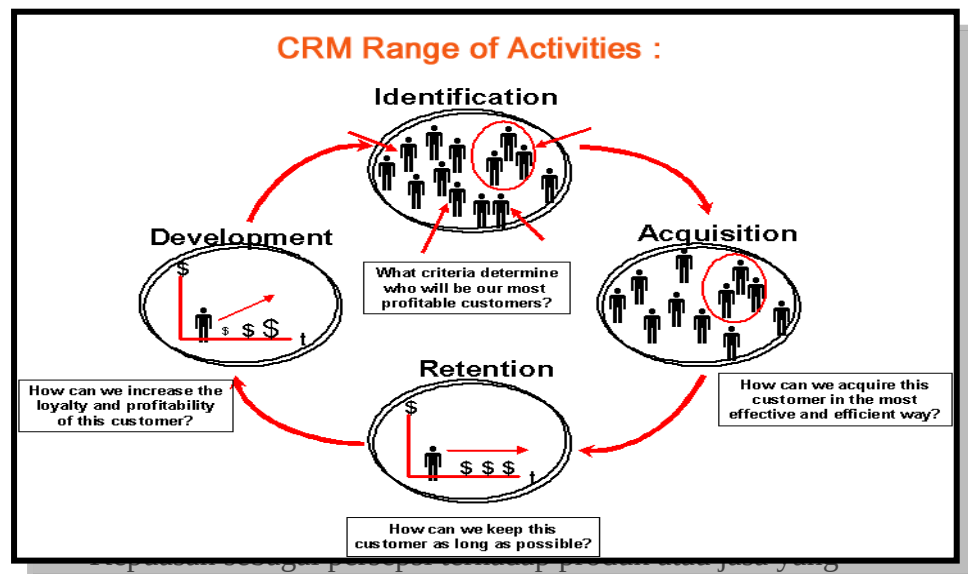
Menurut Francis Buttle (2007 : 48) *Customer Relationship Management* (CRM) adalah strategi inti dalam bisnis yang mengintegrasikan proses-proses dan fungsi-fungsi internal dengan semua jaringan eksternal untuk menciptakan serta mewujudkan nilai bagi para konsumen sasaran secara profitabel. CRM didukung oleh data konsumen yang berkualitas dan teknologi informasi.

Ciptamaya.com mendefinisikan CRM sebagai proses dari beberapa tahapan yang terdiri dari Identifikasi, akuisisi, retensi dan pengembangan customer yang memberikan kontribusi yang besar kepada perusahaan dengan cara memfokuskan strateginya yaitu dengan cara menjaga hubungan dengan customer secara efektif dan efisien sehingga hubungan tersebut menjadi hubungan seumur hidup (*lifetime*) yang menguntungkan.

CRM sendiri bukanlah sebuah konsep, melainkan sebuah perubahan paradigma untuk perusahaan-perusahaan – dimana CRM itu adalah pola hidup yang bertujuan untuk mengajak customernya menjadi partner dalam perusahaan tersebut dan berkembang untuk

mendapatkan keuntungan bersama. Gambar 2.4. menggambarkan CRM suatu proses beberapa tahapan yang terdiri dari Indentifikasi, akuisisi, retensi dan pengembangan customer.

Gambar 2.4.
CRM (Customer Relationship Management)



Sumber: <http://www.ciptamaya.com> : 2007)

Telah memenuhi harapannya. Karena itu, pelanggan tidak akan puas, apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Pelanggan akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan. Pertama yang terpenting adalah persepsi dan bukan aktual.

Jadi, bisa terjadi bahwa secara aktual, suatu produk atau jasa mempunyai potensi untuk memenuhi harapan pelanggan tetapi ternyata hasil dari persepsi pelanggan tidak sama dengan yang diinginkan oleh produsen. Ini bisa terjadi karena adanya gap dalam komunikasi.

Kedua, kepuasan pelanggan sangat bergantung pada harapan pelanggan. Oleh karena itu, strategi kepuasan pelanggan haruslah didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan. Harapan pelanggan, kadang-kadang dapat dikontrol oleh perusahaan. Yang lebih sering, produsen tidak mampu mengontrol harapan mereka. Inilah yang membuat kepuasan pelanggan menjadi dinamis.

Kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Karena itu, siapa pun yang terlibat dalam urusan kepuasan pelanggan, ia telah melibatkan diri dalam urusan jangka panjang. Upaya memuaskan pelanggan adalah pengalaman panjang yang tidak mengenal batas akhir (Irawan, 2007 : 3).

B. Kerangka Pemikiran

Sesuai dengan uraian yang telah dikemukakan pada tinjauan teoritis, tentang kualitas pelayanan jasa dan hubungannya dengan kepuasan pelanggan, maka dapatlah diangkat dan dikemukakan kerangka pemikiran sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Jasa

Kualitas Pelayanan Jasa yang disediakan Busway Transjakarta diarahkan kepada penumpang Transjakarta Busway Koridor 2. Dimana koridor 2 untuk bus TransJakarta beroperasi dengan jurusan Terminal Pulo Gadung (Jakarta Timur) sampai Halte Harmoni Central Busway (Jakarta Pusat). Jalan-jalan yang dilalui Koridor 2 adalah sepanjang Jalan Perintis Kemerdekaan, Suprpto, Senen Raya, Pejambon, Medan Merdeka Timur, Veteran, dan berputar di Halte Harmoni Central Busway. Untuk arah sebaliknya melewati Jalan Medan Merdeka Barat, Medan Merdeka Selatan, Kwitang, Suprpto, dan seterusnya hingga kembali ke Terminal Pulo Gadung. Halte-halte yang dilalui bus TransJakarta Koridor 2 adalah: Terminal Pulo Gadung, Bermis, Pulomas, ASMI, Pedongkelan, Cempaka Timur, RS Islam, Cempaka Tengah, Pasar Cempaka Putih, Rawa Selatan, Galur, Senen (Transfer ke koridor 5), Atrium, RSPAD, Deplu, Gambir 1, Masjid Istiqlal, Juanda, Pecenongan, Harmoni Central Busway (Transfer ke koridor 1 dan 3), Balaikota, Gambir 2, Kwitang.

Kualitas Pelayanan Jasa yang disediakan Transjakarta Busway Koridor 2 antara lain, berwujud (*tangibles*) meliputi: fasilitas bus, halte, jembatan dan penampilan karyawan. Keandalan (*Reliability*) meliputi: memenuhi janjinya, sesuai jadwal, kecepatan pelayanan, prosedur pelayanan. Ketanggapan (*responsiveness*) meliputi: penanganan keluhan, membantu mengatasi kesulitan, cepat tanggap, memberikan informasi. Keyakinan (*Assurance*) meliputi: pengetahuan karyawan ketrampilan

karyawan, reputasi karyawan, jaminan keamanan. Empati (*empathy*) meliputi: perhatian pada pelanggan, perhatian pada keluhan pelanggan, sopan santun, keramahan.

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan tercemin dari apa yang diterima oleh pelanggan jasa Transjakarta Busway Koridor 2 dari layanan jasa yang disediakan oleh Transjakarta Busway. Kepuasan ini sebagai akibat dari kualitas layanan berupa tanggapan yang diberikan Transjakarta Busway Koridor 2 melalui unsur-unsur berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Kepuasan pelanggan dapat dijadikan suatu ukuran dalam mengidentifikasi kesesuaian antara kebutuhan, keinginan dan keuntungan (*benefit*) dari pelanggan dengan tanggapan jasa yang disediakan oleh Transjakarta Busway.

C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dan kerangka teoritis tentang kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan, maka dapatlah diangkat suatu hipotesis penelitian yang tidak lain adalah jawaban sementara yang kebenarannya perlu diuji secara empiris. Sebagai jawaban sementara, penulis mencoba merumuskan hipotesis penelitian ini, sebagai berikut:

H₀: Tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta.

H₁: Terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab III ini akan dibahas tentang metodologi penelitian yang secara berturut-turut akan diuraikan tentang rancangan/metode penelitian, variabel dan pengukurannya, definisi operasional variabel, prosedur penarikan sampel (sampling), teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

A. Rancangan / Metode Penelitian

Penelitian bisnis adalah suatu proses sistematis dan objektif yang meliputi pengumpulan, pencatatan, dan analisa data untuk membantu pengambilan keputusan bisnis (Zikmund : 2000, dalam Kuncoro, 2003:2). Suatu penyelidikan sistematis yang memberikan informasi untuk menuntuk keputusan bisnis (Cooper & Emory: 1995, dalam Kuncoro, 2003:2). Penelitian ilmiah adalah aplikasi secara formal dan sistematis dari metode ilmiah untuk mempelajari dan menjawab permasalahan. (Kuncoro, 2003:3). Unit analisis adalah unit yang diteliti dan akan dijelaskan serta merupakan obyek penelitian yang dapat berupa individu, perorangan, kelompok, organisasi, masyarakat, hasil karya manusia, instansi dan sebagainya (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000:73).

Dari uraian tentang satuan analisis (unit of analysis) yang telah dikemukakan, maka dapatlah ditentukan satuan analisis yakni Transjakarta Busway Koridor II Pada Pemda DKI Jakarta dan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya.

Yang ingin dianalisis dalam penelitian ini adalah pengaruh yang menunjukkan kontribusi variabel-variabel bebas sebagai prediktor terhadap variabel terikat sebagai kriterium, maka analisis yang digunakan adalah studi asumsi klasik dan regresi. Dengan demikian desain penelitian bersifat korelasional, melalui desain ini akan diuji apakah ada pengaruh dan jika terdapat pengaruh, seberapa besar pengaruh yang terjadi di antara variabel-variabel yang diteliti.

B. Variabel Dan Pengukurannya

Ada 2 kategori penelitian dalam tesis ini, yakni penelitian deskriptif dan kuantitatif, sehingga pengukuran diarahkan pada variabel-variabel yang akan dianalisis secara perhitungan statistik. Adapun uraiannya sebagai berikut:

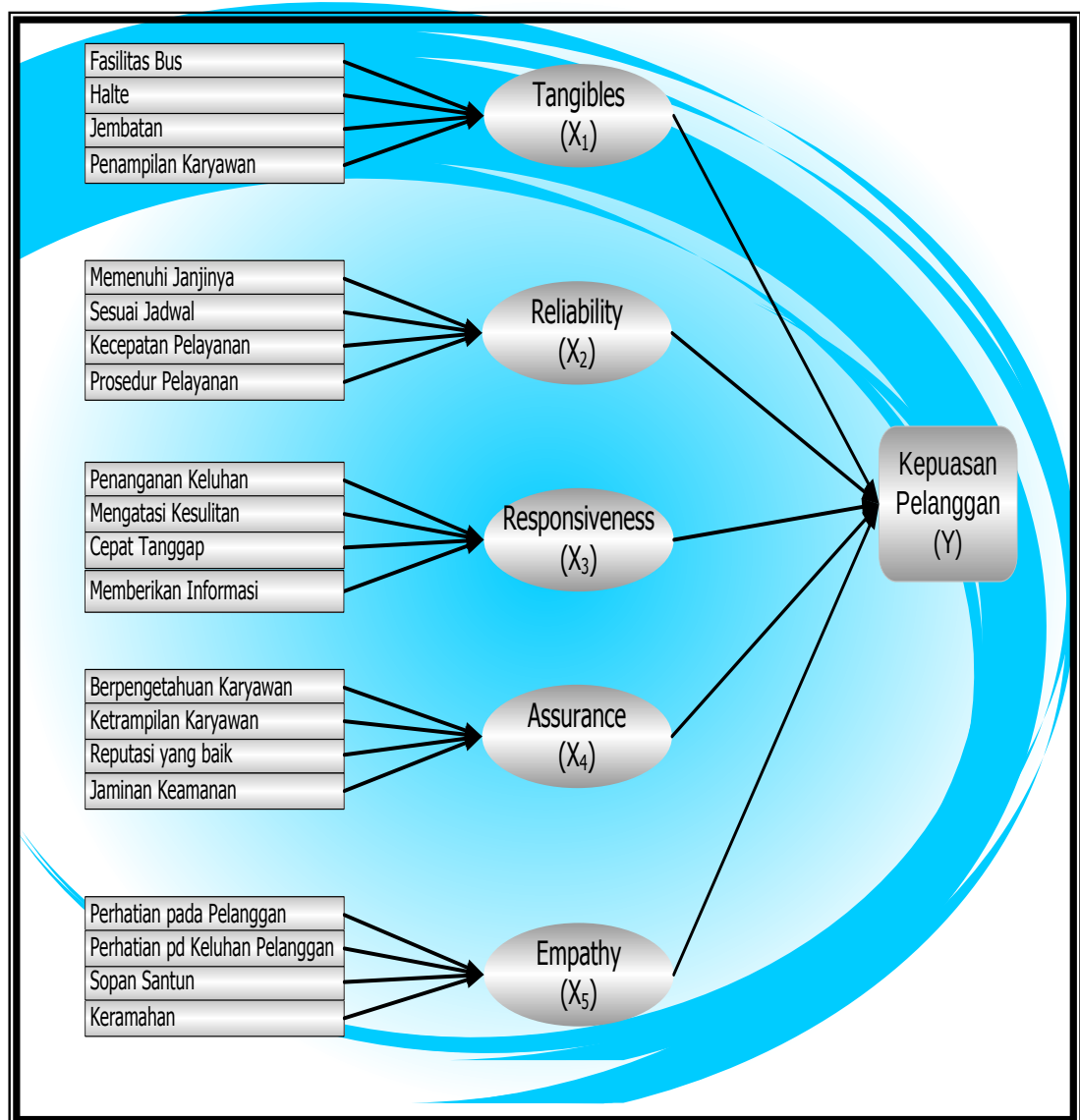
1. Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan jasa Transjakarta Busway Koridor 2 DKI Jakarta yang terdiri dari sub variabel mencakup berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), dan empati (*empathy*).
2. Untuk variabel dependent (terikat) adalah kepuasan masyarakat. Berdasarkan uraian pengukuran masing-masing variabel, sub variabel dan indikator, dapat disusun Matrik Instrumen penelitian sebagaimana digambarkan pada tabel 3.1. sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Matrik Instrumen Penelitian dan Pengukuran

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Ukur
Kualitas Pelayanan Jasa	<i>Tangibles</i>	Fasilitas Bus Halte Jembatan Penampilan karyawan	(Ordinal)
	<i>Reliability</i>	Memenuhi janjinya Sesuai jadwal Kecepatan pelayanan Prosedur pelayanan	(Ordinal)
	<i>Responsiveness</i>	Penanganan keluhan Mengatasi kesulitan Cepat tanggap Memberikan informasi	(Ordinal)
	<i>Assurance</i>	Pengetahuan karyawan Ketrampilan karyawan Reputasi karyawan Jaminan keamanan	(Ordinal)
	<i>Empathy</i>	Perhatian pada pelanggan Perhatian pd keluhan pelanggan Sopan santun Keramahan	(Ordinal)
Kepuasan Masyarakat	Semua sub konsep yang diterima oleh masyarakat	Semua indikator sub konsep yang diterima oleh masyarakat	(Ordinal)

Dengan demikian, dapat terlihat model dari variabel dan sub variabel pada Gambar 3.1. sebagai berikut:

Gambar 3.1.
Model dari Variabel dan Sub Variabel
Kualitas Pelayan Jasa dan Kepuasan Masyarakat



C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Jasa

Kualitas pelayanan merupakan driver kepuasan pelanggan yang bersifat multidimensi. Yang saat ini masih populer adalah konsep ServQual yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml. Konsep ServQual adalah konsep yang paling banyak digunakan oleh pelaku bisnis di seluruh dunia yang berkecimpung dalam hal pelayanan pelanggan. Ketika pertama konsep dari dimensi pelayanan diformulasikan, terdapat 10 dimensi. Setelah itu, disederhanakan menjadi 5 dimensi yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy (Irawan, 2007 : 57).

Kualitas pelayanan pelanggan dalam tesis ini dimaksudkan sebagai suatu bentuk pelayanan yang diberikan oleh Transjakarta Busway Koridor 2 kepada pelanggan.

- a. Berwujud (*tangibles*), yaitu dimensi pertama dari kualitas pelayanan menurut konsep ServQual adalah berwujud (*tangibles*). Karena suatu *service* tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba, maka aspek tangibles menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. (Irawan, 2007 : 58). Bukti langsung dalam penulisan ini adalah kemampuan Transjakarta Busway dalam menyediakan fasilitas bus, halte, jembatan, penampilan karyawan.

- b. Keandalan (*reliability*), yaitu dimensi yang mengukur keandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Dibandingkan dengan 4 dimensi kualitas pelayanan lainnya, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, dimensi ini sering dipersepsi paling penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa. Ada 2 aspek dari dimensi ini, pertama adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan; kedua adalah seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat dan tidak ada error. Dalam industri jasa, perusahaan bergantung pada manusia yang memang sudah konsisten. Yang lebih sulit lagi karena jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan. Oleh karena itu, tidak ada kesempatan bagi perusahaan jasa untuk memisahkan pelayanan yang benar dan pelayanan yang salah. Keandalan dalam tesis ini yaitu kemampuan memenuhi janjinya, sesuai jadwal, kecepatan pelayanan dan prosedur pelayanan.
- c. Ketanggapan (*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. Dalam bahasa ekonomi, waktu adalah scarce resource, karena itu, waktu sama dengan uang yang harus digunakan secara bijak. Oleh sebab itu, pelanggan akan tidak puas apabila waktunya terbuang percuma karena sudah kehilangan kesempatan lain

untuk memperoleh sumber ekonomi. Pelanggan akan siap untuk mengorbankan atau membayar pelayanan yang lebih mahal untuk setiap waktu yang dapat dihemat. Sama seperti dimensi pelayanan lainnya, maka kepuasan terhadap dimensi ketanggapan (*responsiveness*) adalah berdasarkan persepsi dan bukan aktualnya. Karena persepsi dan situasi fisik di sekeliling pelanggan yang menerima pelayanan merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi penilaian pelanggan. Daya tanggap dalam tesis ini adalah penanganan keluhan, mengatasi kesulitan, cepat tanggap, dan memberikan informasi.

- d. Keyakinan (*Assurance*), dimensi keempat dari 5 dimensi kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu dimensi yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya. Dengan demikian yang dimaksud Assurance dalam tesis ini adalah pengetahuan karyawan, ketrampilan karyawan, reputasi karyawan, dan jaminan keamanan.
- e. Empati (*empathy*), dimensi kelima dari kualitas pelayanan. Secara umum, dimensi ini memang dipersepsi kurang penting dibandingkan dimensi kehandalan (*reliability*) dan ketanggapan (*responsiveness*) dimata kebanyakan pelanggan. Akan tetapi, untuk kelompok pelanggan the have dimensi ini bisa menjadi dimensi yang paling penting. Ini sesuai dengan teori perkembangan kebutuhan manusia dari Maslow. Pada tingkat semakin tinggi, kebutuhan manusia tidak

lagi dengan hal-hal yang primer. Setelah kebutuhan fisik, keamanan, dan sosial terpenuhi, maka dua kebutuhan lagi akan dikejar oleh manusia yaitu kebutuhan ego dan aktualisasi. Dua kebutuhan terakhir dari teori Maslow inilah yang banyak berhubungan dengan dimensi empati. Pelanggan mau egonya seperti gengsinya dijaga dan mereka mau statusnya di mata banyak orang dipertahankan dan apabila perlu ditingkatkan terus-menerus oleh perusahaan penyedia jasa. Dimensi empati (*emphaty*) adalah dimensi yang memberikan peluang besar untuk memberikan pelayanan yang bersifat surprise. Dalam tesis ini dimensi empati (*emphaty*) meliputi perhatian pada pelanggan, perhatian pada keluhan pelanggan, sopan santun, dan keramahan.

2. Kepuasan Pelanggan

Satisfaction adalah kata dari bahasa latin, yaitu satis yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Jadi, produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk dan jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup. Oleh karena itu karyawan perlu diyakinkan terus-menerus, bahwa menjaga kepuasan pelanggan adalah bak menabur benih yang sehat. Perusahaan akan menuai laba pada saatnya. Kepuasan pelanggan dalam tesis ini dimaksudkan sebagai tindakan perasaan dari individu atau orang-orang yang terlibat hubungan dengan Busway Transjakarta Koridor 2, dimana orang-orang ini merupakan orang-orang yang menduduki posisi kunci dalam melakukan hubungan operasional. Kepuasan pelanggan

diukur berdasarkan seluruh unsur-unsur dari kelima dimensi pelayanan pelanggan.

D. Prosedur Penarikan Sampel (Sampling)

Prosedur penarikan sampel, meliputi penetapan populasi, penentuan kerangka sampel, pemilihan metode sampling, dan penentuan besarnya sampel, sehingga penjelasannya sebagai berikut:

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta yang dikelola oleh BLU Transjakarta Busway, dimana mereka adalah pengguna yang pernah merasakan pelayanan jasa Transjakarta Busway. Masyarakat pengguna yang pernah merasakan pelayanan jasa Transjakarta Busway tentunya relative besar.

2. Kerangka Sampel

Kerangka sampel ditentukan sebagai berikut 112 masyarakat pengguna Transjakarta Busway. Jadi $n = 112$, yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, dimana 112 masyarakat pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 akan diberikan daftar pertanyaan (kuesioner) dan diharapkan seluruh pertanyaan dapat dijawab dengan jujur dan akurat.

3. Pemilihan Metode

Penetapan sampel akan dilakukan secara acak berstrata proporsional (*proportional stratified random sampling*), artinya tiap-tiap kelompok (strata) yang ada dalam populasi harus diwakili dalam sampel secara proporsional yang ditetapkan secara random di mana semua individu dalam populasi diberi kesempatan yang sama untuk ditugaskan menjadi anggota sampel (Hadi, 1991). Penelitian ini diarahkan untuk mendapatkan skor jawaban tentang pelayanan jasa yang diberikan serta kepuasan masyarakat yang dilayani oleh Transjakarta Busway.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Dalam pengumpulan data, dikenal beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Teknik pengumpulan data primer yang akan dilakukan pada penelitian ini dengan cara:

- 1) Observasi (pengamatan), yaitu cara pengumpulan data melalui pencatatan secara cermat dan sistematis langsung pada objek penelitian.
- 2) Wawancara (interview), yaitu cara pengumpulan data melalui tanya jawab langsung.

- 3) Pengisian kuesioner adalah sejumlah daftar pertanyaan yang didistribusikan untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti. Kuesiner pada umumnya meminta keterangan tentang fakta yang diketahui oleh responden atau mengenai pendapat atau sikap dalam bentuk pertanyaan yang menyangkut variabel penelitian.

b. Data Sekunder

Sedangkan teknik pengumpulan data sekunder yang akan dilakukan pada penelitian ini dengan cara:

- 1) Mempelajari laporan atau data yang dikeluarkan oleh Transjakarta Busway melalui <http://suaratransjaakrta.org>.
- 2) Studi kepustakaan, yaitu dengan mempelajari buku-buku, catatan kuliah, makalah-makalah, bahan seminar, jurnal dan lain-lain.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pengisian kuesioner dalam mengumpulkan data primer sedang untuk data sekunder diperoleh dengan mempelajari laporan atau data yang berhubungan dengan masalah Transjakarta Busway yang diperoleh dari sumber kepustakaan baik itu dari Operator Transjakarta Busway, Perpustakaan, dan Website Transjakarta Busway yang ada di internet.

2. Teknik Pengumpulan Data

Adapun instrumen yang digunakan adalah daftar pertanyaan dengan menggunakan skala ordinal (ordinal scale) dengan 5 kategori untuk masing-masing pertanyaan, dimana dapat diuraikan sebagai berikut:

Untuk pertanyaan variabel independen dalam hal ini Kualitas Pelayanan Jasa, jawabannya adalah:

Tabel 3.2.
Skor Jawaban untuk Variabel Independen
Kualitas Pelayanan Jasa

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Baik	1
Tidak Baik	2
Cukup Baik	3
Baik	4
Sangat Baik	5

Sedangkan uraian nomor item dari daftar pertanyaan Kualitas Pelayanan Jasa dan Kepuasan Masyarakat Pengguna adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3.
Uraian Nomor Item Pertanyaan dari Daftar Pertanyaan Kualitas Pelayanan Jasa dan Kepuasan Masyarakat

Variabel Kualitas Pelayanan Jasa	Nomor Item Pertanyaan	Jumlah
Tangibles (X_1)	1,2,3,4	4
Reliability (X_2)	5,6,7,8	4
Responsiveness (X_3)	9,10,11,12	4
Assurance (X_4)	13,14,15,16,	4
Emphaty (X_5)	17,18,19,20	4
Kepuasan Masyarakat (Y)	21,22,23,24,25,26,27,28,29,30 31,32,33,34,35,36,37,38,39,40	20

Sedangkan jawaban untuk variabel dependent tentang kepuasan masyarakat pengguna sebagai berikut:

Tabel 3.4.
Skor Jawaban untuk Variabel Dependen Kepuasan Masyarakat

Keterangan	Skor
Sangat Tidak Puas	1
Tidak Puas	2
Cukup Puas	3
Puas	4
Sangat Puas	5

Sebagai pedoman interpretasi untuk melihat kuat atau lemahnya hubungan berdasarkan hasil koefisien korelasi (R) dapat ditampilkan dalam tabel 3.5.

Tabel 3.5.
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,20	Sangat Lemah
0,21 – 0,40	Lemah
0,41 – 0,70	Kuat
0,71 – 0,90	Sangat Kuat
0,91 – 1,00	Kuat Sekali

Sumber : Sujarweni (2007 : 72)

Alat bantu pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner. Dari kuesioner ini diharapkan dapat terkumpul informasi yang akurat dari responden, sehingga informasi yang diperoleh dari contoh dapat menggambarkan keadaan pengguna Transjakarta Busway koridor 2 Pemda DKI Jakarta. Pada penelitian ini kuesioner dipilih sebagai alat bantu pengumpulan data berdasarkan pertimbangan, bahwa kuesioner dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya, serta datanya lebih mudah diolah (Hague, 1995). Selain data kuesioner, sebagai pelengkap data utama dilakukan pula wawancara singkat. Hal ini sesuai dengan pendapat Koentjaraningrat (1993), bahwa metode wawancara pada suatu penelitian merupakan alat bantu untuk mengisi kekurangan informasi yang tidak tercatat pada penelitian survei.

Sebelum disebar, kuesioner terlebih dahulu diuji coba kepada 10 orang pengguna transjakarta busway koridor 2 Pemda DKI Jakarta jurusan Pulugadung – Harmoni. Dari hasil uji coba dilakukan beberapa perbaikan, ada 2 pertanyaan yang tidak dimengerti oleh responden, kemudian 2 pertanyaan tersebut diperbaiki dan selanjutnya kuesioner yang telah diperbaiki disebar kepada responden. Kesepuluh responden yang telah mencoba kuesioner tidak akan diikuti sertakan lagi sebagai responden.

Ada 115 kuesioner yang disebar kepada pengguna transjakarta busway koridor 2 Pemda DKI Jakarta dengan mengisi sebanyak 56 pertanyaan yang terdiri dari 6 pertanyaan yang terindikasi pada karakteristik responden, 20 pertanyaan variabel kualitas pelayanan, 20 pertanyaan variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway ditambah dengan 10 pertanyaan terbuka dari setiap variabel tersebut.

Penyebaran pengisian kuesioner kepada pengguna transjakarta busway dilakukan sendiri oleh penulis dan berlangsung selama 3 (tiga) hari dari tanggal 5 Agustus sampai dengan 8 Agustus 2008. Dengan cara mendatangi pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 Pemda DKI Jakarta jurusan Pulugadung – Harmoni.

Responden mengisi kuesioner dalam waktu 15 sampai 20 menit, dan langsung mengembalikan formulir yang telah diisi. Untuk menghindari responden yang tidak mengembalikan formulir maka

pengambilan data dilakukan secara tatap muka dan langsung kepada responden di lokasi penelitian serta informasi yang kurang lengkap dapat dipenuhi dengan wawancara singkat terhadap responden.

Jenis pertanyaan yang diajukan untuk diisi oleh responden pada lembar kuesioner terdiri atas 2 (dua) jenis, yaitu:

- a. Pertanyaan tertutup dengan skala ukuran sikap dari Likert, diurut dari sikap yang negatif sampai dengan sikap positif;
- b. Pertanyaan terbuka yang bersifat komentar jawaban skala ukuran sikap dari Likert tersebut.

Kuesioner didisain dalam beberapa kelompok pertanyaan, yaitu: 1) Karakteristik Responden; 2) Variabel Kualitas Pelayanan; 3) Variabel Kepuasan Masyarakat

Dari ketiga kelompok pertanyaan pada penelitian ini, informasi yang paling banyak diperoleh adalah data kualitatif yakni sebuah data yang dinyatakan dalam bentuk bukan angka dan di dalam ukuran skala ordinal. Agar data kualitatif ini dapat diolah komputer maka harus dikuantifikasikan yaitu pernyataan satuan dalam angka atau dengan kata lain, diubah menjadi data kuantitatif dengan cara memberi skor atau angka kode tertentu (Santoso, Singgih 2000).

F. Metode Analisis Data

Pada penelitian yang menggunakan data kualitatif diperlukan Metode analisis data dengan menggunakan metode statistik. Statistik yang digunakan

untuk menganalisis data pada umumnya berupa statistik deskriptif, statistik inferensial, statistik parametris atau statistik nonparametris. Pada penelitian ini digunakan statistik deskriptif, yaitu salah satu metoda statistik untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah terkumpul, tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum. Statistik deskriptif digunakan hanya untuk mendeskripsikan data sampel, tanpa membuat kesimpulan yang berlaku umum untuk populasi.

Untuk analisis kuantitatif pengolahan datanya menggunakan perangkat lunak (*software*) aplikasi statistik SPSS 12. Walaupun analisis kuantitatif tersebut juga dapat dilakukan dengan menggunakan software aplikasi Microsoft Excel 2003 lewat menu data analisis tapi dengan pertimbangan penulis antara lain perangkat lunak tersebut paling banyak digunakan saat ini untuk olah data statistik bidang bisnis.

Sedangkan pertimbangan penulis menggunakan perangkat lunak aplikasi Microsoft excel 2003 selain telah *familiar* bagi penulis di dalam menggunakannya juga tampilan tabel dan grafiknya dapat dibuat lebih menarik tanpa mengabaikan hasil akhir atau dengan kata lain bahwa hasil dari nilai olah datanya sama.

Metode yang digunakan untuk menganalisis data pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan masyarakat pengguna Transjakarta Busway adalah sebagai berikut:

G. Analisis Deskriptif

Analisis ini bersifat uraian penjelasan dengan menggunakan tabulasi data. Data survei yang telah diperoleh akan dikelompokkan dalam bentuk tabulasi untuk diberikan pengkodean (*coding*), mengelompokkan, menganalisis data berdasarkan pada hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dari tanggapan responden lalu dimasukkan (*entry*) menggunakan perangkat lunak aplikasi lembar kerja *Microsoft Excel 2003*.

Setelah semua data dimasukkan dalam aplikasi lembar kerja tersebut, maka data jawaban kuesioner diproses atau diolah, dan hasil dari pengolahan data akan dideskripsikan dalam bentuk tabel. Data dari tabel ini nantinya akan dibuatkan narasi yang menjelaskan pengertian atau pemahaman terhadap keterangan yang ada pada grafik tersebut.

1. Analisis Kuantitatif

Analisis dengan mengolah data dari hasil yang telah dinyatakan dalam satuan angka untuk dianalisis dengan perhitungan statistik terhadap variabel obyek yang diteliti, pengolahan datanya dengan menggunakan software SPSS release 12 under windows. Analisa Kuantitatif yang terdiri dari:

a. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel

dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika $\text{Alpha} > 0,60$ maka reliabel.

b. Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi product moment dari Pearson, pengujian dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi (r_{xy}) yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total (item-total correlation). Hasilnya kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=2$ dengan 5%. Jika $r \text{ tabel} < r$ hitung maka valid.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas data sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model statistik parametrik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal Kolmogorov-Smirnov.

d. Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah model tersebut dapat digunakan sebagai dasar estimasi yang tidak bias. Di

bawah ini ringkasan hasil analisis terhadap asumsi dasar klasik regresi yang terdiri dari:

1) Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 akan tidak terjadi multikolineritas (Sujarweni, 2007 : 95).

2) Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data time series autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya crossection jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain.

Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (dl dan

du). Kriteria jika $du < d_{hitung} < 4-du$ maka tidak terjadi autokorelasi. (Sujarweni, 2007 : 95).

3) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas, jika:

- a) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- b) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- c) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d) Penyebaran titik-titik data sebaliknya tidak berpola (Sujarweni, 2007 : 96).

e. Pengujian Regresi Berganda

Analisis Regresi bermanfaat untuk menghitung persamaan regresi linear sederhana dan berganda, asosiasi statistik beserta Descriptive Statistics, Koefisien Korelasi, Variabel Dimasukkan/Dikeluarkan (Variabel Entered/Removed), Model

Summary, Anova, Coefficients, Residual Statistics, Histogram, Normal Plot dan Scatter Plot.

Linear Regression digunakan untuk melakukan pengujian hubungan antara sebuah variabel dependent (tergantung) dengan satu atau beberapa variabel independent (bebas) yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi. Jika variabel dependent dihubungkan dengan satu variabel independent saja, persamaan regresi yang dihasilkan adalah regresi linear sederhana (linear regression). Jika variabel independent-nya lebih dari satu, maka persamaan regresinya adalah persamaan regresi linear berganda (multiple linear regression).

Jenis data yang cocok untuk uji regresi linear, baik untuk variabel dependent maupun independent adalah data rasio. Namun dapat juga dengan data berbentuk kualitatif (kategori), tetapi harus dibantu dengan variabel boneka (dummy variabel). Misalnya untuk membedakan jenis kelamin, laki-laki diberi kode angka “1” dan wanita angka “2”.

Metode analisis regresi ganda dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu menguji secara empiris pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari berwujud (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan masyarakat. Analisis regresi ganda dilakukan langkah-langkah sebagai berikut: (Sujarweni, 2007 : 149).

Adapun analisis regresi ganda bentuk persamaan umumnya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Y	=	Kepuasan masyarakat
a	=	Konstanta
b ₁ , b ₂ ,b ₅	=	Koefisien regresi
X ₁	=	Tangibles
X ₂	=	Reliability
X ₃	=	Responsiveness
X ₄	=	Assurance
X ₅	=	Emphaty

Pengujian hipotesis simultan dan parsial dengan menggunakan beberapa bentuk seperti :

- 1) Uji F ini dilakukan untuk melihat pengaruh secara simultan, sehingga dapat digunakan sebagai alat analisis.
- 2) Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh secara parsial dan untuk mengetahui apakah koefisien model regresi yang diperoleh dari hasil signifikansi akan digunakan untuk menyusun persamaan regresi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan

TransJakarta atau umum disebut Busway adalah sebuah sistem transportasi [bus](#) cepat di [Jakarta](#), memulai operasinya pada 15 Januari 2004 dengan tujuan memberikan jasa angkutan yang lebih cepat, nyaman, namun terjangkau bagi warga Jakarta. Untuk mencapai hal tersebut, bus Tije diberikan lajur khusus di jalan-jalan yang menjadi bagian dari rutanya dan lajur tersebut tidak boleh dilewati kendaraan lainnya (termasuk bus umum selain TransJakarta). Agar terjangkau oleh masyarakat, maka harga tiket disubsidi oleh pemerintah daerah.

Selama dua minggu pertama, dari 15 Januari 2004 hingga 30 Januari 2004, bus Tije memberikan pelayanan secara gratis. Kesempatan itu digunakan untuk sosialisasi, di mana warga Jakarta untuk pertama kalinya mengenal sistem transportasi yang baru. Lalu, mulai 1 Februari 2005, bus Tije mulai beroperasi secara komersil.

Sistem ini dimodelkan berdasarkan sistem [TransMilenio](#) yang sukses di [Bogota](#), [Kolombia](#). Tepat 2 tahun setelah pertama kali dioperasikan, pada 15 Januari 2006 Transjakarta meluncurkan jalur koridor 2 (Pulo Gadung - Harmoni).

Koridor 2 untuk bus Transjakarta beroperasi dengan jurusan Terminal Pulo Gadung (Jakarta Timur) sampai Halte Harmoni Central Busway (Jakarta Pusat). Jalan-jalan yang dilalui koridor 2 adalah sepanjang Jalan Perintis Kemerdekaan, Suprpto, Senen Raya, Pejambon, Medan Merdeka Timur, Veteran, dan berputar di Halte Harmoni Central Busway. Untuk arah sebaliknya melewati Jalan Medan Merdeka Barat, Medan Merdeka Selatan, Kwitang, Suprpto, dan seterusnya hingga kembali ke Terminal Pulo Gadung.

Adapun nama halte yang dilalui bus TransJakarta koridor II adalah: Terminal Pulogadung, Bermis, Pulomas, ASMI, Pedongkelan, Cempaka Timur, RS Islam, Cempaka Tengah, Pasar Cempaka Putih, Rawa Selatan, Galur, Senen (dapat transfer koridor 5), Atrium, RSPAD, Deplu, Gambir 1, Masjid Istiqlal, Juanda, Pecenongan, Harmoni Central Busway (transfer ke koridor 1 dan 3), Balai kota, Gambir 2, Kwitang, Senen, dan ke halte selanjut yang mengarah ke Terminal Pulogadung.

2. Manajemen Badan Layanan Umum (BLU) Transjakarta Busway

Pimpinan pelaksana Badan Pengelola Transjakarta dalam hal ini Manajemen Badan Layanan Umum (BLU) Transjakarta-Busway adalah sebagai berikut:

a. Kepala (*Head of Agency*)

Drajat Adhyaksha, ATD., MT.

- b. Kepala Sub Bagian Tata Usaha dan Keuangan (*Head of Administration and Finance Departement*)

Ir. Anthon Rante Parura, MT.

- c. Manajer Operasional (*Manager of Operational Department*)

Ir. Taufik Adiwianto, MSc.

- d. Manajer Operasional (*Manager of Operational Department*)

Andra Y Agussalam, MBA.

- e. Manajer Pengendalian (*Manager of Operational Control Department*)

Rene Nunumete, SH. MS.

3. Visi dan Misi Badan Layanan Umum TransJakarta Busway

Adapun yang menjadi visi dari Badan Layanan Umum TransJakarta Busway adalah Busway sebagai angkutan umum yang mampu memberikan pelayanan publik yang cepat, aman, nyaman, manusiawi, efisien, berbudaya, dan bertaraf internasional.

Sedangkan misi Badan Layanan Umum TransJakarta Busway antara lain adalah:

- a. Melaksanakan reformasi sistem angkutan umum – busway dan budaya penggunaan angkutan umum.
- b. Menyediakan pelayanan yang lebih dapat diandalkan, berkualitas tinggi, berkeadilan, dan berkesinambungan di DKI Jakarta.

- c. Memberikan solusi jangka menengah dan jangka panjang terhadap permasalahan disektor angkutan umum.
- d. Menerapkan mekanisme pendekatan dan sosialisasi terhadap stakeholder dan sistem transportasi terintegrasi.
- e. Mempercepat implementasi sistem jaringan busway di Jakarta sesuai aspek kepraktisan, kemampuan masyarakat untuk menerima sistem tersebut, dan kemudahan pelaksanaan.
- f. Mengembangkan struktur institusi yang berkesinambungan.
- g. Mengembangkan lembaga pelayanan masyarakat dengan pengelolaan keuangan yang berlandaskan good corporate governance, akuntabilitas dan transparansi (<http://www.wikipedia.co.id>).

B. Analisis dan Pembahasan

1. Analisis Deskriptif

Sebelum masuk pada pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan masyarakat, terlebih dahulu akan diuraikan gambaran karakteristik responden masyarakat pengguna Transjakarta Busway sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden

Adapun karakteristik masyarakat pengguna transjakarta busway, mencakup unsur-unsur pertanyaan sebagai berikut: Umur, Jenis Kelamin, Pendidikan, Pekerjaan, Penghasilan dan Penggunaan

Transjakarta Busway dalam seminggu. Analisis dari cakupan unsur-unsur pertanyaan tersebut sebagai berikut:

1) Umur

Dari hasil kuesioner yang terkumpul tentang umur responden lalu diolah maka diperoleh hasil olahan data tersebut seperti terlihat pada Tabel 4.1. di bawah ini :

Tabel 4.1.
Umur Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway

Umur	Jumlah	Persen (%)
1 = <= 20 Tahun	26	23,64
2 = 20 - 30 Tahun	49	44,55
3 = 31 - 40 Tahun	25	22,73
4 = 41 - 50 Tahun	9	8,18
5 = >= 50 Tahun	1	0,91
Jumlah	110	100,00

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis dengan menggunakan Microsoft Excel 2003: 2008)

Dari tabel 4.1. di atas dengan jumlah responden 112 ada 2 responden yang tidak memberi jawaban atas pertanyaan umur sehingga diperoleh hanya 110 responden menjawab. Sehingga dapat diketahui bahwa ada 23,64 % atau 26 responden berumur

kurang atau sama dengan 20 tahun, ada 44,55 % atau 49 responden berumur antara 20 sampai dengan 30 tahun, ada 22,73 % atau 25 responden berumur antara 31 sampai dengan 40 tahun, ada 8,18 % atau 9 responden berumur antara 41 sampai dengan 50 tahun dan yang terakhir ada 0,91 % atau 1 responden berumur lebih atau sama dengan 50 tahun.

Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa masyarakat pengguna transjakarta busway koridor 2 mayoritas berumur antara 20 sampai dengan 30 tahun yaitu sebesar 44,55 % atau 49 responden.

2) Jenis Kelamin

Dari hasil kuesioner yang terkumpul tentang data jenis kelamin responden lalu diolah maka diperoleh hasil olahan data tersebut seperti terlihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2.
Jenis Kelamin Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (%)
1 = Laki - laki	57	51,82
2 = Perempuan	53	48,18
Jumlah	110	100,00

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis dengan menggunakan Microsoft Excel 2003: 2008)

Dari Tabel 4.2. diperoleh jumlah responden 112 ada 2 responden yang tidak memberi jawaban atas pertanyaan jenis kelamin sehingga diperoleh hanya 110 responden menjawab. Sehingga dapat diketahui bahwa ada 51,82 % atau 57 responden berjenis Laki-laki, dan ada 48,18 % atau 53 responden berjenis kelamin perempuan.

Oleh karena itu dapat diperoleh kesimpulan bahwa masyarakat pengguna transjakarta busway koridor 2 mayoritas berjenis laki-laki yaitu sebesar 51,82 % atau 57 responden.

3) Pendidikan

Dari hasil kuesioner yang terkumpul tentang pendidikan responden lalu diolah maka diperoleh hasil olahan data tersebut seperti terlihat pada Tabel 4.3. dengan jumlah responden 112 ada 4 responden yang tidak memberi jawaban atas pertanyaan pendidikan sehingga diperoleh hanya 108 responden menjawab. Sehingga dapat diketahui bahwa ada 3,70 % atau 4 responden berpendidikan SMP, ada 32,41 % atau 35 responden berpendidikan SLTA, ada 20,37 % atau 22 responden berpendidikan D3/Akademi, ada 42,59 % atau 46 responden berpendidikan S1, ada 0,93 % atau 1 responden berpendidikan S2, dan yang terakhir ada 0 % atau 0 responden berpendidikan S3.

Tabel 4.3.
Pendidikan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway

Pendidikan	Jumlah	Persen (%)
1 = SMP	4	3,70
2 = SLTA	35	32,41
3 = D3/Akademi	22	20,37
4 = S 1	46	42,59
5 = S 2	1	0,93
6 = S 3	0	0,00
Jumlah	108	100,00

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis dengan menggunakan Microsoft Excel 2003 : 2008)

Oleh karena itu dapat diperoleh kesimpulan bahwa masyarakat pengguna transjakarta busway koridor 2 mayoritas berpendidikan S1 yaitu sebesar 42,59 % atau 46 responden.

4) Pekerjaan

Dari hasil kuesioner yang terkumpul tentang pekerjaan lalu diolah maka diperoleh hasil olahan data tersebut seperti terlihat pada Tabel 4.4. dengan jumlah responden 112 ada 2 responden yang tidak memberi jawaban atas pertanyaan pekerjaan sehingga diperoleh hanya 110 responden menjawab. Sehingga dapat diketahui bahwa ada 5,454

Tabel 4.4.
Pekerjaan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway

Pekerjaan	Jumlah	Persen (%)
1 = PNS	6	5,45
2 = Karyawan	62	56,36
3 = Wiraswasta	15	13,64
4 = Pelajar/Mahasiswa	25	22,73
5 = TNI/POLRI	0	0,00
6 = Lainnya	2	0,02
Jumlah	110	100,00

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis dengan menggunakan Microsoft Excel 2003: 2008)

% atau 6 responden yang bekerja sebagai PNS, ada 56,36 % atau 62 responden yang bekerja sebagai karyawan, ada 13,64 % atau 15 responden yang bekerja sebagai wiraswasta, ada 22,73 % atau 25 responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa, ada 0,00 atau 0 responden yang berkerja sebagai TNI/POLRI dan yang terakhir ada 0,02 % atau 2 responden yang mempunyai status lainnya, yang bukan sebagai PNS, karyawan, wiraswasta, pelajar/mahasiswa atau TNI/POLRI.

Oleh karena itu dapat diperoleh kesimpulan bahwa masyarakat pengguna transjakarta busway koridor 2 mayoritas

bekerja sebagai karyawan yaitu sebesar 56,36 % atau 62 responden.

5) Penghasilan

Dari hasil kuesioner yang terkumpul tentang penghasilan responden lalu diolah maka diperoleh hasil olahan data tersebut seperti terlihat pada Tabel 4.5. dengan jumlah responden 112 ada 9 responden yang tidak memberi jawaban atas pertanyaan penghasilan sehingga diperoleh hanya 110 responden menjawab. Sehingga dapat diketahui

Tabel 4.5.
Penghasilan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway

Penghasilan	Jumlah	Persen (%)
1 = < 2 Juta	42	45,16
2 = 2 - 5 Juta	35	37,63
3 = 5 - 10 Juta	13	13,98
4 = 10 - 15 Juta	2	2,15
5 = 15 - 20 Juta	0	0,00
6 = > 20 Juta	1	1,08
Jumlah	93	100,00

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis dengan menggunakan Microsoft Excel 2003: 2008)

bahwa ada 45,16 % atau 42 responden berpenghasilan kurang atau sama dengan 2 juta, ada 37,63 % atau 35 responden berpenghasilan antara 2 sampai dengan 5 juta, ada 13,98 % atau 13 responden berpenghasilan antara 5 sampai dengan 10 juta, ada 2,15 % atau 2 responden berpenghasilan antara 10 sampai dengan 15 juta, ada 0,00 % atau 0 responden yang berpenghasilan antara 10 sampai dengan 15 juta dan yang terakhir ada 1,08 % atau 1 responden berpenghasilan lebih atau sama dengan 20 juta.

Oleh karena itu dapat diperoleh kesimpulan bahwa masyarakat pengguna transjakarta busway koridor 2 mayoritas berpenghasilan kurang atau sama dengan 2 juta yaitu sekitar 45,16 % atau 42 responden.

6) Penggunaan Transjakarta Busway

Dari hasil kuesioner yang terkumpul tentang penggunaan Transjakarta Busway dalam seminggu oleh responden lalu diolah maka diperoleh hasil olahan data tersebut seperti terlihat pada Tabel 4.6. dengan jumlah responden 112 ada 2 responden yang tidak memberi jawaban atas pertanyaan penggunaan Transjakarta Busway sehingga diperoleh hanya 110 responden menjawab. Sehingga dapat diketahui bahwa ada 48,18 % atau 53 responden menggunakan Transjakarta Busway antara 1 – 5 kali dalam seminggu, ada 31,82 % atau 35 responden menggunakan Transjakarta Busway antara 6 – 10 kali dalam seminggu, ada 12,73

% atau 14 responden menggunakan Transjakarta Busway antara 11 – 15 kali dalam seminggu, dan yang terakhir ada 7,27 % atau 8 responden yang menggunakan Transjakarta Busway antara 16 – 20 kali dalam seminggu.

Tabel 4.6.
Penggunaan Transjakarta Busway dalam Seminggu

Penggunaan	Jumlah	Persen (%)
1 = 1 - 5 kali	53	48,18
2 = 6 - 10 kali	35	31,82
3 = 11 - 15 kali	14	12,73
4 = 16 - 20 kali	8	7,27
Jumlah	110	100,00

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis menggunakan Microsoft Excel 2003: 2008)

Oleh karena itu dapat diperoleh kesimpulan bahwa masyarakat pengguna transjakarta busway koridor 2 mayoritas menggunakan Transjakarta Busway antara 1 – 5 kali dalam seminggu (pergi - pulang).

2. Analisis Variabel Kualitas Pelayanan Jasa

Analisis Variabel Kualitas Pelayanan Jasa Transjakarta Busway Koridor II Pada Pemda DKI Jakarta dibagi dalam sub variabel: 1) Kualitas

Pelayanan Berwujud (*Tangibles*); 2) Kualitas Pelayanan Keandalan (*Reability*); 3) Kualitas Pelayanan Ketanggapan (*Responsiveness*); 4) Kualitas Pelayanan Keyakinan (*Assurance*); dan 5) Kualitas Pelayanan Empati (*Emphaty*).

a. Analisis Kualitas Pelayanan Berwujud (*Tangibles*)

Analisis kualitas pelayanan berwujud (*tangibles*) mempunyai unsur-unsur pertanyaan seperti: fasilitas bus (KuPTa1), halte (KupTa2), jembatan (KuPTa3), dan penampilan karyawan (KuPTa4).

Dari Tabel 4.7. dapat di analisis tentang kualitas pelayanan berwujud (*tangibles*) dengan 112 responden yang telah mengisi kuesioner yang diolah. Meskipun demikian, ada 3 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 1 (KuPTa1), 2 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 2 (KuPTa2), 4 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 3 (KuPTa3), dan 2 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 4 (KuPTa4). Hal ini masih dianggap wajar oleh penulis dan tidak terlalu berpengaruh dalam hasil olah data.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap fasilitas bus (KuPTa1) transjakarta busway adalah 1 responden menyatakan sangat tidak baik, 7 responden menyatakan tidak baik, 71 responden menyatakan cukup baik, 25 responden menyatak baik, dan 5 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 61% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Baik”.

Tabel 4.7.
Kualitas Pelayanan Berwujud (*Tangibles*)

Nilai Jawaban	Pertanyaan			
	KuPTa1	KuPTa2	KuPTa3	KuPTa4
1 = Sangat Tidak Baik	1	0	5	2
2 = Tidak Baik	7	20	18	7
3 = Cukup Baik	71	62	59	66
4 = Baik	25	25	22	30
5 = Sangat Baik	5	3	4	5
Jumlah	109	110	108	110
Pernyataan Kosong	3	2	4	2
Nilai Variabel Kualitas Pelayanan Berwujud (<i>Tangibles</i>) dalam %				
Nomor Pertanyaan	KuPTa1	KuPTa2	KuPTa3	KuPTa4
Nilai Persentase (%)	61	60	57	62

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis dengan menggunakan Microsoft Excel 2003: 2008)

Pendapat masyarakat pengguna terhadap halte (KuPTa2) transjakarta busway adalah 0 responden menyatakan sangat tidak baik, 20 responden menyatakan tidak baik, 62 responden menyatakan cukup baik, 25 responden menyatakan baik, dan 3 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentase jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 60% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap jembatan (KuPTa3) transjakarta busway adalah 5 responden menyatakan sangat tidak baik, 18 responden menyatakan tidak baik, 59 responden menyatakan cukup baik, 22 responden menyatakan baik, dan 4 responden menyatakan

sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 57% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap penampilan karyawan (KuPTa4) transjakarta busway adalah 2 responden menyatakan sangat tidak baik, 7 responden menyatakan tidak baik, 66 responden menyatakan cukup baik, 30 responden menyatak baik, dan 5 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 62% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Baik”.

Komentar responden melalui pertanyaan terbuka mengenai kualitas pelayanan jasa berwujud (*tangibles*) dengan 112 responden dan ada 30 responden yang menjawab pertanyaan tersebut dan sisanya 92 responden tidak memberi jawaban. Adapun pendapat masyarakat pengguna terhadap kualitas pelayanan jasa berwujud (*tangibles*) transjakarta busway sebagai berikut:

- 1) 8 responden mengatakan cukup baik;
- 2) 5 responden mengatakan perlu ditingkatkan;
- 3) 3 responden mengatakan jembatan perlu diperbaiki;
- 4) 2 responden mengatakan lumayan;
- 5) 2 responden mengatakan pemeliharaan dan jumlah armada kurang;
- 6) 2 responden mengatakan jembatan busway kotor atau jarang dirawat;

7) Sedangkan responden lainnya menyatakan sangat baik, bagus, biasa saja, tidak tahu, mengatakan kurang (*poor*), apakah tidak berbahaya karena busnya bekas dan berasal dari Negara Sakura Jepang, jembatan terlalu panjang, jembatan banyak lubang, perlu ditingkatkan kualitas AC biar lebih dingin, keamanan harus terus ditingkatkan, penmpilan karyawan cukup baik dan kreatif, karean setiap ada acara hari-hari besar penampilan karyawan disesuaikan, perlu adanya pembatasan jumlah penumpang, dan dibutuhkan adanya toilet.

b. Analisis Kualitas Pelayanan Keandalan (Reliability);

Analisis kualitas pelayanan keandalan (*reliability*) mempunyai unsur-unsur pertanyaan seperti: memenuhi janjinya (KuPR11), sesuai jadwal (KuPR12), Kecepatan Pelayanan (KuPR13), dan penampilan karyawan (KuPR14).

Pada Tabel 4.8. dapat di analisis tentang kualitas pelayanan keandalan (*reliability*) dengan 112 responden yang telah mengisi kuesioner yang diolah. Meskipun demikian, ada 5 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 1 (KuPR11), 5 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 2 (KuPR12), 3 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 3 (KuPR13), dan 4 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 4 (KuPR14). Hal ini masih dianggap wajar oleh penulis dan tidak terlalu berpengaruh dalam hasil olah data.

Tabel 4.8.

Kualitas Pelayanan Keandalan (*Reliability*)

Nilai Jawaban	Pertanyaan			
	KuPRI1	KuPRI2	KuPRI3	KuPRI4
1 = Sangat Tidak Baik	2	10	6	5
2 = Tidak Baik	19	25	14	11
3 = Cukup Baik	53	46	59	60
4 = Baik	28	21	25	25
5 = Sangat Baik	5	5	5	7
Jumlah	107	107	109	108
Pernyataan Kosong	5	5	3	4
Nilai Variabel Kualitas Pelayanan Keandalan (<i>Reliability</i>) dalam %				
Nomor Pertanyaan	KuPRI1	KuPRI2	KuPRI3	KuPRI4
Nilai Persentase (%)	59	52	58	58

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis dengan menggunakan Microsoft Excel 2003 : 2008)

Pendapat masyarakat pengguna terhadap memenuhi janjinya (KuPRI1) transjakarta busway adalah 2 responden menyatakan sangat tidak baik, 19 responden menyatakan tidak baik, 53 responden menyatakan cukup baik, 28 responden menyatakan baik, dan 5 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan

tersebut adalah 59% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap jadwal (KuPR12) transjakarta busway adalah 10 responden menyatakan sangat tidak baik, 25 responden menyatakan tidak baik, 46 responden menyatakan cukup baik, 21 responden menyatakan baik, dan 5 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 52% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap kecepatan pelayanan (KuPR13) transjakarta busway adalah 6 responden menyatakan sangat tidak baik, 14 responden menyatakan tidak baik, 59 responden menyatakan cukup baik, 25 responden menyatakan baik, dan 5 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 58% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap prosedur pelayanan (KuPR14) transjakarta busway adalah 5 responden menyatakan sangat tidak baik, 11 responden menyatakan tidak baik, 60 responden menyatakan cukup baik, 25 responden menyatakan baik, dan 7 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 58% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Komentar responden melalui pertanyaan terbuka mengenai kualitas pelayanan jasa kehandalan (*reliability*) dengan 112 responden dan ada 30 responden yang menjawab pertanyaan tersebut dan sisanya 92 responden tidak memberi jawaban. Adapun pendapat masyarakat pengguna terhadap kualitas pelayanan jasa kehandalan (*reliability*) transjakarta busway sebagai berikut:

- 1) 4 responden mengatakan cukup baik;
- 2) 4 responden mengatakan baik;
- 3) 3 responden mengatakan kadang masih macet;
- 4) 2 responden mengatakan lumayan;
- 5) 2 responden mengatakan perlu ditingkatkan;
- 6) Sedangkan responden lainnya menyatakan sedang-sedang saja, biasa saja, kurang sabar/kasar, kenek atau Pengamanan Armada (PAM) resek, melayani sambil makan, kurang, tindak nyaman, lebih ontime bus biasa, jadwal diperbanyak, jadwal lebih pagi, pengemudi (pramudi) jangan ugal-ugalan, pengemudi sering rem mendadak jadi dibuat tidak nyaman bagi penumpang yang berdiri, harus lebih hati-hati, mengatakan kurang (*poor*), busway kurang bisa diandalkan, dan perlu adanya smooking area.

c. Analisis Kualitas Pelayanan Ketanggapan (Responsiveness);

Analisis kualitas pelayanan ketanggapan (responsiveness) mempunyai unsur-unsur pertanyaan seperti: penanganan keluhan (KuPRs1), mengatasi kesulitan (KuPRs2), Cepat Tanggap (KuPRs3), dan memberikan informasi (KuPRs4).

Tabel 4.9.
Kualitas Pelayanan Ketanggapan (Responsiveness)

Nilai Jawaban	Pertanyaan			
	KuPRs1	KuPRs2	KuPRs3	KuPRs4
1 = Sangat Tidak Baik	9	5	5	5
2 = Tidak Baik	24	22	18	19
3 = Cukup Baik	52	54	57	58
4 = Baik	23	24	21	21
5 = Sangat Baik	1	3	7	6
Jumlah	109	108	108	109
Pernyataan Kosong	3	4	4	3
Nilai Variabel Kualitas Pelayanan Ketanggapan (Responsiveness) dalam %				
Nomor Pertanyaan	KuPRs1	KuPRs2	KuPRs3	KuPRs4
Nilai Persentase (%)	56	57	56	56

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis dengan menggunakan Microsoft Excel 2003: 2008)

Dari Tabel 4.9. dapat di analisis tentang kualitas pelayanan keyakinan (responsiveness) dengan 112 responden yang telah mengisi kuesioner yang diolah. Meskipun demikian, ada 3 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 1 (KuPRs1), 4 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 4 (KuPRs2), 4 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 3 (KuPRs3), dan 3 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 4 (KuPRs4). Hal ini masih dianggap wajar oleh penulis dan tidak terlalu berpengaruh dalam hasil olah data.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap penanganan keluhan (KuPEs1) transjakarta busway adalah 9 responden menyatakan sangat tidak baik, 24 responden menyatakan tidak baik, 52 responden menyatakan cukup baik, 23 responden menyatak baik, dan 1 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 56% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap mengatasi kesulitan (KuPRs2) transjakarta busway adalah 5 responden menyatakan sangat tidak baik, 22 responden menyatakan tidak baik, 54 responden menyatakan cukup baik, 24 responden menyatak baik, dan 3 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 57% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna cepat tanggap (KuPRs3) transjakarta busway adalah 5 responden menyatakan sangat tidak baik, 18 responden menyatakan tidak baik, 57 responden menyatakan cukup baik, 21 responden menyatakan baik, dan 7 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 56% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap memberi informasi (KuPRs4) transjakarta busway adalah 5 responden menyatakan sangat tidak baik, 19 responden menyatakan tidak baik, 58 responden menyatakan cukup baik, 21 responden menyatakan baik, dan 6 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 56% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Komentar responden melalui pertanyaan terbuka mengenai kualitas pelayanan jasa ketanggapan (*responsiveness*) dengan 112 responden dan ada 30 responden yang menjawab pertanyaan tersebut dan sisanya 92 responden tidak memberi jawaban. Adapun pendapat masyarakat pengguna terhadap kualitas pelayanan jasa ketanggapan (*responsiveness*) transjakarta busway sebagai berikut:

- 1) 5 responden mengatakan cukup baik;
- 2) 3 responden mengatakan kurang sopan;
- 3) 2 resonden mengatakan jelek;

- 4) 2 responden mengatakan karyawan cuek;
- 5) Sedangkan responden yang lainnya menyatakan kenek resek, buruk sekali, yakin-yakin saja, *no comment*, banyak karyawan seenaknya sendiri, kurang respon, perlu adanya peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM), lebih ramah, mengatakan *average*, tingkatkan motivasi pelayanan, karena dilapangan terjadi tidak seperti diinginkan.

d. Analisis Kualitas Pelayanan Keyakinan (Assurance);

Analisis kualitas pelayanan keyakinan (Assurance) mempunyai unsur-unsur pertanyaan seperti: pengetahuan karyawan (KuPAs1), ketrampilan karyawan (KuPAs2), reputasi karyawan (KuPAs3), dan jaminan keamanan (KuPAs4).

Dari Tabel 4.10. dapat di analisis tentang kualitas pelayanan keyakinan (*assurance*) dengan 112 responden yang telah mengisi kuesioner yang diolah. Meskipun demikian, ada 2 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 1 (KuPAs1), 3 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 2 (KuPAs2), 2 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 3 (KuPAs3), dan 2 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 4 (KuAs4). Hal ini masih dianggap wajar oleh penulis dan tidak terlalu berpengaruh dalam hasil olah data.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap pengetahuan karyawan (KuPAs1) transjakarta busway adalah 2 responden

menyatakan sangat tidak baik, 19 responden menyatakan tidak baik, 55 responden menyatakan cukup baik, 29 responden menyatakan baik, dan 5 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 59% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Tabel 4.10.
Kualitas Pelayanan Keyakinan (Assurance)

Nilai Jawaban	Nomor Pertanyaan			
	KuPAs1	KuPAs2	KuPAs3	KuPAs4
1 = Sangat Tidak Baik	2	2	2	5
2 = Tidak Baik	19	18	20	12
3 = Cukup Baik	55	57	63	62
4 = Baik	29	26	23	29
5 = Sangat Baik	5	6	2	2
Jumlah	110	109	110	110
Pernyataan Kosong	2	3	2	2
Nilai Variabel Kualitas Pelayanan Keyakinan (Assurance) dalam %				
Nomor Pertanyaan	KuPAs1	KuPAs2	KuPAs3	KuPAs4
Nilai Persentase (%)	59	59	59	61

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis dengan menggunakan Microsoft Excel 2003: 2008)

Pendapat masyarakat pengguna terhadap ketrampilan karyawan (KuPAs2) transjakarta busway adalah 2 responden menyatakan sangat tidak baik, 18 responden menyatakan tidak baik, 57 responden menyatakan cukup baik, 26 responden menyatakan baik, dan 6 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 59% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap reputasi karyawan (KuPAs3) transjakarta busway adalah 2 responden menyatakan sangat tidak baik, 20 responden menyatakan tidak baik, 63 responden menyatakan cukup baik, 23 responden menyatakan baik, dan 2 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 59% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna jaminan keamanan (KuPAs4) transjakarta busway adalah 5 responden menyatakan sangat tidak baik, 12 responden menyatakan tidak baik, 62 responden menyatakan cukup baik, 29 responden menyatakan baik, dan 2 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 61% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Baik”.

Komentar responden melalui pertanyaan terbuka mengenai kualitas pelayanan jasa keyakinan (*assurance*) dengan 112 responden dan ada 30 responden yang menjawab pertanyaan tersebut dan sisanya

92 responden tidak memberi jawaban. Adapun pendapat masyarakat pengguna terhadap kualitas pelayanan jasa keyakinan (assurance) transjakarta busway sebagai berikut:

- 1) 4 responden mengatakan cukup baik;
- 2) 4 responden mengatakan baik;
- 3) 2 responden mengatakan lumayan;
- 4) Sedangkan responden yang lainnya menyatakan lumayan, ramah, kurang, perlu ditingkatkan, biasa saja, tidak bagus, buruk sekali, tidak sopan, sangat baik, tidak tahu, *no comment*, *customer service* = x, dan *poor*.

e. Analisis Kualitas Pelayanan Empati (Emphaty).

Analisis kualitas pelayanan empati (Emphaty) mempunyai unsur-unsur pertanyaan seperti: perhatian pada pelanggan (KuPEm1), perhatian pada keluhan pelanggan (KuPEm2), Sopan-Santun (KuPEm3), dan Keramahan (KuPEm4).

Dari Tabel 4.11. dapat di analisis tentang kualitas pelayanan empati (emphaty) dengan 112 responden yang telah mengisi kuesioner yang diolah. Meskipun demikian, ada 4 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 1 (KuPEm1), 4 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 2 (KuPEm2), 54 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 3 (KuPEm3), dan 4 jawaban yang tidak terisi pada nomor

Tabel 4.11.
Kualitas Pelayanan Empati (*Emphaty*)

Nilai Jawaban	Pertanyaan			
	KuPEm1	KuPEm2	KuPEm3	KuPEm4
1 = Sangat Tidak Baik	3	6	4	7
2 = Tidak Baik	19	33	26	28
3 = Cukup Baik	64	49	57	48
4 = Baik	18	18	19	22
5 = Sangat Baik	4	2	1	3
Jumlah	108	108	107	108
Pernyataan Kosong	4	4	5	4
Nilai Variabel Kualitas Pelayanan Empati (<i>Emphaty</i>) dalam %				
Nomor Pertanyaan	KuPEm1	KuPEm2	KuPEm3	KuPEm4
Nilai Persentase (%)	57	54	57	55

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis dengan menggunakan Microsoft Excel 2003: 2008)

pertanyaan 4 (KuPEm4). Hal ini masih dianggap wajar oleh penulis dan tidak terlalu berpengaruh dalam hasil olah data.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap perhatian pada pelanggan (KuPEm1) transjakarta busway adalah 3 responden menyatakan sangat tidak baik, 19 responden menyatakan tidak baik, 64 responden menyatakan cukup baik, 18 responden menyatakan baik, dan 4 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 57% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap perhatian pada keluhan pelanggan (KuPEm2) transjakarta busway adalah 6 responden menyatakan sangat tidak baik, 33 responden menyatakan tidak baik, 49 responden menyatakan cukup baik, 18 responden menyatakan baik, dan 2 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 54% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap sopan-santun (KuPEm3) transjakarta busway adalah 4 responden menyatakan sangat tidak baik, 26 responden menyatakan tidak baik, 57 responden menyatakan cukup baik, 19 responden menyatakan baik, dan 1 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 57% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap keramahan (KuPEm4) transjakarta busway adalah 7 responden menyatakan sangat tidak baik,

28 responden menyatakan tidak baik, 48 responden menyatakan cukup baik, 22 responden menyatakan baik, dan 3 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentase jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 55% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Komentar responden melalui pertanyaan terbuka mengenai kualitas pelayanan jasa empati (*emphaty*) dengan 112 responden dan ada 30 responden yang menjawab pertanyaan tersebut dan sisanya 92 responden tidak memberi jawaban. Adapun pendapat masyarakat pengguna terhadap kualitas pelayanan jasa empati (*emphaty*) transjakarta busway sebagai berikut:

- 1) 3 responden mengatakan cukup baik,
- 2) 2 responden mengatakan baik,
- 3) 2 responden mengatakan kurang puas,
- 4) Sedangkan responden yang lainnya menyatakan jelek, tidak bagus, biasa saja, kurang ramah, *no comment*, *I don't know*, ramah, hanya basa-basi, perlu ditingkatkan, *average*, dan perlu adanya training *service excelent*.

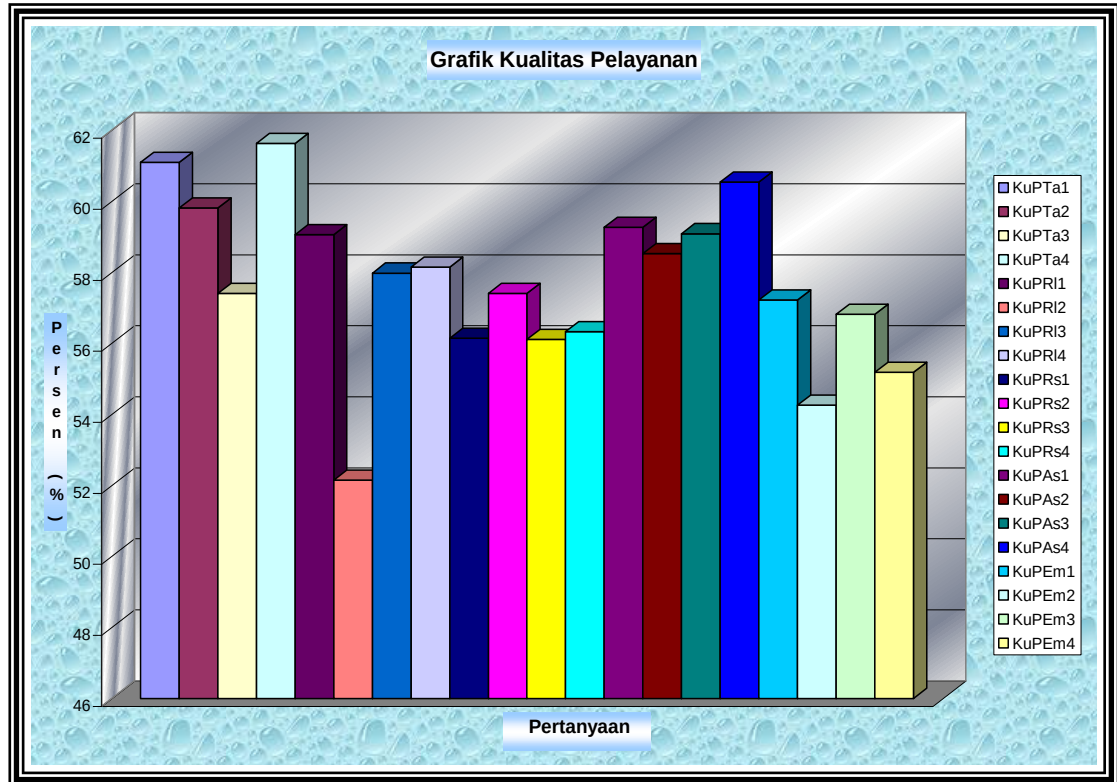
Berdasarkan hasil olah data data Total Persentase (%) Nilai Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan Jasa Transjakarta Busway dapat dibuatkan grafik histogram agar supaya dapat menggambarkan hubungan antara pertanyaan pada sumbu X dan presentase (%) total

nilai jawaban variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway pada sumbu Y seperti yang terlihat pada Grafik 4.1.

Dari data Grafik 4.1. dapat ditarik kesimpulan sementara variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway sebagai berikut:

- 1) Persentase (%) nilai nomor jawaban tertinggi (*maximum*) pada variabel kualitas pelayanan jasa masyarakat pengguna transjakarta busway terdapat pada pertanyaan nomor 4 dengan nilai 61,64 % yang berarti mempunyai pengaruh ”baik”.
- 2) Persentase (%) nilai nomor jawaban terendah (*minimum*) pada variabel kualitas pelayanan jasa transjakarta busway terdapat pada pertanyaan nomor 6 dengan nilai 52,15 % yang berarti mempunyai pengaruh ”cukup baik”.

Grafik 4.1.
Rekapitulasi Variabel Kualitas Pelayanan Jasa



(sumber: data primer yang diolah oleh penulis dengan menggunakan Microsoft Excel 2003: 2008)

- 3) Rata-rata (*Mean*) persentasi dari variabel variabel kualitas pelayanan jasa transjakarta busway adalah 57,71 % yang berarti mempunyai pengaruh ”cukup baik”.

3. Analisis Variabel Kepuasan Pelanggan

Analisis Variabel Kepuasan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway Koridor II Pada Pemda DKI Jakarta dibagi dalam sub variabel: 1)

Kepuasan Pelanggan Berwujud (*Tangibles*); 2) Kepuasan Pelanggan Keandalan (*Reability*); 3) Kepuasan Pelanggan Ketanggapan (*Responsiveness*); 4) Kepuasan Pelanggan Keyakinan (*Assurance*); dan 5) Kepuasan Pelanggan Empati (*Emphaty*).

a. Analisis Kepuasan Pelanggan Berwujud (*Tangibles*)

Analisis kepuasan pelanggan berwujud (*tangibles*) mempunyai unsur-unsur pertanyaan seperti: fasilitas bus (KePTa1), halte (KePTa2), jembatan (KePTa3), dan penampilan karyawan (KePTa4).

Dari Tabel 4.12. dapat di analisis tentang kepuasan pelanggan berwujud (*tangibles*) dengan 112 responden yang telah mengisi kuesioner yang diolah. Meskipun demikian, ada 4 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 1 (KePTa1), 8 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 2 (KePTa2), 10 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 3 (K2PTa3), dan 9 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 4 (KePTa4). Hal ini masih dianggap wajar oleh penulis dan tidak terlalu berpengaruh dalam hasil olah data.

Tabel 4.12.
Kepuasan Pelanggan Berwujud (*Tangibles*)

Nilai Jawaban	Pertanyaan			
	KePTa1	KePTa2	KePTa3	KePTa4
1 = Sangat Tidak Baik	1	3	1	1
2 = Tidak Baik	17	14	25	10

3 = Cukup Baik	57	61	52	51
4 = Baik	29	23	20	38
5 = Sangat Baik	4	3	4	3
Jumlah	108	104	102	103
Pernyataan Kosong	4	8	10	9
Nilai Variabel Kualitas Pelayanan Berwujud (Tangibles) dalam %				
Nomor Pertanyaan	KePTa1	KePTa2	KePTa3	KePTa4
Nilai Persentase (%)	60	59	57	64

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis dengan menggunakan Microsoft Excel 2003 : 2008)

Pendapat masyarakat pengguna terhadap fasilitas bus (KePTa1) transjakarta busway adalah 1 responden menyatakan sangat tidak baik, 17 responden menyatakan tidak baik, 57 responden menyatakan cukup baik, 29 responden menyatakan baik, dan 4 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentase jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 60% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap halte (KePTa2) transjakarta busway adalah 3 responden menyatakan sangat tidak baik, 14 responden menyatakan tidak baik, 61 responden menyatakan cukup baik, 23 responden menyatakan baik, dan 3 responden menyatakan

sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 59% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap jembatan (KePTa3) transjakarta busway adalah 1 responden menyatakan sangat tidak baik, 25 responden menyatakan tidak baik, 52 responden menyatakan cukup baik, 20 responden menyatak baik, dan 4 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 57% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap penampilan karyawan (KePTa4) transjakarta busway adalah 1 responden menyatakan sangat tidak baik, 10 responden menyatakan tidak baik, 51 responden menyatakan cukup baik, 38 responden menyatak baik, dan 3 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 64% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Baik”.

b. Analisis Kepuasan Pelanggan Keandalan (*Reliability*)

Analisis kepuasan pelanggan keandalan (*reliability*) mempunyai unsur-unsur pertanyaan seperti: memenuhi janjinya (KePRI1), sesuai jadwal (KePRI2), Kecepatan Pelayanan (KePRI3), dan penampilan karyawan (KePRI4).

Dari Tabel 4.13. dapat di analisis tentang kepuasan pelanggan keandalan (*reliability*) dengan 112 responden yang telah mengisi

kuesioner yang diolah. Meskipun demikian, ada 11 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 1 (KePRI1), 11 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 2 (KePRI2), 14 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 3 (KePRI3), dan 12 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 4 (KePRI4). Hal ini masih dianggap wajar oleh penulis dan tidak terlalu berpengaruh dalam hasil olah data.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap memenuhi janjinya (KePRI1) transjakarta busway adalah 4 responden menyatakan sangat tidak baik, 21 responden menyatakan tidak baik, 59 responden menyatakan cukup baik, 17 responden menyatakan baik, dan 0 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 58% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Tabel 4.13.
Kepuasan Pelanggan Keandalan (*Reliability*)

Nilai Jawaban	Pertanyaan			
	KePRI1	KePRI2	KePRI3	KePRI4
1 = Sangat Tidak Baik	4	8	5	5
2 = Tidak Baik	21	28	20	15
3 = Cukup Baik	59	49	54	55
4 = Baik	17	15	17	22
5 = Sangat Baik	0	1	2	3

Jumlah	101	101	98	100
Pernyataan Kosong	11	11	14	12
Nilai Variabel Kualitas Pelayanan Keandalan (Reliability) dalam %				
Nomor Pertanyaan	KePRI1	KePRI2	KePRI3	KePRI4
Nilai Persentase (%)	58	54	57	58

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis menggunakan Microsoft Excel 2003 : 2008)

Pendapat masyarakat pengguna terhadap jadwal (KePRI2) transjakarta busway adalah 8 responden menyatakan sangat tidak baik, 28 responden menyatakan tidak baik, 49 responden menyatakan cukup baik, 15 responden menyatak baik, dan 1 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 54% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap kecepatan pelayanan (KePRI3) transjakarta busway adalah 5 responden menyatakan sangat tidak baik, 20 responden menyatakan tidak baik, 54 responden menyatakan cukup baik, 17 responden menyatak baik, dan 2 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 57% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap prosedur pelayanan (KePRI4) transjakarta busway adalah 5 responden menyatakan sangat tidak baik, 15 responden menyatakan tidak baik, 55 responden menyatakan cukup baik, 22 responden menyatakan baik, dan 3 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 58% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Komentar responden melalui pertanyaan terbuka mengenai kualitas pelayanan jasa berwujud (tangibles) dengan 112 responden dan ada 30 responden yang menjawab pertanyaan tersebut dan sisanya 92 responden tidak memberi jawaban. Adapun pendapat masyarakat pengguna terhadap kualitas pelayanan jasa berwujud (tangibles) transjakarta busway sebagai berikut:

- 1) 4 responden mengatakan cukup;
- 2) 2 responden mengatakan baik;
- 3) Sedangkan responden yang lain menyatakan biasa saja, bangku bus kadang brisik, perlu keamanan di jembatan, bus penuh sesak, perlu ditingkatkan, bersih hanya awal-awalnya saja, petugas selalu sopan, mengatakan jembatan kotor, kurang baik, halte panas perlu AC, dan tidak puas.

c. Analisis Kepuasan Pelanggan Ketanggapan (*Responsiveness*)

Analisis kepuasan pelanggan ketanggapan (*responsiveness*) mempunyai unsur-unsur pertanyaan seperti: penanganan keluhan (KePRs1), mengatasi kesulitan (KePRs2), Cepat Tanggap (KePRs3), dan memberikan informasi (KePRs4).

Dari Tabel 4.14.. dapat di analisis tentang kepuasan pelanggan ketanggapan (*responsiveness*) dengan 112 responden yang telah mengisi kuesioner yang diolah. Meskipun demikian, ada 13 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 1 (KePRs1), 13 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 4 (KePRs2), 13 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 3 (KePRs3), dan 13 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 4 (KePRs4). Hal ini masih dianggap wajar oleh penulis dan tidak terlalu berpengaruh dalam hasil olah data.

Tabel 4.14.
Kepuasan Pelanggan Ketanggapan (*Responsiveness*)

Nilai Jawaban	Pertanyaan			
	KePRs1	KePRs2	KePRs3	KePRs4
1 = Sangat Tidak Baik	5	4	4	2
2 = Tidak Baik	23	22	21	19
3 = Cukup Baik	53	53	56	56
4 = Baik	16	20	18	20

5 = Sangat Baik	2	0	0	2
Jumlah	99	99	99	99
Pernyataan Kosong	13	13	13	13
Nilai Variabel Kualitas Pelayanan Ketanggapan (Responsiveness) dalam %				
Nomor Pertanyaan	KePRs1	KePRs2	KePRs3	KePRs4
Nilai Persentase (%)	56	58	58	59

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis menggunakan Microsoft Excel 2003: 2008)

Pendapat masyarakat pengguna terhadap penanganan keluhan (KePEs1) transjakarta busway adalah 5 responden menyatakan sangat tidak baik, 23 responden menyatakan tidak baik, 53 responden menyatakan cukup baik, 16 responden menyatak baik, dan 2 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 56% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap mengatasi kesulitan (KePRs2) transjakarta busway adalah 4 responden menyatakan sangat tidak baik, 22 responden menyatakan tidak baik, 53 responden menyatakan cukup baik, 16 responden menyatak baik, dan 2 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 56% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap cepat tanggap (KePRs3) transjakarta busway adalah 4 responden menyatakan sangat tidak baik, 21 responden menyatakan tidak baik, 56 responden menyatakan cukup baik, 18 responden menyatakan baik, dan 0 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 56% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap memberi informasi (KePRs4) transjakarta busway adalah 2 responden menyatakan sangat tidak baik, 19 responden menyatakan tidak baik, 56 responden menyatakan cukup baik, 20 responden menyatakan baik, dan 2 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 59% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Komentar responden melalui pertanyaan terbuka mengenai kualitas pelayanan jasa ketanggapan (*responsiveness*) dengan 112 responden dan ada 30 responden yang menjawab pertanyaan tersebut dan sisanya 92 responden tidak memberi jawaban. Adapun pendapat masyarakat pengguna terhadap kualitas pelayanan jasa ketanggapan (*responsiveness*) transjakarta busway sebagai berikut:

- 1) 4 responden mengatakan cukup baik;
- 2) 4 responden mengatakan kurang puas;

- 3) 3 responden mengatakan perlu ditingkatkan;
- 4) 2 responden mengatakan sangat diandalkan;
- 5) Sedangkan responden yang lainnya menyatakan cukup puas, jadwal kurang jelas, dan jembatan kurang kebersihan.

d. Analisis Kepuasan Pelanggan Keyakinan (*Assurance*); dan

Analisis kepuasan pelanggan keyakinan (*Assurance*) mempunyai unsur-unsur pertanyaan seperti: pengetahuan karyawan (KuPAs1), ketrampilan karyawan (KuPAs2), reputasi karyawan (KuPAs3), dan jaminan keamanan (KuPAs4).

Dari Tabel 4.15. dapat di analisis tentang kepuasan pelanggan keyakinan (*assurance*) dengan 112 responden yang telah mengisi kuesioner yang diolah. Meskipun demikian, ada 15 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 1 (KePAs1), 3 jawaban yang tidak terisi

Tabel 4.15.
Kepuasan Pelanggan Keyakinan (*Assurance*)

Nilai Jawaban	Pertanyaan			
	KePAs1	KePAs2	KePAs3	KePAs4
1 = Sangat Tidak Baik	2	1	3	2
2 = Tidak Baik	16	18	18	12
3 = Cukup Baik	58	51	53	58

4 = Baik	17	25	20	21
5 = Sangat Baik	4	2	3	3
Jumlah	97	97	97	96
Pernyataan Kosong	15	15	15	16
Nilai Variabel Kualitas Pelayanan Keyakinan (Assurance) dalam %				
Nomor Pertanyaan	KePAs1	KePAs2	KePAs3	KePAs4
Nilai Persentase (%)	58	60	58	60

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis menggunakan Microsoft Excel 2003 : 2008)

pada nomor pertanyaan 2 (KePAs2), 15 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 3 (KePAs3), dan 16 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 4 (KePAs4). Hal ini masih dianggap wajar oleh penulis dan tidak terlalu berpengaruh dalam hasil olah data.

Dari Tabel 4.15. dapat di analisis tentang kepuasan pelanggan keyakinan (assurance) dengan 112 responden yang telah mengisi kuesioner yang diolah. Meskipun demikian, ada 15 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 1 (KePAs1), 3 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 2 (KePAs2), 15 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 3 (KePAs3), dan 16 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 4 (KePAs4). Hal ini masih dianggap wajar oleh penulis dan tidak terlalu berpengaruh dalam hasil olah data.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap pengetahuan karyawan (KePAs1) transjakarta busway adalah 2 responden menyatakan sangat tidak baik, 16 responden menyatakan tidak baik, 58 responden menyatakan cukup baik, 17 responden menyatakan baik, dan 4 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 58% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap ketrampilan karyawan (KePAs2) transjakarta busway adalah 1 responden menyatakan sangat tidak baik, 18 responden menyatakan tidak baik, 51 responden menyatakan cukup baik, 25 responden menyatakan baik, dan 2 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 60% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap reputasi karyawan (KePAs3) transjakarta busway adalah 3 responden menyatakan sangat tidak baik, 18 responden menyatakan tidak baik, 53 responden menyatakan cukup baik, 20 responden menyatakan baik, dan 3 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 58% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap jaminan keamanan (KePAs4) transjakarta busway adalah 2 responden menyatakan sangat

tidak baik, 12 responden menyatakan tidak baik, 58 responden menyatakan cukup baik, 21 responden menyatakan baik, dan 3 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 60% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Baik”.

Komentar responden melalui pertanyaan terbuka mengenai kualitas pelayanan jasa keyakinan (*assurance*) dengan 112 responden dan ada 30 responden yang menjawab pertanyaan tersebut dan sisanya 92 responden tidak memberi jawaban. Adapun pendapat masyarakat pengguna terhadap kualitas pelayanan jasa keyakinan (*assurance*) transjakarta busway sebagai berikut:

- 1) 3 responden mengatakan cukup baik;
- 2) Sedangkan responden yang lainnya menyatakan tidak memuaskan, kurang, masih diragukan, dikembangkan lagi, kurang meyakinkan, yang dibutuhkan adalah cara mengambil hati pelanggan, petugas harusnya pendidikannya lebih dari SMA, baik-baik saja, *no comment*.

e. Analisis Kepuasan Pelanggan Empati (*Emphaty*).

Analisis kepuasan pelanggan empati (*Emphaty*) mempunyai unsur-unsur pertanyaan seperti: perhatian pada pelanggan (KePEm1), perhatian pada keluhan pelanggan (KePEm2), Sopan-Santun (KePEm3), dan Keramahan (KePEm4).

Dari Tabel 4.16. dapat di analisis tentang kepuasan pelanggan empati (*emphaty*) dengan 112 responden yang telah mengisi kuesioner yang diolah. Meskipun demikian, ada 15 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 1 (KePEm1), 15 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 2 (KePEm2), 15 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 3 (KePEm3), dan Hal ini masih dianggap wajar oleh penulis dan tidak terlalu berpengaruh dalam hasil olah data. dan 15 jawaban yang tidak terisi pada nomor pertanyaan 4 (KePEm4).

Pendapat masyarakat pengguna terhadap perhatian pada pelanggan (KePEm1) transjakarta busway adalah 2 responden menyatakan sangat tidak baik, 27 responden menyatakan tidak baik, 50 responden menyatakan cukup baik, 16 responden menyatakan baik, dan 2 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 56% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Tabel 4.16.
Kepuasan Pelanggan Empati (*Emphaty*)

Nilai Jawaban	Pertanyaan			
	KePEm1	KePEm2	KePEm3	KePEm4
1 = Sangat Tidak Baik	2	3	5	6
2 = Tidak Baik	27	23	28	29
3 = Cukup Baik	50	56	49	44

4 = Baik	16	14	13	15
5 = Sangat Baik	2	1	2	3
Jumlah	97	97	97	97
Pernyataan Kosong	15	15	15	15
Nilai Variabel Kualitas Pelayanan Empati (Emphaty) dalam %				
Nomor Pertanyaan	KePEm1	KePEm2	KePEm3	KePEm4
Nilai Persentase (%)	56	56	54	53

(sumber: data primer yang diolah oleh penulis menggunakan Microsoft Excel 2003: 2008)

Pendapat masyarakat pengguna terhadap perhatian pada keluhan pelanggan (KePEm2) transjakarta busway adalah 3 responden menyatakan sangat tidak baik, 23 responden menyatakan tidak baik, 56 responden menyatakan cukup baik, 14 responden menyatak baik, dan 1 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 56% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap sopan-santun (KePEm3) transjakarta busway adalah 5 responden menyatakan sangat tidak baik, 28 responden menyatakan tidak baik, 49 responden menyatakan cukup baik, 13 responden menyatak baik, dan 2 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan

tersebut adalah 54% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Pendapat masyarakat pengguna terhadap keramahan (KePEm4) transjakarta busway adalah 6 responden menyatakan sangat tidak baik, 29 responden menyatakan tidak baik, 44 responden menyatakan cukup baik, 15 responden menyatakan baik, dan 3 responden menyatakan sangat baik. Nilai persentasi jawaban dari pertanyaan tersebut adalah 53% yang dapat disimpulkan bahwa fasilitas bus adalah “Cukup Baik”.

Komentar responden melalui pertanyaan terbuka mengenai kualitas pelayanan jasa empati (*Emphaty*) dengan 112 responden dan ada 30 responden yang menjawab pertanyaan tersebut dan sisanya 92 responden tidak memberi jawaban. Adapun pendapat masyarakat pengguna terhadap kualitas pelayanan jasa empati (*emphaty*) transjakarta busway sebagai berikut:

- 1) 5 responden mengatakan kurang bagus;
- 2) 2 responden mengatakan cukup bagus;

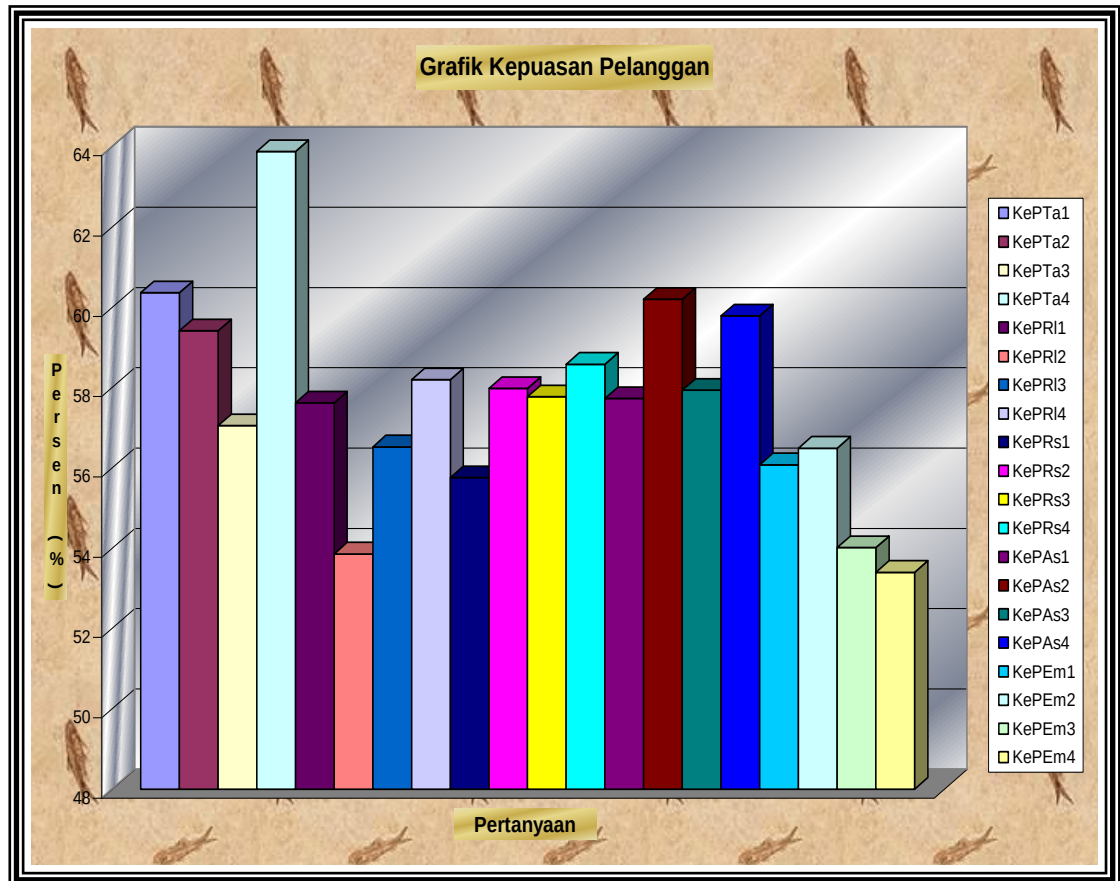
Sedangkan responden yang lainnya menyatakan tidak bagus, cukup puas, baik, kalau diajak ngobrol OK, perlu adanya training, lebih ramah terhadap pelanggan, kurang senyum petugas loket, dan petugas/karayan, kurang dapat memberikan penyegaran kepada pelanggan seperti kenyamanan buswaynya, ada baiknya petugas/karyawan dapat memberikan senyuman simpatik.

Berdasarkan hasil olah data data Total Persentase (%) Nilai Jawaban Variabel Kepuasan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway dapat dibuatkan grafik histogram agar supaya dapat menggambarkan hubungan antara pertanyaan pada sumbu X dan presentase (%) total nilai jawaban variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway pada sumbu Y seperti yang terlihat pada Grafik 4.2.

Dari data Grafik 4.2. dapat ditarik kesimpulan sementara variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway sebagai berikut:

1. Persentase (%) nilai nomor jawaban tertinggi (*maximum*) pada variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway terdapat pada pertanyaan nomor 4 dengan nilai 63,88 % yang berarti mempunyai pengaruh ”baik”.
2. Persentase (%) nilai nomor jawaban terendah (*minimum*) pada variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway terdapat pada pertanyaan nomor 6 dengan nilai 53,40 % yang berarti mempunyai pengaruh ”cukup baik”.

Grafik 4.2.
Rekapitulasi Variabel Kepuasan Pelanggan



(sumber: data primer yang diolah oleh penulis dengan menggunakan Microsoft Excel 2003: 2008)

3. Rata-rata (*Mean*) persentasi dari variabel variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway adalah 57,64 % yang berarti mempunyai pengaruh ”cukup baik”.

4. Analisis Kuantitatif

a. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik Cronbach's alpha, dengan jumlah sampel 112 responden. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai alpha > 0,60. Perhitungan nilai koefisien reliabilitas untuk instrumen penelitian yang digunakan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.17.
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	112	100,0
	Excluded (a)	0	,0
	Total	112	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 4.18.
Reliability Statistics *Tangibles*

Cronbach's Alpha	N of Items
,821	4

Tabel 4.19.
Reliability Statistics *Reliability*

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	4

Tabel 4.20.
Reliability Statistics *Responsiveness*

Cronbach's Alpha	N of Items
,904	4

Tabel 4.21.

Reliability Statistics Assurance

Cronbach's Alpha	N of Items
,879	4

Tabel 4.22.
Reliability Statistics *Emphaty*

Cronbach's Alpha	N of Items
,907	4

Tabel 4.23.
Reliability Statistics *Kepuasan Masyarakat*

Cronbach's Alpha	N of Items
,974	20

Tabel 4.24.
Pengujian Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Tangibles	0,821	Reliabel
Reliability	0,856	Reliabel
Responsiveness	0,904	Reliabel
Assurance	0,879	Reliabel
Emphaty	0,907	Reliabel
Kepuasan Masyarakat	0,974	Reliabel

Sumber: data primer diolah penulis, 2008

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas instrumen penelitian, karena diperoleh nilai koefisien reliabilitas > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliabel.

b. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi product moment dari Pearson, pengujian dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi (r_{xy}) yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total (item-total correlation). Hasilnya kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=2$ dengan 5%. Jika r tabel < r hitung maka valid.

Tabel 4.25.
Item-Total Statistics *Tangibles*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
tangibles1	9,16	4,767	,695	,751
tangibles2	9,27	4,810	,719	,742
tangibles3	9,40	4,315	,663	,769
tangibles4	9,11	5,358	,517	,828

Tabel 4.26.
Item-Total Statistics Reliability

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
reliability1	8,79	7,912	,585	,863
reliability2	9,05	6,970	,692	,822
reliability3	8,79	7,444	,733	,804
reliability4	8,74	6,950	,802	,774

Tabel 4.27.
Item-Total Statistics *Responsiveness*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
responsiveness1	8,79	7,287	,834	,859
responsiveness2	8,68	7,283	,812	,866
responsiveness3	8,60	7,143	,792	,874
responsiveness4	8,60	7,774	,705	,904

Tabel 4.28.
Item-Total Statistics *Assurance*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
assurance1	9,08	5,426	,757	,837
assurance2	9,11	5,142	,786	,825
assurance3	9,20	5,673	,789	,827
assurance4	9,13	5,984	,631	,884

Tabel 4.29.
Item-Total Statistics *Emphaty*

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
emphaty1	8,21	7,444	,735	,899
emphaty2	8,42	6,858	,836	,864
emphaty3	8,36	6,970	,836	,864
emphaty4	8,34	6,911	,761	,892

Tabel 4.30.
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan Jasa
(X₁, X₂, X₃, X₄, dan X₅)

<i>Item</i>	<i>Item-total Correlation</i>	<i>R tabel</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Tangibles (X1)</i>			
<i>Tangibles1</i>	0,695	0,164	Valid
<i>Tangibles2</i>	0,719	0,164	Valid
<i>Tangibles3</i>	0,663	0,164	Valid
<i>Tangibles4</i>	0,517	0,164	Valid
<i>Reliability (X2)</i>			
<i>Reliability1</i>	0,585	0,164	Valid
<i>Reliability2</i>	0,692	0,164	Valid
<i>Reliability3</i>	0,733	0,164	Valid
<i>Reliability4</i>	0,802	0,164	Valid
<i>Responsiveness (X3)</i>			
<i>Responsiveness1</i>	0,834	0,164	Valid
<i>Responsiveness2</i>	0,812	0,164	Valid
<i>Responsiveness3</i>	0,792	0,164	Valid
<i>Responsiveness4</i>	0,705	0,164	Valid

<i>Assurance (X4)</i>			
<i>Assurance1</i>	0,757	0,164	Valid
<i>Assurance2</i>	0,786	0,164	Valid
<i>Assurance3</i>	0,789	0,164	Valid
<i>Assurance4</i>	0,631	0,164	Valid
<i>Emphaty (X5)</i>			
<i>Emphaty1</i>	0,735	0,164	Valid
<i>Emphaty2</i>	0,836	0,164	Valid
<i>Emphaty3</i>	0,836	0,164	Valid
<i>Emphaty4</i>	0,761	0,164	Valid

Sumber : data primer diolah penulis, 2008

Tabel 4.31.
Item-Total Statistics Kepuasan Masyarakat

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kepuasan masyarakat1	49,82	367,313	,340	,976
kepuasan masyarakat2	50,01	354,536	,610	,974
kepuasan masyarakat3	50,14	353,445	,597	,974
kepuasan masyarakat4	49,83	349,761	,693	,973
kepuasan masyarakat5	50,28	347,167	,784	,973
kepuasan masyarakat6	50,41	345,372	,795	,972
kepuasan masyarakat7	50,32	344,600	,771	,973
kepuasan masyarakat8	50,17	341,834	,820	,972
kepuasan masyarakat9	50,34	339,791	,889	,972
kepuasan masyarakat10	50,32	340,091	,901	,971
kepuasan masyarakat11	50,32	339,894	,918	,971

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kepuasan masyarakat12	50,22	342,026	,838	,972
kepuasan masyarakat13	50,23	339,254	,852	,972
kepuasan masyarakat14	50,20	338,451	,868	,972
kepuasan masyarakat15	50,26	337,086	,893	,971
kepuasan masyarakat16	50,21	340,875	,798	,972
kepuasan masyarakat17	50,38	340,437	,856	,972
kepuasan masyarakat18	50,40	340,478	,878	,972
kepuasan masyarakat19	50,47	339,924	,870	,972
kepuasan masyarakat20	50,46	338,851	,861	,972

Tabel 4.32.
Hasil Uji Validitas Kepuasan Masyarakat (Y)

Item	Item-total Correlation	R tabel	Keterangan
<i>Tangibles (X1)</i>			
Kepuasan1	0,340	0,164	Valid
Kepuasan2	0,610	0,164	Valid
Kepuasan3	0,597	0,164	Valid
Kepuasan4	0,693	0,164	Valid
<i>Reliability (X2)</i>			
Kepuasan5	0,784	0,164	Valid
Kepuasan6	0,795	0,164	Valid
Kepuasan7	0,771	0,164	Valid
Kepuasan8	0,820	0,164	Valid

<i>Responsiveness (X3)</i>			
Kepuasan9	0,889	0,164	Valid
Kepuasan10	0,901	0,164	Valid
Kepuasan11	0,918	0,164	Valid
Kepuasan12	0,838	0,164	Valid
<i>Assurance (X4)</i>			
Kepuasan13	0,852	0,164	Valid
Kepuasan14	0,868	0,164	Valid
Kepuasan15	0,893	0,164	Valid
Kepuasan16	0,798	0,164	Valid
<i>Emphaty (X5)</i>			
Kepuasan17	0,856	0,164	Valid
Kepuasan18	0,878	0,164	Valid
Kepuasan19	0,870	0,164	Valid
Kepuasan20	0,861	0,164	Valid

Sumber : data primer diolah penulis, 2008

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa sejumlah item pertanyaan dalam kuesioner mempunyai item-total correlation > 0,164

maka disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner valid.

c. Uji Normalitas

Syarat data yang layak untuk diuji adalah data tersebut harus berdistribusi normal. Uji normalitas untuk menguji data berdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian ini menggunakan kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.33.
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	rata-rata tangibles	rata-rata reliability	rata-rata responseiv eness	rata-rata assurance	rata-rata emphaty	ra-rata kepuasan masyarakat
N	112	112	112	112	112	112
Normal Parameters(a,b)						
Mean	3,078125	2,948661	2,888393	3,042411	2,7768	2,638393
Std. Deviation	,7103096	,8809408	,8909197	,7702875	,87144	,9730833
Most Extreme Differences						
Absolute	,206	,152	,202	,192	,131	,141
Positive	,115	,096	,129	,117	,086	,072
Negative	-,206	-,152	-,202	-,192	-,131	-,141
Kolmogorov-Smirnov Z	2,182	1,607	2,134	2,035	1,382	1,496
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,011	,000	,001	,044	,023

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Tabel 4.34.
Uji Normalitas

Variabel	Probabilitas hitung	Keterangan
Tangibles	0,000	Normal
Reliability	0,011	Tidak
Responsiveness	0,000	Normal
Assurance	0,001	Tidak
Emphaty	0,044	Normal
Kepuasan masyarakat	0,023	Normal

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui variabel Tangibles probabilitas hitung $0,000 > 0,05$ berarti data berdistribusi normal, Reliability probabilitas hitung $0,011 < 0,05$ berarti data berdistribusi tidak normal, Responsiveness probabilitas hitung $0,000 > 0,05$ berarti data berdistribusi normal, Assurance probabilitas hitung $0,001 < 0,05$ berarti data berdistribusi tidak normal, Emphaty probabilitas hitung $0,044 > 0,05$ berarti data berdistribusi normal, dan variabel Kepuasan masyarakat probabilitas sebesar 0,023 yang berarti data berdistribusi normal.

Cara lain untuk menguji data berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan Grafik Normal of PP – Plot of Regression Standardized Residual. Dari grafik 4.4. maka dapat diambil kesimpulan bahwa data yang menyebar disekitar garis normal serta mengikuti arah garis diagonal regresi ini berarti model regersi telah

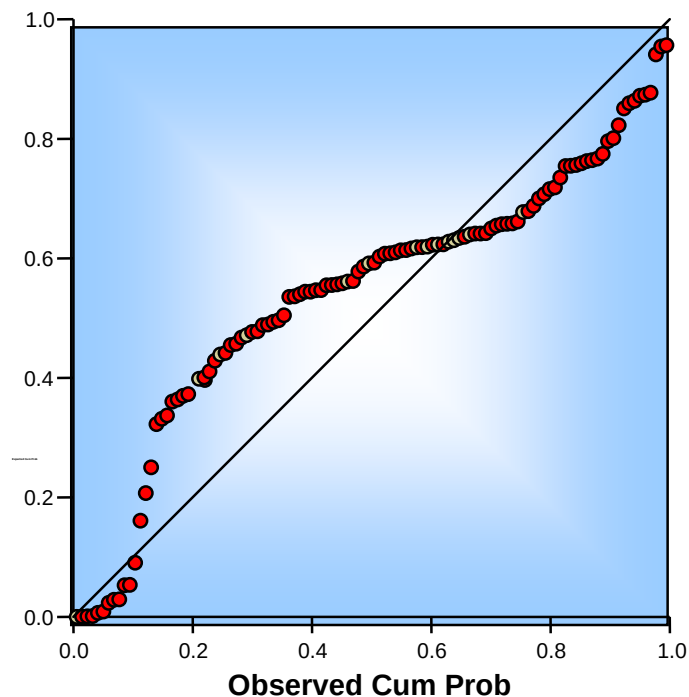
memenuhi asumsi normalitas. Dasar pengambilan keputusan ini didasari oleh pendapat Santoso (2002;214) yaitu:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis normal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data meyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Grafik 4.3.
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Total Kepuasan



d. Uji Asumsi Klasik

Dalam analisis regresi berganda perlu dihindari penyimpangan asumsi klasik supaya tidak timbul masalah dalam penggunaan analisis regresi berganda (Gujarati, 1995). Ada tiga uji asumsi klasik yang dilakukan yaitu *uji Multikolinearitas*, *uji Autokorelasi*, dan *uji Heteroskedastisitas*. Pendeteksian terhadap pengujian asumsi klasik ini dengan tujuan untuk mendapatkan analisis yang akurat atas faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam analisis. Apabila terjadi pelanggaran terhadap asumsi klasik perlu dilakukan perbaikan terlebih dahulu. Model regresi yang digunakan akan benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif atau disebut *BLUE (Best Liner Unbiased Estimator)*. maka model regresi tersebut memenuhi asumsi kalsik regresi, maka asumsi dasar tersebut adalah apabila tidak terjadi gejala multikolineritas, autokorelasi, dan heterokedastisitas diantara variabel bebas dalam regresi tersebut. Setelah model yang akan diuji bersifat *BLUE*. Pengujian asumsi klasik yang telah dilakukan sebagai berikut:

1) Uji Multikolinearitas

Pengujian yang dilakukan terhadap 3 asumsi klasik yang pertama adalah pengujian terhadap multikolinearitas. Pengujian Multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji ada tidaknya hubungan sempurna antar variabel independen dan variable dependen pada model regresi (Santoso, 2002: 206 -207).

Dengan kata lain, pengujian ini dilakukan bukan ada tidaknya multikolinearitas namun berbahaya tidaknya, sebab tidak ada suatu persamaan pun tanpa multikolinearitas. Penelitian yang mengandung multikolinearitas akan berpengaruh terhadap hasil penelitian sehingga penelitian tersebut menjadi tidak berfungsi. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dengan mendasarkan pada nilai Tolerance dan VIF. Nilai Tolerance untuk semua variabel independen lebih besar dari 0.1. Rule of thumb yang digunakan untuk menentukan bahwa nilai Tolerance tidak berbahaya terhadap gejala multikolinearitas adalah 0,1. Dari nilai VIF diketahui bahwa VIF semua variabel independen dalam penelitian ini kurang dari 10.

Tabel 4.35.
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,552	,406		1,362	,176	-,252	1,356					
	rata-rata tangibles	,250	,143	,182	1,740	,085	-,035	,534	,313	,167	,141	,596	1,679
	rata-rata reliability	-,092	,151	-,083	-,607	,545	-,391	,208	,237	-,059	-,049	,350	2,860
	rata-rata responsiveness	-,123	,144	-,112	-,854	,395	-,408	,162	,256	-,083	-,069	,377	2,650
	rata-rata assurance	,196	,172	,155	1,135	,259	-,146	,538	,453	,110	,092	,350	2,856

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	rata-rata emphaty	,485	,152	,434	3,188	,002	,183	,787	,528	,296	,258	,352	2,845

a. Dependent Variable: rata-rata kepuasan masyarakat

Menurut Gujarati (1995) semakin tinggi nilai VIF maka semakin tinggi kolinearitas antar variabel independen. Rule of thumb yang digunakan untuk menentukan bahwa nilai VIF tidak berbahaya adalah kurang dari 10.

Tabel 4.36.
Hasil Uji Multikolineritas

Variabel	VIF	Keterangan
<i>Tangibles (X₁)</i>	1,697	Tidak Multikolineritas
<i>Reliability (X₂)</i>	2,860	Tidak Multikolineritas
<i>Responsiveness (X₃)</i>	2,650	Tidak Multikolineritas
<i>Assurance (X₄)</i>	2,856	Tidak Multikolineritas
<i>Emphati (X₅)</i>	2,845	Tidak Multikolineritas

Sumber: data primer diolah, 2008

Cara untuk menguji adanya multikolineritas dapat dilihat pada Variance Inflation Factor (VIF). Batas VIF adalah 10. Jika nilai VIF di atas 10 maka terjadi multikolineritas.

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diajukan tidak terjadi gejala multikolineritas.

2) Uji Autokorelasi

Pengujian yang kedua dilakukan terhadap asumsi klasik yaitu uji Autokorelasi. Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat adanya hubungan antara data (kuesioner) satu dengan data yang lainnya dalam satu variabel. Cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi adalah dengan menggunakan Durbin Watson (DW) statistic. Jika nilai Durbin Watson statistic yang mendekati 2 (dua) mengindikasikan tidak terdapat autokorelasi. Cara lain yang digunakan untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat digunakan rule of thumb, jika nilai $du < d < 4-du$ maka tidak terdapat autokorelasi (Gujarati, 1995).

	dl	du	(4-du)
(4-dl)			

Keterangan : dl = nilai batas bawah tabel Durbin Watson

du = nilai batas atas tabel Durbin Watson

a) Jika d lebih kecil dari d_l atau lebih besar dari $(4-d_l)$, berarti terdapat autokorelasi

$(d < DWL = \text{ada autokorelasi})$

b) Jika d terletak antara d_u dan $(4-d_u)$, berarti tidak terdapat autokorelasi

$(DWU < d < (4-DWU) = \text{tidak ada korelasi})$

c) Jika d terletak antara d_l dan d_u atau antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, maka tidak dapat disimpulkan ada tidaknya autokorelasi.

$(DWL < d < DWU \text{ atau } (4-DWU) < d < (4-DWL) = \text{tanpa kesimpulan})$

Penentuan ada tidaknya gejala autokorelasi dapat diketahui dengan membandingkan antara nilai D-W hitung dengan nilai D-W tabel. Jika didapatkan dari analisis bahwa nilai D-W hitung antara -2 dan $+2$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi dalam model tersebut (Santoso, 2000).

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan terhadap uji autokorelasi didapatkan nilai Durbin Watson statistiknya sebesar 1,669 (dapat dilihat pada tabel 4.41.). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa nilai Durbin Watson statistic sebesar 2 sesuai dengan rule of thumb. Cara lain yaitu nilai Durbin Watson statistic dalam persamaan regresi dalam penelitian ini adalah 1,669. Disimpulkan bahwa variable-veriabel independen dalam penelitian

ini juga bebas dari pengujian asumsi klasik yaitu autokorelasi sehingga tidak perlu dikeluarkan dari model regresi. Nilai $d = 0,1669$ DW kritis pada tabel dapat diketahui bahwa $DWU = 1,780$ dan batas atas $DWL = 1,571$. Berdasarkan Tabel 4.19. Durbin Watson nilai d_u dan d_l adalah 1,780 dan 1,571. Berdasarkan syarat $DWL < d < DWU$, maka nilai autokorelasi diantara $1,571 < 1,669 < 1,780$. Jadi tanpa kesimpulan, sehingga dapat dikatakan tidak ada kesimpulan.

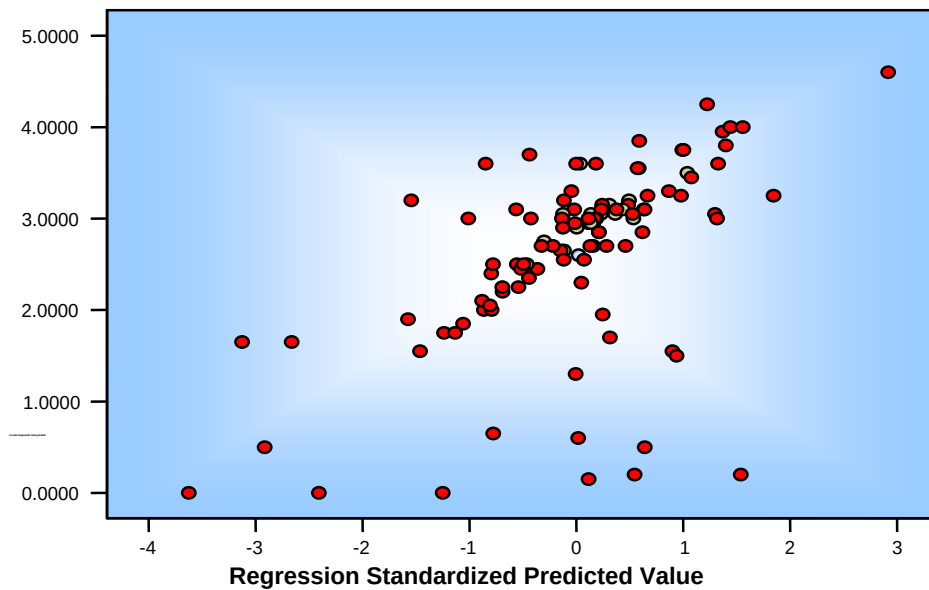
3) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian yang ketiga dilakukan adalah uji Heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat jarak kuadrat

titik-titik sebaran terhadap garis regresi. Untuk mendeteksi ini dapat dilakukan dengan bermacam-macam cara. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas ada tidaknya dapat dilakukan dengan metode *Scatter Plot* seperti yang terlihat pada Grafik 4.3.

Grafik 4.4.
Scatterplot

Dependent Variable: ra-rata kepuasan masyarakat



- a) Jika ada pola tertentu terdapat titik-titik (point-point), yang ada membentuk suatu pola tertentu yang beraturan (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka terjadi heterokedastisitas.
- b) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik (point-point) menyebar ke atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan didapat hasil berupa gambar Scatter-Plot yang terdapat pada grafik 4.4.

Dengan demikian ada pola yang jelas, serta titik-titiknya menyebar ke atas dan di bawah 0, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Semua variabel independen bebas dari pengujian asumsi klasik yang ketiga ini sehingga tidak perlu dikeluarkan dari model regresi.

Setelah pengujian tiga (3) asumsi klasik dilakukan maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa semua variabel - variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* bebas dari ketiga asumsi klasik. Hal ini berarti bahwa variable-variabel tersebut tidak perlu dikeluarkan dari model regresi yang akan berpengaruh terhadap hasil.

e. Analisis regresi

1) Descriptive Statistics

Hasil analisis data deskriptif di atas didapatkan nilai rata-rata serta standar deviasi untuk semua variabel, baik independent maupun dependent. Untuk variabel dependen yaitu variabel kepuasan masyarakat diperoleh rata-rata sebesar 2,638 dan standar deviasi

Tabel 4.37.
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ra-rata kepuasan masyarakat	2,638393	,9730833	112

	Mean	Std. Deviation	N
rata-rata tangibles	3,078125	,7103096	112
rata-rata reliability	2,948661	,8809408	112
rata-rata responseiveness	2,888393	,8909197	112
rata-rata assurance	3,042411	,7702875	112
rata-rata emphaty	2,7768	,87144	112

deviasi sebesar 0,973. Untuk variabel independen rata-rata tangibles sebesar 3,078 dan standar deviasi sebesar 0,710. Rata-rata reliability sebesar 2,949 dan standar deviasi sebesar 0,880. Rata-rata responsiveness sebesar 2,889 dan standar deviasi sebesar 0,890. Rata-rata assurance sebesar 3,042 dan standar deviasi sebesar 0,770. Rata-rata emphaty sebesar 2,776 dan standar deviasi sebesar 0,871.

2) Matriks Koefisien Korelasi

Pada matriks korelasi tersebut, didapatkan angka signifikansi untuk hubungan antar seluruh variabel independent dengan variabel dependent bernilai nol (<0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa memang terdapat hubungan yang signifikan dan korelasi yang erat antara semua variabel independent dengan variabel dependent.

Tabel 4.38.
Correlations

		Total Kepuasan	rata-rata tangibles	rata-rata reliability	rata-rata responseiv eness	rata-rata assurance	rata-rata emphaty
Pearson Correlation	Total Kepuasan	1,000	,313	,237	,257	,454	,528
	rata-rata tangibles	,313	1,000	,612	,519	,368	,420
	rata-rata reliability	,237	,612	1,000	,750	,542	,479
	rata-rata responseiveness	,257	,519	,750	1,000	,565	,572
	rata-rata assurance	,454	,368	,542	,565	1,000	,780
	rata-rata emphaty	,528	,420	,479	,572	,780	1,000
Sig. (1-tailed)	Total Kepuasan	.	,000	,006	,003	,000	,000
	rata-rata tangibles	,000	.	,000	,000	,000	,000
	rata-rata reliability	,006	,000	.	,000	,000	,000
	rata-rata responseiveness	,003	,000	,000	.	,000	,000
	rata-rata assurance	,000	,000	,000	,000	.	,000
	rata-rata emphaty	,000	,000	,000	,000	,000	.
N	Total Kepuasan	112	112	112	112	112	112
	rata-rata tangibles	112	112	112	112	112	112
	rata-rata reliability	112	112	112	112	112	112
	rata-rata responseiveness	112	112	112	112	112	112
	rata-rata assurance	112	112	112	112	112	112
	rata-rata emphaty	112	112	112	112	112	112

3) Variabel Dimasukkan/Dikeluarkan (Variables Entered/Removed)

Pada Tabel 4.17. Variabel Entered/Removed berfungsi untuk menunjukkan jumlah variabel yang dimasukkan (*entered*) dan dikeluarkan (*removed*) dalam analisis oleh karena sesuatu hal. Pada tabel tersebut dapat terlihat bahwa semua variabel yang diminta dimasukkan dan tidak ada variabel yang dikeluarkan.

Tabel 4.39.
Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Rata-rata empathy, rata-rata tangibles, rata-rata responseiveness, rata-rata assurance, rata-rata reliability(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: rata-rata kepuasan masyarakat

4) Model Summary

Tabel 4.40.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	Durbin-Watson
-------	---	----------	-------------------	----------------------------	-------------------	---------------

					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,555 (a)	,308	,275	,8283335	,308	9,437	5	106	,000	1,669

a Predictors: (Constant), rata-rata emphaty, rata-rata tangibles, rata-rata responseiveness, rata-rata assurance, rata-rata reliability

b Dependent Variable: ra-rata kepuasan masyarakat

Pada bagian ini terdapat nilai koefisien determinasi R² (R square) sebesar 0.308 (30,8%). Ini menunjukkan bahwa sebesar 30,8% variasi variabel dependent (Y) dapat dijelaskan oleh 5 variabel independent (X₁, X₂, X₃, X₄, dan X₅), artinya pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen adalah 30,8%, sedangkan sisanya sebesar 60,2% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel independen X₁, X₂, X₃, X₄ dan X₅.

5) Anova

Tabel 4.41.

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,374	5	6,475	9,437	,000(a)
	Residual	72,730	106	,686		
	Total	105,105	111			

a Predictors: (Constant), rata-rata emphaty, rata-rata tangibles, rata-rata responseiveness, rata-rata assurance, rata-rata reliability

b Dependent Variable: ra-rata kepuasan masyarakat

Pada bagian ditampilkan tabel analisis varian (Anova). Dari tabel di atas didapat nilai F= 9,437 yang dapat digunakan untuk

melakukan uji hipotesis dalam memprediksi kontribusi variabel-variabel independent (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5) terhadap variabel dependent (Y).

Hipotesis:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$

H_1 : Minimal satu dari lima variabel tidak sama dengan nol

Dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan $df_1 = 5$ (k =jumlah variabel independent) dan $df_2 = 106$ ($n-k-1$) maka tabel lihat pada tabel F didapat $F_{tabel} (5;106) = 2,21$.

Oleh karena $F_{hitung} (9,437) > F_{tabel} (0,05) = 2,21$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kesimpulannya, bahwa variabel independent (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5) dengan signifikan memberikan kontribusi terhadap variabel dependent.

6) Coefficients

Tabel 4.42.
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,552	,406		1,362	,176	-,252	1,356					
	rata-rata tangibles	,250	,143	,182	1,740	,085	-,035	,534	,313	,167	,141	,596	1,679
	rata-rata reliability	-,092	,151	-,083	-,607	,545	-,391	,208	,237	-,059	-,049	,350	2,860

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	rata-rata responseiv eness	-,123	,144	-,112	-,854	,395	-,408	,162	,256	-,083	-,069	,377	2,650
	rata-rata assurance	,196	,172	,155	1,135	,259	-,146	,538	,453	,110	,092	,350	2,856
	rata-rata emphaty	,485	,152	,434	3,188	,002	,183	,787	,528	,296	,258	,352	2,845

a Dependent Variable: ra-rata kepuasan masyarakat

Dari nilai-nilai pada kolom B dari Unstandardized Coefficients, didapatkan nilai koefisien regresi sehingga terbentuk persamaan regresi:

$$Y = 0,552 + 0,250X_1 - 0,092X_2 - 0,123X_3 + 0,196X_4 + 0,485X_5$$

Pada bagian ini ditampilkan juga Standard Error dari masing-masing variabel. Nilai pada kolom Beta, ditampilkan Z-score. Pada kolom berikutnya ditampilkan nilai t dari masing-masing variabel, yang dapat dimanfaatkan untuk menguji keberartian koefisien regresi yang didapatkan. Proses pengujiannya adalah sebagai berikut:

Hipotesis:

$$H_0 : \beta_1 = 0; \beta_2 = 0; \beta_3 = 0; \beta_4 = 0; \beta_5 = 0$$

$$H_1 : \beta_1 \neq 0; \beta_2 \neq 0; \beta_3 \neq 0; \beta_4 \neq 0; \beta_5 \neq 0$$

Jika tingkat kesalahan ditentukan sebesar 5%, maka kita dapat melihat nilai t pada daftar tabel dengan derajat kebebasan (dk) = 5 adalah 2,21.

$$Y = 0,552 + 0,250X_1 - 0,092X_2 - 0,123X_3 + 0,196X_4 + 0,485X_5$$

Nilai t untuk masing-masing variabel adalah $X_1 = 1,740$, $X_2 = -0,607$, $X_3 = -0,854$, $X_4 = 1,135$, dan $X_5 = 3,188$.

Dengan demikian, harga t hitung variabel $X_5 > t$ tabel, sehingga H_0 ditolak dan sebaliknya H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas X_5 secara signifikan menjelaskan variabel bergantung Y.

Sementara harga t hitung untuk variabel X_1 , X_2 , X_3 dan $X_4 < t$ tabel. H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga, X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 tidak dapat menjelaskan variabel bergantung Y.

7) Residual Statistics

Pada bagian ini ditampilkan daftar hasil-hasil dari Residual Statistics yang merupakan pilihan pada bagian Statistics.

Tabel 4.43.
Residuals Statistics

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	13,523989	84,298950	52,750000	10,8167406	112
Residual	-65,4252625	28,4036674	,00000000	16,1941463	112
Std. Predicted Value	-3,626	2,917	,000	1,000	112

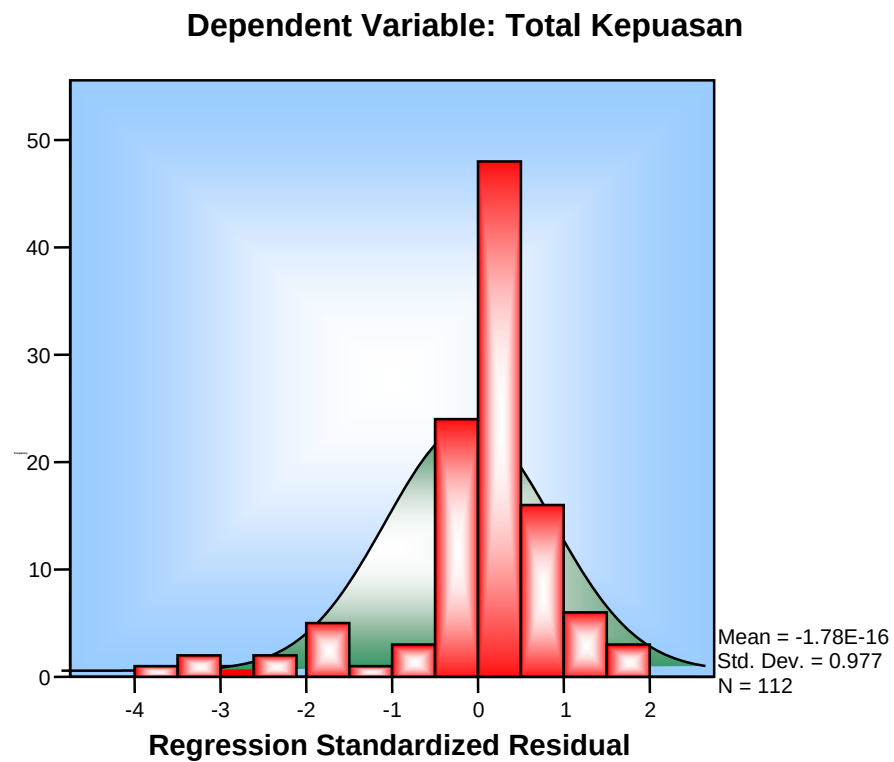
Std. Residual	-3,948	1,714	,000	,977	112
---------------	--------	-------	------	------	-----

a Dependent Variable: Total Kepuasan

8) Histogram

Grafik 4.5.

Histogram



9) Regresi Berganda

1) Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Pengujian ini untuk menguji apakah terdapat pengaruh *Tangibles* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4) dan *Emphaty* (X5) secara bersama-sama

terhadap kepuasan pelanggan (Y). Pengujian hipotesis untuk menguji hipotesis pertama. Hasil analisis regresi berganda simultan dapat dilihat pada tabel 4.25. menunjukkan.

Tabel 4.44.
Hasil Uji Regresi Secara Simultan

F tabel	F hitung	Probabilitas (signifikan-F)	Keterangan
2,21	9,437	0,000	H ₀ ditolak

Sumber: data primer diolah, 2008

Untuk menginterpretasikan data di atas kita kembali ke hipotesis yang menyatakan:

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan jasa (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty) terhadap kepuasan masyarakat secara simultan

Ha1 : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan jasa (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty) terhadap kepuasan masyarakat secara simultan

Kriteria Pengujian F test menggunakan uji satu sisi:

Jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima

Atau

Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak

Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima.

Dengan tingkat signifikan 5% dan derajat kebebasan $df_1 = 5$ (k =jumlah variabel independent) dan $df_2 = 106$ ($n-k-1$) maka tabel lihat pada tabel F didapat $F(5;106) = 2,21$. Dalam perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($9,458 > 2,21$), sehingga H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan jasa (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*) terhadap kepuasan masyarakat secara simultan. Sedangkan jika dilihat dari nilai probabilitas hitung adalah 0,000 yaitu $> 0,05$ maka keputusannya juga H_0 ditolak. Kalau dilihat dari nilai koefisien korelasi akan menentukan keeratan korelasi yaitu 0,000 atau 1 yang berarti korelasi sempurna (Tabel 4.31.)

2) Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini untuk menguji apakah terdapat pengaruh *Tangibles* (X_1), terhadap Kepuasan Masyarakat (Y), *Reliability* (X_2) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y), *Responsiveness* (X_3) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y), *Assurance* (X_4) terhadap Kepuasan Masyarakat (Y), dan *Emphaty* (X_5) terhadap

Kepuasan Masyarakat (Y). Hasil analisis regresi berganda parsial dapat dilihat pada tabel 4.43. menunjukkan:

Tabel 4.45.
Hasil Uji Regresi Secara Parsial

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	t tabel	Probabilitas	Keterangan
Tangibles (X1)	0,250	1,740	2,21	0,085	H₀ ditolak
Reliability (X2)	-0,092	-0,607	2,21	0,545	H₀ diterima
Responsiveness (X3)	-0,123	-0,854	2,21	0,395	H₀ diterima
Assurance (X4)	0,196	1,135	2,21	0,259	H₀ ditolak
Emphaty (X5)	0,485	3,188	2,21	0,002	H₀ ditolak
Konstanta = 0,552					
R. Square = 0,308					

Sumber : data primer diolah penulis, 2008

Untuk menginterpretasikan data pada tabel di atas kita kembali ke hipotesis yang menyatakan:

Ho2 : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan jasa (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty) terhadap kepuasan masyarakat secara parsial.

Ha2 : Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan jasa (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty) terhadap kepuasan masyarakat secara parsial.

Kriteria Pengujian t test menggunakan uji dua sisi

a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

b) Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Atau

a) Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak

b) Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima

Dari perhtingan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS for windows maka didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Y = Kepuasan masyarakat

a = Konstanta

$b_1, b_2, \dots, b_5$ = Koefisien regresi

X_1 = *Tangibles*

X_2 = *Reliability*

X_3 = Responsiveness

X_4 = Assurance

X_5 = Emphaty

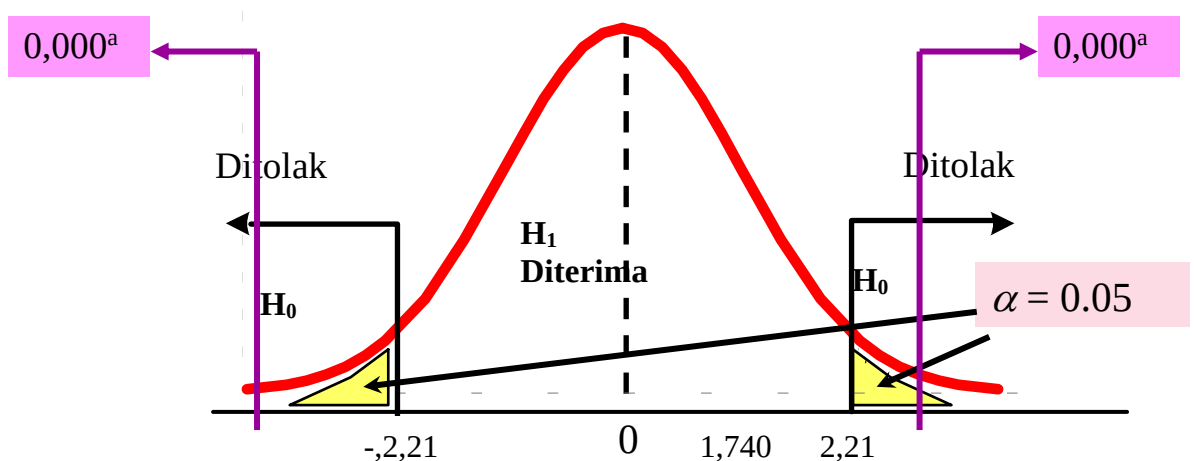
$$Y = 0,552 + 0,250X_1 - 0,092X_2 - 0,123X_3 + 0,196X_4 + 0,485X_5$$

Dari persamaan tersebut di atas dapat dijelaskan:

Dalam persamaan regresi di atas, konstanta (B_0) adalah sebesar 0,552 hal ini berarti jika tidak ada perubahan variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5 yang mempengaruhi, maka kepuasan masyarakat tetap sebesar 0,552.

(1) Variabel X_1 (*tangibles*)

Grafik 4.6.
Tangibles

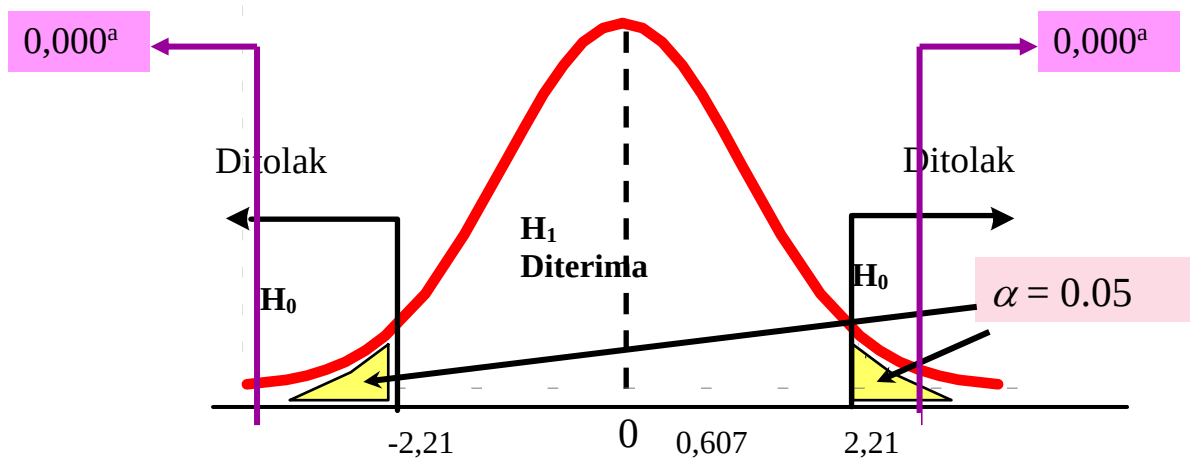


Variabel X_1 (*tangibles*) merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan masyarakat. Probabilitas kesalahan sebesar 0,085 di bawah 0,05. Hasil perhitungan pada regresi berganda t_{tabel} (111;0,5) (lihat tabel t) yaitu 2,21 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,740. Dengan demikian t hitung berada pada daerah H_0 ditolak. Pengaruhnya *Tangibles* terhadap kepuasan masyarakat sangat kecil yaitu 0,250 sehingga dipandang dari statistik tidak terdapat pengaruh.

(2) Variabel X_2 (Reliability)

Variabel X_2 (*reliability*) merupakan variabel yang tidak mempengaruhi kepuasan masyarakat. Probabilitas kesalahan sebesar 0,545 di atas 0,05. Hasil perhitungan pada regresi.

Grafik 4.7.
Reliability

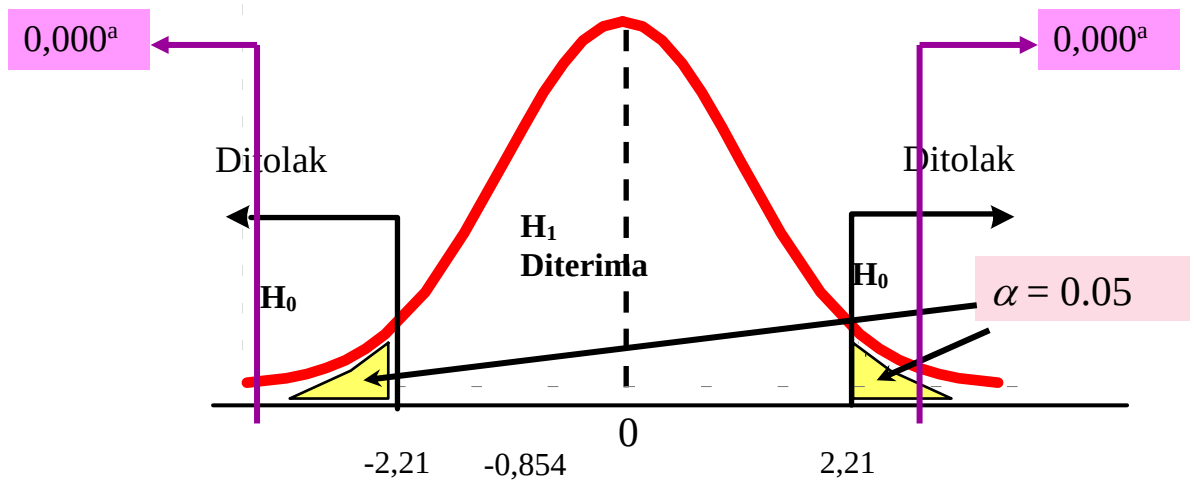


berganda $t_{\text{tabel}} (111; 0,5)$ (lihat tabel t) yaitu 2,21 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,607. Dengan demikian t_{hitung} berada pada daerah H_0 diterima. Pengaruhnya *Reliability* terhadap kepuasan masyarakat sangat kecil yaitu 0,607. Pengaruhnya negatif terhadap kepuasan masyarakat sangat kecil yaitu 0,607 sehingga dipandang dari statistik tidak terdapat pengaruh.

(3) Variabel X_3 (Responsiveness)

Variabel X_3 (*responsiveness*) merupakan variabel yang tidak mempengaruhi kepuasan masyarakat. Probabilitas kesalahan sebesar 0,395 di atas 0,05. Hasil perhitungan pada regresi

Grafik 4.8.
Responsiveness



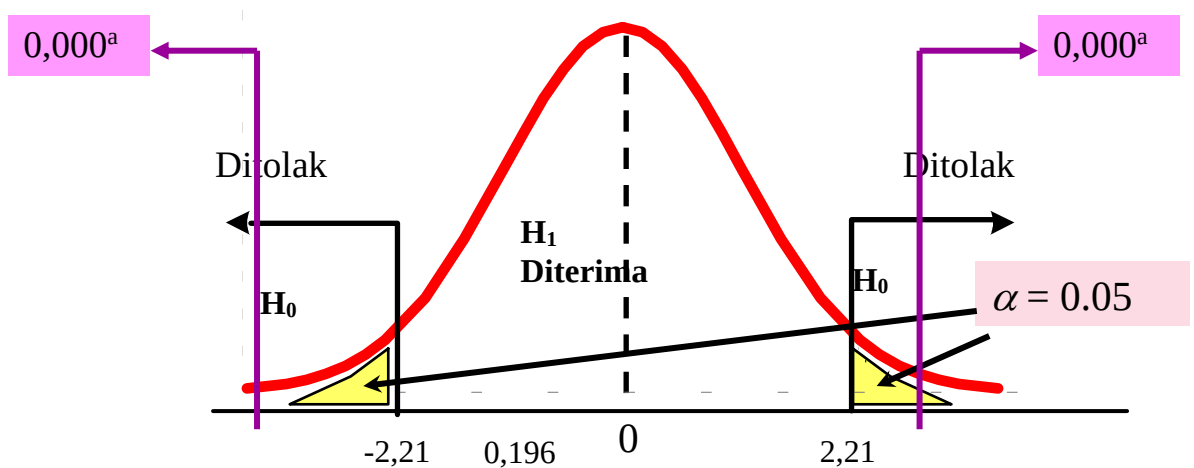
berganda $t_{\text{tabel}} (111; 0,5)$ (lihat tabel t) yaitu 2,21 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,854. Dengan demikian t_{hitung} berada pada daerah H_0 diterima. Pengaruhnya *Responsiveness* terhadap kepuasan masyarakat sangat kecil yaitu -0,854. Pengaruhnya negatif terhadap kepuasan masyarakat sangat kecil yaitu -0,854 sehingga dipandang dari statistik tidak terdapat pengaruh.

(4) Variabel X_4 (Assurance)

Variabel X_4 (*assurance*) merupakan variabel yang tidak mempengaruhi kepuasan masyarakat. Probabilitas kesalahan sebesar 0,259 di atas 0,05. Hasil perhitungan pada regresi berganda $t_{\text{tabel}} (111; 0,5)$ (lihat tabel t) yaitu

2,21 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,196. Dengan demikian t_{hitung} berada pada daerah H_0 diterima. Pengaruhnya *assurance* terhadap kepuasan masyarakat sangat kecil yaitu 0,196. Pengaruhnya positif terhadap kepuasan masyarakat sangat kecil yaitu 0,196 sehingga dipandang dari statistik tidak terdapat pengaruh.

Grafik 4.9.
Assurance

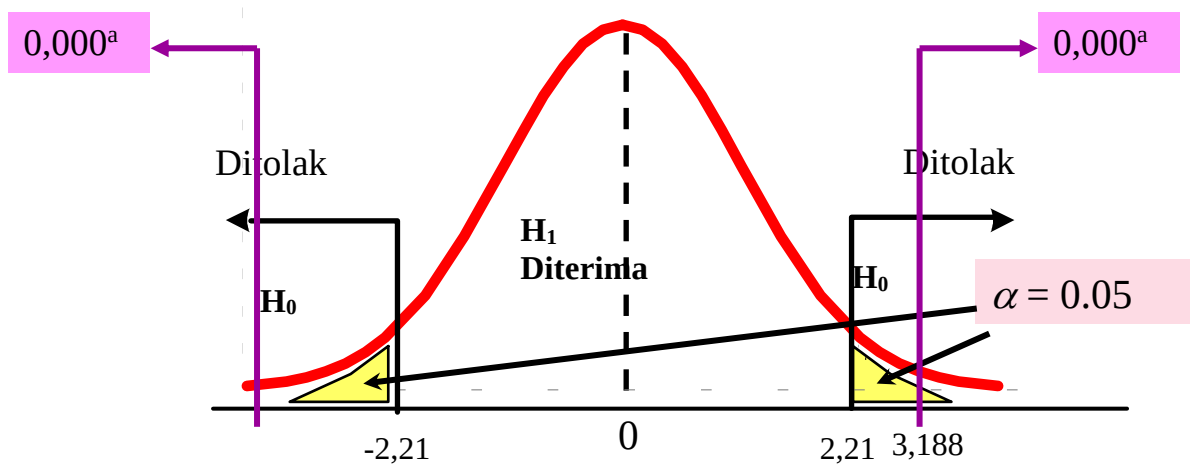


(5) Variabel X_5 (Emphaty)

Variabel X_5 (*Emphaty*) merupakan variabel yang mempengaruhi kepuasan masyarakat. Probabilitas kesalahan sebesar 0,002 di bawah 0,05. Hasil perhitungan pada regresi berganda t_{tabel} (111;0,5) (lihat tabel t) yaitu 2,21 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,188. Dengan demikian t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak.

Pengaruhnya *Emphaty* terhadap kepuasan masyarakat sangat besar yaitu 3,188. Pengaruhnya positif terhadap kepuasan masyarakat yaitu 3,188 sehingga dipandang dari statistik terdapat pengaruh.

Grafik 4.10.
Emphaty



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis hasil penelitian dan pembahasan dengan kesimpulan sementara yang ada di BAB IV, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan akhir yang meliputi:

1. Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa karakteristik responden masyarakat pengguna transjakarta busway koridor 2 pada DKI Jakarta mayoritas berumur antara 20 sampai dengan 30 tahun, yaitu sebesar 44,55 % atau 49 responden. Sedangkan untuk jenis kelamin, mereka mayoritas berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 51,82 % atau 57 responden. Untuk tingkat pendidikan, mereka mayoritas berpendidikan S1 yaitu sebesar 42,59 % atau 46 responden dimana penghasilan mereka mayoritas berpenghasilan kurang atau sama dengan 2 juta yaitu sekitar 45,16 % atau 42 responden. Untuk penggunaan busway dalam seminggu diperoleh bahwa mereka mayoritas menggunakan Transjakarta Busway antara 1 – 5 kali dalam seminggu (pergi - pulang).
2. Dari analisis data variabel kualitas pelayanan jasa transjakarta busway dapat disimpulkan bahwa persentase (%) nilai nomor jawaban tertinggi (*maximum*) pada variabel kualitas pelayanan jasa masyarakat pengguna transjakarta busway terdapat pada pertanyaan nomor 4 dengan nilai 61,64 % yang berarti mempunyai pengaruh ”kuat”. Persentase (%) nilai nomor

jawaban terendah (*minimum*) pada variabel kualitas pelayanan jasa transjakarta busway terdapat pada pertanyaan nomor 6 dengan nilai 52,15 % yang berarti mempunyai pengaruh "cukup kuat". Rata-rata (*Mean*) persentasi dari variabel variabel kualitas pelayanan jasa transjakarta busway adalah 57,71 % yang berarti mempunyai pengaruh "cukup kuat".

3. Untuk variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway dapat disimpulkan bahwa Persentase (%) nilai nomor jawaban tertinggi (*maximum*) pada variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway terdapat pada pertanyaan nomor 4 dengan nilai 63,88 % yang berarti mempunyai pengaruh "kuat". Persentase (%) nilai nomor jawaban terendah (*minimum*) pada variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway terdapat pada pertanyaan nomor 6 dengan nilai 53,40 % yang berarti mempunyai pengaruh "cukup baik". Rata-rata (*Mean*) persentasi dari variabel variabel kepuasan masyarakat pengguna transjakarta busway adalah 57,64 % yang berarti mempunyai pengaruh "cukup kuat".
4. Terdapat hubungan antara *variabel dependen* dan *variabel independen* atau dengan kata lain, terdapat hubungan antara variabel Kepuasan Masyarakat (Y) dengan Berwujud (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Keyakinan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*).
5. Hanya ada tiga (3) *variabel independen* yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *variabel dependen* yaitu variabel Berwujud

(*Tangibles*), Keyakinan (*Assurance*), dan Empaty (*Emphaty*). Sedangkan untuk kedua (2) variabel lainnya yaitu Keandalan (*Reliability*) dan Ketanggapan (*Responsiveness*) dan hasil regresi yang diperoleh bahwa kedua (2) variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan secara parsial Kepuasan Masyarakat (Y).

6. Variabel Berwujud (*Tangibles*) mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat dan arahnya pun sesuai dengan hipotesa yaitu positif.
7. Variabel Keandalan (*Reliability*) mempunyai pengaruh secara negatif terhadap Kepuasan Masyarakat. Walaupun arahnya tidak sesuai dengan hipotesa tetapi Keandalan (*Reliability*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat.. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan jasa Keandalan (*Reliability*) meningkat maka akan menurunkan Kepuasan Masyarakat, begitupun sebaliknya.
8. Variabel Ketanggapan (*Responsiveness*) mempunyai pengaruh secara negatif terhadap Kepuasan Masyarakat. Walaupun arahnya tidak sesuai dengan hipotesa tetapi Ketanggapan (*Responsiveness*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Masyarakat.. Hal ini berarti jika kualitas pelayanan jasa Ketanggapan (*Responsiveness*) meningkat maka akan menurunkan Kepuasan Masyarakat, begitupun sebaliknya.
9. Variabel Keyakinan (*Assurance*) mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat dan arahnya pun sesuai dengan hipotesa yaitu positif.

10. Variabel *Empaty (Emphaty)* mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat dan arahnya pun sesuai dengan hipotesa yaitu positif.

B. Saran

Setelah melakukan analisis hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis menyarankan beberapa langkah-langkah yang harus diambil oleh Pimpinan Badan Layanan Umum, antara lain:

1. Penulis menyarankan kepada Pimpinan Badan Layanan Umum (BLU) Transjakarta Busway untuk mengadakan riset secara periodik. Pada umumnya pengukuran kepuasan pelanggan yang berskala besar, dapat dilakukan sekali atau dua kali dalam setahun. Untuk pengukuran seperti perilaku komplain, dapat dilakukan secara kontinyu. Sebelum melakukan riset langkah pertama yang harus diambil hendaknya manajemen BLU Transjakarta melibatkan Top Manajemen. Langkah selanjutnya adalah melibatkan departemen yang terkait. Hasil riset hendaknya harus dipresentasikan dan disosialisasikan hingga di tingkat front line staf. Setelah itu secepat mungkin menyusun program baru berdasarkan hasil riset.
2. Berdasarkan hasil kuesioner, penulis menyarankan untuk diadakan program pelatihan untuk karyawan khususnya karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan seperti petugas keamanan, petugas penjaga pintu, petugas tiket, dan pramudi. Untuk hal tersebut di atas, STIE Kampus Ungu bersedia bekerja sama dengan pihak BLU

Transjakarta Busway untuk mengadakan program pelatihan karyawan seperti service excellence, pengembangan diri dan etika profesi.

3. Untuk menjaga fasilitas Transjakarta Busway, penulis sarankan untuk diadakan pemeliharaan (maintenance) secara kontinyu, baik fasilitas bus, halte dan jembatan. Dusahakan fasilitas tersebut dalam keadaan bersih, lebih baik memelihara dan menjaga dari pada memperbaiki yang membutuhkan biaya yang tidak sedikit.
4. Oleh karena penelitian ini dilakukan melalui survei yang subyeknya adalah masyarakat pengguna transjakarta busway koridor 2 pada Pemda DKI Jakarta maka dengan segala keterbatasan yang ada di sana-sini seperti keterbatasan waktu, pengalaman penulis dalam meneliti, dan lain sebagainya maka dapat dilakukan penelitian lanjutan yang bersifat lebih meluas dan lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2007, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung: alfabeta
- Arikunto, S., 1993, Manajemen Penelitian, Jakarta: Rineka Cipta
- Buttle, Francis, 2007, Customer Relation Management – Concept and Tools, Jakarta: Bayumedia
- Faisal, , 1993, Format-format penelitian sosial: dasar-dasar dan aplikasi, Jakarta: Rajawali
- Rangkuti, Freddy, 2007, Riset Pemasaran, Cetakan Kedelapan, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Gerson, Richard F., 2004, Mengukur Kepuasan Pelanggan, Jakarta: Penerbit PPM
- Hadi, Sutrisno, 1991, Statistik 1,2,3, Yogyakarta: Fakultas Psikology Universitas Gajahmada
- Hague, P. Ferry, 1995, Merancang kuesioner (terjemahan), Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo
- Irawan, Hadi, 2007, 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Cetakan ke -8, Jakarta: Elex Media Komputindo
- Iqbal, Mohammad, 2007, Pelayanan yang Memuaskan – Kisah, Refleksi, Arti, Strategi, SDM, dan Benang Merah Pelayanan, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip, 2005, Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas, Jilid 1, Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip, 2005, Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas, Jilid 2, Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia

Alamat :

Jl. Pacuan Kuda No. 1- 5 Pulomas, Jakarta 13210

Telp.: (021) 471 8048, 475 6006, 471 3625, Fax.: (021) 475 6009, sms info : 021-99550683

website: www.stie-ku.ac.id

Email: info@stie-ku.ac.id

- Kotler, Philip, A.B. Susanto, 2000, Manajemen Pemasaran di Indonesia – Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Jakarta: Salemba Empat
- Kuncoro, Mudrajad, 2003, Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi-Bagaimana meneliti & menulis tesis?, Jakarta: Erlangga
- Koentjaraningrat, 1993, Metode-metode penelitian masyarakat, Edisi ke-3, Jakarta: Penerbit Gramedia
- Lamb, Charles W.Jr., Joseph F. Hair Jr., Carl McDaniel, 2001, Pemasaran, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, 2007, Service Marketing – People, technology, strategy, Sixth Edition, Pearson Prentice Hall
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: Salemba Empat
- Malo, Manase, 1986, Materi pokok metode penelitian sosial, Jakarta: Karunia Universitas Terbuka
- Morgan, Rebecca L., 2005, Melayani Pelanggan Kecewa – Tetap Efektif Dalam Kondisi Kesal, Cetakan ketiga, Jakarta: PPM
- Moenir, H.A.S., 2006, Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia, Cetakan Ketujuh, Jakarta: PT Bumi Aksara
- Saladin, Djaslim, 2006, Manajemen Pemasaran – Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian, Edisi Keempat, Bandung: CV Linda Karya, Bandung
- Santoso, Singgih, 2006, Menguasai statistik di Era Informasi dengan SPSS 12, Jakarta: Elex Koputindo
- Saragih, Togar, 2007, Materi Kuliah Metode Penelitian, Program Pascasarjana Master Manajemen, Jakarta: STIE Kampus Ungu
- Scott, Dru, 2007, Customer Satisfaction – Cara Praktis Membangun Hubungan yang Menguntungkan dengan Pelanggan, Jakarta: PPM
- Sugiyono, 2007, Metode Penelitian Bisnis, Cetakan kesembilan, Bandung: Albeta

Alamat :

Jl. Pacuan Kuda No. 1- 5 Pulomas, Jakarta 13210

Telp.: (021) 471 8048, 475 6006, 471 3625, Fax.: (021) 475 6009, sms info : 021-99550683

website: www.stie-ku.ac.id

Email: info@stie-ku.ac.id

Sugiyono, 2006, Metode Penelitian Administrasi, Cetakan keenambelas, Bandung: Alfabeta,

Sujarweni, V. Wiratna, 2007, Panduan Mudah Menggunakan SPSS & Contoh Penelitian Bidang Ekonomi, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Ardana Media

Supranto, J., 2006, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan – Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Cetakan Ketiga, Jakarta: PT Rineka Cipta

Tjiptono, Fandy, 2000, Total Quality Management, Edisi Ketiga, Cetakan Pertama, Yogyakarta: Andi, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, 2005, Service Quality Satisfaction, Yogyakarta: Andi

Triatmojo, Yunianto, <http://triatmojo.wordpress.com/>, 2007

<http://dendemangwordpress.com/2007/11/09/busway-harustetapjalan>.

<http://suaratransjakarta.org/saran-kritik/viewall/2008>

<http://www.transjakarta.com>

<http://www.wikipedia.co.id>

Alamat :

Jl. Pacuan Kuda No. 1- 5 Pulomas, Jakarta 13210

Telp.: (021) 471 8048, 475 6006, 471 3625, Fax.: (021) 475 6009, sms info : 021-99550683

website: www.stie-ku.ac.id

Email: info@stie-ku.ac.id



Kuesioner Kepuasan Pelanggan
(Customer Satisfaction Questionnaire)

Hardianawati, NPM 007060049 adalah mahasiswi Program Pascasarjana **Stie Kampus Ungu**. Pada saat ini, akan melakukan penelitian akhir dari program studi tersebut dengan judul: “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway Koridor II pada Pemda DKI Jakarta”.

Terima kasih atas kesedian waktu anda untuk berpartisipasi dalam survei ini, dan informasi yang diberikan akan diberlakukan dengan sangat rahasia.

Pertanyaan yang diajukan meminta anda mengisi kotak pilihan yang telah tersedia dengan memberi tanda cek (☒).

1. Karakteristik Responden

- **Umur:**
☐ ≤ 20 Tahun; ☐ 20 - 30 Tahun; ☐ 31 - 40 Tahun; ☐ 41 - 50 Tahun;
☐ ≥ 50 Tahun
- **Jenis Kelamin**
☐ Laki – laki; ☐ Perempuan
- **Pendidikan:**
☐ SMP; ☐ SLTA; ☐ D3/AKADEMI; ☐ S1; ☐ S2; ☐ S3.
- **Pekerjaan:**
☐ PNS; ☐ Karyawan/i; ☐ Wiraswasta; ☐ Pelajar/Mahasiswa; ☐ TNI/POLRI;
☐ Lainnya.
- **Penghasilan:**
☐ < 2 juta; ☐ 2 - 5 juta; ☐ 5 – 10 juta; ☐ 10 – 15 juta; ☐ 15 – 20 juta; ☐ > 20 juta

2. Kuesioner Kualitas Pelayanan

1 = Sangat Tidak Baik; 2 = Tidak Baik; 3 = Cukup Baik; 4 = Baik; 5 = Sangat Baik.

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
A. BERWUJUD (TANGIBLES)						
1.	Bagaimana pendapat anda terhadap fasilitas Bus Busway Transjakarta?	☐	☐	☐	☐	☐
2.	Bagaimana pendapat anda terhadap	☐	☐	☐	☐	☐

Alamat :

Jl. Pacuan Kuda No. 1- 5 Pulomas, Jakarta 13210

Telp.: (021) 471 8048, 475 6006, 471 3625, Fax.: (021) 475 6009, sms info : 021-99550683

website: www.stie-ku.ac.id

Email: info@stie-ku.ac.id



Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
	halte Busway Transjakarta?					
3.	Bagaimana pendapat anda terhadap jembatan Busway Transjakarta					
4.	Bagaimana pendapat anda terhadap penam-pilan karyawan Busway Transjakarta?					
Bagaimana komentar anda mengenai kualitas berwujud (<i>tangibles</i>) :						
B. KEANDALAN (RELIABILITY)						
1.	Bagaimana pendapat anda terhadap karyawan Busway Transjakarta dalam memenuhi janjinya?					
2.	Bagaimana pendapat anda terhadap jadwal Busway Transjakarta?					
3.	Bagaimana pendapat anda terhadap ketanggapan karyawan Busway Transja-karta dalam memberikan pelayanan?					
4.	Bagaimana pendapat anda terhadap prosedur pelayanan Busway Transjakarta?					
Bagaimana komentar anda mengenai kualitas keandalan (<i>reliability</i>) :						
C. KERESPONSIFAN (RESPONSIVENESS)						
1.	Bagaimana pendapat anda terhadap karyawan Busway Transjakarta dalam menyelesaikan keluhan pelanggan?					
2.	Bagaimana pendapat anda terhadap karyawan Busway Transjakarta dalam membantu mengatasi kesulitan?					
3.	Bagaimana pendapat anda terhadap karyawan Busway Transjakarta apabila					

Alamat :

Jl. Pacuan Kuda No. 1- 5 Pulomas, Jakarta 13210

Telp.: (021) 471 8048, 475 6006, 471 3625, Fax.: (021) 475 6009, sms info : 021-99550683

website: www.stie-ku.ac.id

Email: info@stie-ku.ac.id



Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
	pelanggan membutuhkan?					
4.	Bagaimana pendapat anda terhadap Busway Transjakarta dalam memberikan informasi?					
Bagaimana komentar anda mengenai kualitas koresponsifan (<i>responsiveness</i>) :						
D. KEYAKINAN (ASSURANCE)						
1.	Bagaimana pendapat anda terhadap pengetahuan karyawan Busway Transjakarta ?					
2.	Bagaimana pendapat anda terhadap ketrampilan karyawan Busway Transja-karta dalam memberikan pelayanan?					
3.	Bagaimana pendapat anda terhadap reputasi karyawan Busway Transjakarta dalam memberikan pelayanan?					
4.	Bagaimana pendapat anda terhadap jaminan keamanan yang diberikan Busway Transjakarta?					
Bagaimana komentar anda mengenai kualitas keyakinan (<i>assurance</i>) :						
E. EMPATI (EMPHATI)						
1.	Bagaimana pendapat anda terhadap perhatian karyawan Busway Transjakarta pada setiap pelanggan?					
2.	Bagaimana pendapat anda terhadap perhatian karyawan Busway Transjakarta pada setiap keluhan					

Alamat :

Jl. Pacuan Kuda No. 1- 5 Pulomas, Jakarta 13210

Telp.: (021) 471 8048, 475 6006, 471 3625, Fax.: (021) 475 6009, sms info : 021-99550683

website: www.stie-ku.ac.id

Email: info@stie-ku.ac.id



Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
	pelanggan?					
3.	Bagaimana pendapat anda terhadap respek yang diberikan karyawan Busway Transjakarta kepada setiap keluhan pelanggan?					
4.	Bagaimana pendapat anda terhadap keramahan yang diberikan karyawan Busway Transjakarta kepada setiap pelanggan					
Bagaimana komentar anda mengenai kualitas empati (<i>emphaty</i>) :						

3. Kuesioner Kepuasan Pelanggan

1 = Sangat Tidak Puas; 2 = Tidak Puas; 3 = Cukup Puas; 4 = Puas; 5 = Sangat Puas.

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
A. BERWUJUD (TANGIBLES)						
1.	Bagaimana pendapat anda terhadap fasilitas Bus Busway Transjakarta?					
2.	Bagaimana pendapat anda terhadap halte Busway Transjakarta?					
3.	Bagaimana pendapat anda terhadap jembatan Busway Transjakarta					
4.	Bagaimana pendapat anda terhadap penam-pilan karyawan Busway Transjakarta?					
Bagaimana komentar anda mengenai kualitas berwujud (<i>tangibles</i>) :						

Alamat :

Jl. Pacuan Kuda No. 1- 5 Pulomas, Jakarta 13210

Telp.: (021) 471 8048, 475 6006, 471 3625, Fax.: (021) 475 6009, sms info : 021-99550683

website: www.stie-ku.ac.id

Email: info@stie-ku.ac.id



Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
B. KEANDALAN (RELIABILITY)						
1.	Bagaimana pendapat anda terhadap karyawan Busway Transjakarta dalam memenuhi janjinya?	☐	☐	☐	☐	☐
2.	Bagaimana pendapat anda terhadap jadwal Busway Transjakarta?	☐	☐	☐	☐	☐
3.	Bagaimana pendapat anda terhadap ketanggapan karyawan Busway Transja-karta dalam memberikan pelayanan?	☐	☐	☐	☐	☐
4.	Bagaimana pendapat anda terhadap prosedur pelayanan Busway Transjakarta?	☐	☐	☐	☐	☐
Bagaimana komentar anda mengenai kualitas keandalan (<i>reliability</i>) :						
C. KERESPONSIFAN (RESPONSIVENESS)						
1.	Bagaimana pendapat anda terhadap karyawan Busway Transjakarta dalam menyelesaikan keluhan pelanggan?	☐	☐	☐	☐	☐
2.	Bagaimana pendapat anda terhadap karyawan Busway Transjakarta dalam membantu mengatasi kesulitan?	☐	☐	☐	☐	☐
3.	Bagaimana pendapat anda terhadap ketanggapan karyawan Busway Transja-karta apabila pelanggan membutuhkan?	☐	☐	☐	☐	☐
4.	Bagaimana pendapat anda terhadap Busway Transjakarta dalam memberikan informasi?	☐	☐	☐	☐	☐
Bagaimana komentar anda mengenai kualitas koresponsifan (<i>responsiveness</i>) :						

Alamat :

Jl. Pacuan Kuda No. 1- 5 Pulomas, Jakarta 13210

Telp.: (021) 471 8048, 475 6006, 471 3625, Fax.: (021) 475 6009, sms info : 021-99550683

website: www.stie-ku.ac.id

Email: info@stie-ku.ac.id



Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
D. KEYAKINAN (ASSURANCE)						
1.	Bagaimana pendapat anda terhadap penge-tahuan karyawan Busway Transjakarta ?	☐	☐	☐	☐	☐
2.	Bagaimana pendapat anda terhadap ketrampilan karyawan Busway Transja-karta dalam memberikan pelayanan?	☐	☐	☐	☐	☐
3.	Bagaimana pandapat anda terhadap reputasi karyawan Busway Transjakarta dalam memberikan pelayanan?	☐	☐	☐	☐	☐
4.	Bagaimana pendapat anda terhadap jaminan keamanan yang diberikan Busway Transjakarta?	☐	☐	☐	☐	☐
Bagaimana komentar anda mengenai kualitas keyakinan (<i>assurance</i>) :						
E. EMPATI (EMPHATI)						
1.	Bagaimana pendapat anda terhadap perhatian karyawan Busway Transjakarta pada setiap pelanggan?	☐	☐	☐	☐	☐
2.	Bagaimana pendapat anda terhadap perhatian karyawan Busway Transjakarta pada setiap keluhan pelanggan?	☐	☐	☐	☐	☐
3.	Bagaimana pendapat anda terhadap respek yang diberikan karyawan Busway Transjakarta kepada setiap keluhan pelanggan?	☐	☐	☐	☐	☐
4.	Bagaimana pendapat anda terhadap keramahan yang diberikan karyawan Busway Transjakarta kepada setiap pelanggan	☐	☐	☐	☐	☐

Alamat :

Jl. Pacuan Kuda No. 1- 5 Pulomas, Jakarta 13210

Telp.: (021) 471 8048, 475 6006, 471 3625, Fax.: (021) 475 6009, sms info : 021-99550683

website: www.stie-ku.ac.id

Email: info@stie-ku.ac.id



Program Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kampus Ungu

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Bagaimana komentar anda mengenai kualitas empati (<i>emphaty</i>) :						

Terima kasih atas upaya dan waktu yang anda telah sumbangkan!

Alamat :

Jl. Pacuan Kuda No. 1- 5 Pulomas, Jakarta 13210

Telp.: (021) 471 8048, 475 6006, 471 3625, Fax.: (021) 475 6009, sms info : 021-99550683

website: www.stie-ku.ac.id

Email: info@stie-ku.ac.id