

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI SILIWANGI TRANS *SHUTTLE* BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
dalam menempuh studi pada
Program Strata-1



Oleh :

YEMIMA GRACITA

201419791

**PROGRAM STUDI
INDUSTRI PERJALANAN**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA
BANDUNG
2019**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Yemima Gracita
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 11 Oktober 1996
NIM : 201419791
Program Studi : Studi Industri Perjalanan
Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Siliwangi Trans Shuttle Bandung**” ini adalah merupakan hasil karya dan penelitian dari saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugur Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Juli 2019
Yang membuat pernyataan

Materai 6000,-

Yemima Gracita
201419791

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas pertolongan dan segala petunjuk-Nya skripsi ini dapat diselesaikan pada waktunya.

Tulisan ini merupakan bentuk karya tulis ilmiah berupa skripsi yang memiliki judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Siliwangi Trans Shuttle Bandung**” sebagai persyaratan dalam menyelesaikan penelitian program strata-1 Program Studi Industri Perjalanan, Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.

Bersama ini peneliti juga ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat yang karenanya dapat menyelesaikan skripsi ini, terutama pada dosen serta staff Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung yang telah memberikan ilmu dan dukungan serta nasihat yang berarti. Dalam kesempatan ini juga, tidak lupa peneliti mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Faisal, MM.Par., CHE. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung;
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kabag. Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan;
3. Bapak Jemmy Alexander, SE.,MM.Par., Kasubbag Kependidikan dan Kerjasama;
4. Ibu Endang Komesty Sinaga, SS., MM.Par. selaku Ketua Jurusan Perjalanan;
5. Ibu Dwiesty Dyah Utami, SST.Par., MM.Par., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Industri Perjalanan;

6. Ibu Rr Adi Hendraningrum, S.Sos., MM. selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan dan saran dalam penyusunan skripsi ini;
7. Bapak Drs. Rachmat Muljawan. MM. Par., selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dan saran dalam penyusunan skripsi ini;
8. Seluruh dosen Industri Perjalanan serta jajaran Staff;
9. Bapak Pimpinan dan seluruh Staff Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung;
10. Bapak Efendi Sofian serta Ibu Agrowati Magdalena selaku orang tua;
11. Seluruh mahasiswa/i Studi Industri Perjalanan angkatan 2014 dan kepada pihak-pihak terkait yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini.

Peneliti berharap karya tulis ilmiah berupa skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi pembacanya. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, Peneliti berharap para pembaca memaklumi jika adanya kesalahan dari laporan ini dengan harapan adanya kritik dan saran yang membangun demi menunjang kesempurnaan skripsi ini.

Bandung, Juli 2019

Yemima Gracita

ABSTRAK

Kualitas pelayanan yang diberikan dalam suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Begitu pula produk berupa jasa, kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh para pelaku bidang jasa dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan yang diteliti adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif guna mencari keterkaitan dari satu variabel dengan variabel lainnya. Data yang dihasilkan dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada 100 pengguna jasa Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung sebagai responden. Korelasi Rank Spearman juga peneliti gunakan untuk memahami besar kuantitas keterkaitan antara kualitas pelayanan Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima dimensi dari kualitas pelayanan pada Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung yaitu faktor *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara simultan memiliki pengaruh sebesar 31,13% terhadap kepuasan pelanggan dengan aspek kejelasan papan informasi sebagai indikator yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Lima dimensi Kualitas Pelayanan, Pelayanan Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The quality of service provided in a product is closely related to customer satisfaction. Similarly, products in the form of services, the quality of services provided by service sector company can provide satisfaction for customers. In this study the service quality studied is the effect of service quality on customer satisfaction at Siliwangi Trans Shuttle Bandung.

The purpose of this study is to determine the extent to which the quality of service provided has an effect on customer satisfaction on Siliwangi Trans Shuttle Bandung. This study uses associative research methods to find the linkages of one variable with other variables. The resulting data is collected through questionnaires distributed to 100 Siliwangi Trans Shuttle Bandung service users as respondents. Spearman Rank Correlation also researchers use to understand the quantity of the relationship between the quality of Siliwangi Trans Shuttle Bandung service to customer satisfaction.

The results showed that from the five dimensions of service quality on Siliwangi Trans Shuttle Bandung, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy factors simultaneously had an influence of 31.13% on customer satisfaction with aspects of clarity of information boards as indicators that most affected customer satisfaction.

Keyword : Five dimensions of Service Quality, Siliwangi Trans Shuttle Bandung Service, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Keterbatasan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori.....	6
1. Kualitas Pelayanan	6
a. Pengertian Pelayanan	6
b. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	8
2. Kepuasan Pelanggan.....	13
a. Pengertian Kepuasan	13
b. Pengertian Kepuasan Pelanggan	13
c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	14
B. Penelitian Terdahulu	16
C. Kerangka Pemikiran	16
D. Hipotesis Penelitian	17
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	19

B. Obyek Penelitian	20
C. Populasi dan Sampel	20
1. Populasi	20
2. Sampel	21
D. Metode Pengumpulan Data	22
1. Sumber Data	22
2. Pengujian Data.....	23
a. Uji Validitas	23
b. Uji Reliabilitas	24
E. Definisi Operasional Variabel	24
F. Analisis Data.....	29
1. Menentukan Korelasi Rank Spearman	29
2. Uji Keberartian Korelasi Rank Spearman	30
G. Jadwal Penelitian	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Tinjauan Objek Penelitian.....	33
1. Gambaran Umum Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	33
2. Fasilitas yang Dimiliki	34
3. Struktur Organisasi	36
B. Karakteristik Responden	37
1. Berdasarkan Jenis Kelamin	37
2. Berdasarkan Usia.....	38
3. Berdasarkan Daerah Asal	39
4. Berdasarkan Pekerjaan	40
5. Berdasarkan Frekuensi Perjalanan.....	41
C. Analisis Kualitas Pelayanan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	41
1. <i>Tangible</i>	42
2. <i>Reliability</i>	47
3. <i>Responsiveness</i>	50
4. <i>Assurance</i>	53
5. <i>Emphaty</i>	56

6. Analisis Data Kualitas Pelayanan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	59
D. Analisis Kepuasan Pelanggan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	62
1. Kepuasan Pelanggan.....	62
2. Kesesuaian antara Harapan dan Realita Pelanggan.....	63
3. Keinginan untuk Menggunakan Kembali.....	64
4. Kesiediaan untuk Merekomendasikan.....	64
5. Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	66
E. Analisis dan Pembahasan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung.....	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	70
B. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA	73
-----------------------------	----

LAMPIRAN	76
-----------------------	----

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 1.1 : Target Penjualan Tiket Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	2
TABEL 2.1 : Penelitian Terdahulu.....	16
TABEL 3.1 : Matriks Operasional Variabel.....	25
TABEL 3.2 : Jadwal Penelitian	32
TABEL 4.1 : Rute dan Jadwal Perjalanan Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung.....	34
TABEL 4.2 : Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Papan Informasi di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung.....	42
TABEL 4.3 : Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan Ruang Tunggu dan Reservasi di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	42
TABEL 4.4 : Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan Ruang Tunggu dan Reservasi di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	43
TABEL 4.5 : Tanggapan Responden Terhadap Kerapihan Penampilan Pegawai di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung.....	43
TABEL 4.6 : Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan Kendaraan yang Digunakan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	44
TABEL 4.7 : Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan Kendaraan yang Digunakan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	45
TABEL 4.8 : Tanggapan Responden Terhadap Ketepatan Jadwal Keberangkatan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung.....	47
TABEL 4.9 : Tanggapan Responden Terhadap Ketepatan Pegawai Memenuhi Permintaan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	47
TABEL 4.10 : Tanggapan Responden Terhadap Kesiapan Pegawai Memenuhi Permintaan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	48
TABEL 4.11 : Tanggapan Responden Terhadap Kecepatan Pegawai Memberikan Pelayanan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung.....	50
TABEL 4.12 : Tanggapan Responden Terhadap Kesiapan Pegawai Menangani Permintaan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	51
TABEL 4.13 : Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Komunikasi Pegawai di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung.....	51
TABEL 4.14 : Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Pegawai	

di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung.....	53
TABEL 4.15 : Tanggapan Responden Terhadap Keyakinan Pelanggan Mempercayai Informasi di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	54
TABEL 4.16 : Tanggapan Responden Terhadap Keamanan Kendaraan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung.....	54
TABEL 4.17 : Tanggapan Responden Terhadap Perhatian Pegawai di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung.....	56
TABEL 4.18 : Tanggapan Responden Terhadap Kepedulian Pegawai di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung.....	56
TABEL 4.19 : Tanggapan Responden Terhadap Pemahaman Pegawai Menyelesaikan Masalah di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung.....	57
TABEL 4.20 : Tanggapan Responden Terhadap Kemampuan Pegawai Menangani Keluhan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	58
TABEL 4.21 : Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan	60
TABEL 4.22 : Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan	61
TABEL 4.23 : Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung.....	62
TABEL 4.24 : Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Antara Harapan dan Realitas Pelanggan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	63
TABEL 4.25 : Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Untuk Menggunakan Kembali di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	64
TABEL 4.26 : Tanggapan Responden Terhadap Kesiediaan Untuk Merekomendasikan di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	64
TABEL 4.27 : Analisis Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan	66
TABEL 4.28 : Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan	66
TABEL 4.29 : Korelasi Rank Spearman Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 2.1 : Kerangka Pemikiran.....	17
GAMBAR 4.1 : Ruang Tunggu di Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> Bandung	35
GAMBAR 4.2 : Kendaraan yang Digunakan.....	35
GAMBAR 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
GAMBAR 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
GAMBAR 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	39
GAMBAR 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
GAMBAR 4.7 : Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Perjalanan ..	41
GAMBAR 4.8 : Rekapitulasi Dimensi Tangible.....	46
GAMBAR 4.9 : Rekapitulasi Dimensi Reliability	49
GAMBAR 4.10 : Rekapitulasi Dimensi Responsiveness	52
GAMBAR 4.11 : Rekapitulasi Dimensi Assurance	55
GAMBAR 4.12 : Rekapitulasi Dimensi Emphaty	59
GAMBAR 4.13 : <i>Control Chart</i> Kualitas Pelayanan.....	61
GAMBAR 4.14 : Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan	65
GAMBAR 4.15 : <i>Control Chart</i> Kepuasan Pelanggan	67

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 Kuesioner	76
LAMPIRAN 2 <i>Plagiarism Detection Report Scan</i>	78
LAMPIRAN 3 Tabulasi Data	79
LAMPIRAN 4 Dokumentasi Penelitian	83
LAMPIRAN 5 Surat Keterangan Penelitian.....	85
LAMPIRAN 6 Form Bimbingan	86
LAMPIRAN 7 Biodata Peneliti	87

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi, bidang pariwisata merupakan salah satu tolak ukur dalam menilai perkembangan suatu negara. Negara Indonesia merupakan satu diantara beberapa negara yang berkembang di bidang pariwisata. Bidang pariwisata Indonesia terdiri dari berbagai macam aspek yang dinilai memiliki pengaruh besar dalam sektor pariwisata itu sendiri salah satunya yaitu dibidang transportasi. Andriansyah menyebutkan (2015:1) transportasi merupakan perpindahan manusia atau barang dengan memanfaatkan wahana yang digerakkan oleh manusia atau mesin dan atau sebuah alat transportasi digunakan guna mempermudah manusia guna melakukan kegiatan sehari-hari.

Di negara maju, para penduduknya lebih banyak menggunakan transportasi umum yang disediakan pemerintah. Transportasi umum yang disediakan kebanyakan adalah transportasi darat dan laut, seperti kereta api, shuttle bus, kapal penyebrangan dan sebagainya. Mereka menggunakan transportasi umum salah satunya karena lebih menghemat biaya dan apabila menggunakan kendaraan pribadi, pajak yang ditanggung juga cukup besar.

Di Indonesia sendiri terdapat banyak transportasi umum namun masyarakat belum mempunyai minat yang besar guna menggunakan transportasi yang disediakan oleh pemerintah. Hal ini dapat dilihat dengan jumlah transportasi umum dan jumlah kendaraan pribadi yang hampir

seimbang. Tetapi Indonesia sedang mengembangkan transportasi umum agar penggunaan kendaraan di jalan lebih efisien. Hal tersebut didukung dengan bermunculannya pelaku jasa transportasi. Siliwangi Trans Shuttle atau dengan nama lain dikenal dengan Siltrans Shuttle merupakan salah satu bentuk usaha jasa pelayanan transportasi darat. Siltrans Shuttle melayani angkutan transportasi antarkota dengan rute Bandung – Cianjur – Sukabumi. Awalnya dalam sehari hanya terdapat 8 kali jadwal pemberangkatan, namun pada awal tahun 2017 terdapat penambahan jadwal yaitu menjadi 16 kali jadwal pemberangkatan. Penambahan jadwal tersebut demi mewujudkan peningkatan dalam kualitas pelayanan pelanggan serta daya saing di industri transportasi. Walaupun demikian, Siltrans Shuttle belum bisa mencapai target penjualan tiket dalam kurun waktu 3 tahun terakhir. Di bawah ini adalah tabel yang berisi data mengenai seberapa besar target yang ditetapkan dan jumlah tiket yang terjual pada tahun 2016 sampai tahun 2018.

Tabel 1.1
TARGET PENJUALAN TIKET
SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG
PERIODE TAHUN 2016 - 2018

TAHUN	TARGET		REALISASI
	MAKSIMUM	TARGET PERUSAHAAN	
2016	37.440	29.952	19.576
2017	74.880	59.904	46.907
2018	74.880	59.904	49.385
Total	187.200	149.760	115.868

Sumber: Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung

Berdasarkan data di atas, Siltrans Shuttle memiliki kapasitas maksimum dari seluruh unit dalam satu tahun hanya guna rute Bandung – Sukabumi adalah

37.440 pada tahun 2016 dan 74.880 pada tahun 2017 dan 2018. Dari jumlah tersebut pihak Siltrans Shuttle menetapkan sebesar 80% sebagai target pencapaian. Apabila dilihat dari data di atas, penjualan tiket pada tahun 2016 sampai 2018 baru mencapai 77% dari target yang ditetapkan. Dengan penjelasan dari data di atas, peneliti menduga bahwa faktor yang menyebabkan belum tercapainya target adalah kualitas pelayanan yang belum maksimal. Dugaan ini diperkuat dengan pra survey yang dilakukan peneliti, yang menyatakan bahwa tiga dari sepuluh orang yang diwawancarai memberikan keluhan mengenai kualitas pelayanan. Keluhan yang sering dialami oleh pelanggan adalah pelayanan admin yang kurang tanggap dalam melayani pelanggan dan fasilitas ruang tunggu dengan jumlah kursi yang sedikit.

Terdapat 5 aspek penting yang mencakup kriteria kualitas pelayanan yang dijelaskan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:183) yaitu bentuk kehandalan (reliability), fisik atau terlihat (tangible), jaminan (assurance), daya tanggap (responsiveness), dan empati (empathy) yaitu dimaksudkan supaya pelanggan dapat merasakan kepuasan. Dalam kondisi mengenai kepuasan pelanggan, umumnya harapan atau keinginan adalah sebuah keyakinan atau perkiraan pelanggan mengenai apa yang akan diterima bagi pelanggan tersebut.

Dalam penanganan pelayanan jasa terdapat dasar-dasar yang perlu dilaksanakan oleh penyedia sebuah layanan jasa yakni memberikan pelayanan jasa yang optimal. Maka dari itu penyedia layanan jasa dipergunakan memberi

kualitas pelayanan seoptimal mungkin guna menjalin sebuah koneksi atau hubungan erat mengenai kepuasan pelanggan guna terus terjaga dengan baik (Tjiptono, 2016:145). Disebutkan kembali oleh (Tjiptono, 2016:120), kualitas adalah suatu keadaan yang terus berubah dan berkaitan dengan produk, jasa, proses, manusia, serta lingkungan yang melebihi atau memenuhi harapan.

Dari hal-hal di atas peneliti merasa perlu guna meneliti tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh Siliwangi Trans Shuttle yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Siliwangi Trans Shuttle yang berlokasi di Balubur Townsquare Lt D1 blok Q no. 06. Peneliti tertarik guna melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung”.

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti merumuskan permasalahan didasarkan oleh latar belakang masalah, yaitu :

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung ?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi di Siliwangi Trans Shuttle Bandung ?

C. Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah pertanyaan pada penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi di Siliwangi Trans Shuttle Bandung

D. Keterbatasan Penelitian

Peneliti membatasi kepada rute yang dipasarkan di Siliwangi Trans Shuttle hanya rute Kota Bandung – Kota Sukabumi dengan tempat transit di Kota Cianjur. Adapun waktu keberangkatan yang akan diteliti adalah keberangkatan pagi dan sore hari. Hal ini dikarenakan keberangkatan pagi dan sore lebih ramai dari keberangkatan siang.

E. Manfaat Penelitian

Peneliti menemukan beberapa manfaat dalam penelitian yang peneliti lakukan, adalah:

a. Manfaat Teoritis

Manfaat dari peneliti berharap penelitian yang dilakukan bisa menghasilkan kontribusi guna pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu pariwisata dalam bidang kualitas pelayanan yang akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Praktis

Manfaat dari penelitian yang peneliti lakukan diharapkan dapat berguna bagi pihak Siliwangi Trans *Shuttle* dalam meningkatkan kualitas pelayanangunamenunjang kepuasan pelanggan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Arti pelayanan sebagaimana diindikasikan oleh Gonroos dalam Ratmito dan Atik (2005: 3) adalah pengaturan atau gerakan latihan yang tidak dapat dirasakan dan terjadi karena koneksi antara pembeli dan pegawai dan atau hal berbeda yang diberikan oleh perusahaan yang direncanakan guna mengurus masalah pembeli / klien. Meskipun demikian menurut penjelasan Kotler dan Keller (2008: 83) jasa merupakan serangkaian tindakan dan atau kegiatan yang bisa direkomendasikan dari satu pihak ke pihak lainnya, dan merupakan sesuatu tidak dapat diprediksi dan tidak memberikan hasil kepemilikan apapun. Produksi sebuah jasa dapat dikenal berupa bentuk fisik atau tidak. Pelayanan menjadi faktor utama dari perusahaan yang menjalankan usaha pada bidang jasa. Pusat dari bentuk yang dimaksud biasanya adalah jasa tertentu. Dengan demikian, pemahaman secara teoritis mengenai batasan, definisi dan faktor-faktor yang dapat memberi pengaruh terhadap pelayanan itu sendiri.

Tjiptono (2012: 5) pelayanan dapat dikatakan sebagai kerangka kerja yang memiliki dua segmen utama, yang pertama

adalah service operations yang terkadang tidak nyata atau tidak bisa terlihat dan atau tidak jelas letaknya bagi pelanggan dan yang kedua adalah service delivery yang biasanya dapat dilihat (visible) atau ditemukan oleh pelanggan.

Ada beberapa karakteristik atau ciri khas yang terdapat dalam pelayanan menurut Zamke dalam (Ratminto dan Atik, 2005: 4), sebagai berikut:

- a. Pelanggan memiliki ingatan (*memories*) atau mendapatkan pelayanan, yang tidak dapat dijual atau diberikan kepada orang lain.
- b. Alasan pelaksanaan pelayanan merupakan sebuah hal unik, dimana setiap pembeli / klien dan setiap koneksi merupakan suatu yang dianggap "spesial".
- c. Pelayanan terjadi pada waktu tertentu, ini tidak dapat dimasukkan ke dalam penyimpanan atau dikirim misalnya.
- d. Pelanggan mengontrol kualitas dengan melihat harapan dan pengalaman yang mereka dapatkan.
- e. Dalam suatu kasus yang berakibat kesalahan, cara utama yang tidak dapat dilakukan oleh siapa pun selain pegawai adalah memohon permintaan maaf.
- f. Moral pekerja amat penting bagi lancarnya penyampaian sebuah pelayanan.

b. Pengertian Kualitas Pelayanan

Arti kualitas pelayanan dapat memiliki arti lain guna setiap orang. Banyak pakar pada bidang kualitas berusaha guna mencirikan kualitas tergantung dari sudut pandang masing-masing, beberapa di antaranya oleh Parasuraman dalam (Lupiyoadi dan Rambat 2013:216) kualitas sebuah jasa dapat dicirikan sebagai sejauh mana perbedaan diantara hal yang nyata dan keinginan pelanggan guna pelayanan yang pelanggan dapatkan. Sedangkan sesuai Tjiptono (2000: 52) suatu bentuk keadaan dinamis atau selalu berubah yang memiliki kaitan dengan sebuah proses, produk, individu dan lingkungan yang memenuhi keinginan.

Selain itu ada pemahaman kualitas pelayanan dari J. Supranto (2006: 227) merupakan kalimat yang menurut penyedia sebuah jasa adalah suatu hal yang wajib dilakukan dengan baik. Akan tetapi sebagaimana dijelaskan oleh Alma (2004: 293-294) sifat dari pelayanan atau jasa adalah sebuah kapasitas suatu jasa dengan setiap perangkatnya yang benar-benar ditunjukkan agar tepat dengan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan kegiatan seseorang kepada pihak lain dengan memperkenalkan barang atau jasa yang disesuaikan dari selera, kebutuhan dan apa yang diinginkan pelanggan. Perusahaan bisa memberi sebuah pelayanan yang sebandung dengan keinginan yang diharapkan oleh pelanggan, hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan yang dimaksud baik.

Pelayanan yang baik akan menawarkan dukungan kepada pelanggan guna melaksanakan pembelian kembali atau pembelian ulang di perusahaan yang dimaksud.

Seperti yang dijelaskan Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006: 183), merupakan gagasan kualitas sebuah pelayanan yang diidentifikasi dengan sebuah kepuasan ditentukan oleh lima komponen yang biasa dikenal sebagai SERVQUAL, yaitu bentuk kehandalan (reliability), fisik atau terlihat (tangible), jaminan (assurance), daya tanggap (responsiveness), dan empati (empathy). Berikut ini adalah penjabaran dari lima komponen diatas:

1) Tangibles

Kapasitas sebuah perusahaan guna menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Tampilan dan mampu atau tidaknya sarana dan prasarana yang nyata atau terlihat secara fisik sebuah perusahaan yang dapat diubah sesuai dengan kondisi-kondisi lingkungan merupakan ciri keadaan sebenarnya yang berasal dari pelayanan yang akan diberikan dari penyedia jasa. Hal tersebut termasuk fasilitas fisik (contohnya: area tunggu, area reservasi, dan lain sebagainya.), Perangkat keras atau peralatan yang digunakan (teknologi), dan kehadiran pegawainya. Seperti yang dijelaskan oleh Tjiptono, (2012: 175) sehubungan dengan tampilan fisik atau nyata dari fasilitas layanan, perangkat keras / peralatan, SDM dan materi korespondensi perusahaan. Memahami bukti nyata atau fisik dalam sebuah kualitas pelayanan adalah jenis realisasi asli

yang secara fisik atau nyata dapat dilihat atau dikenakan oleh pegawai sesuai pemanfaatan dan pengaplikasian yang bisa dirasakan guna mengakomodasi pelayanan yang akan didapat oleh individu yang membutuhkan pelayanan, dimaksudkan guna mereka puas dengan pelayanan yang diberikan, yang juga menonjolkan prestasi pekerjaan dalam memberikan pelayanan (Parasuraman, 2001: 32). Pada intinya didalam memberi sebuah pelayanan, setiap individu yang membutuhkan pelayanan akan dapat merasa bukti fisik penting dimana bukti fisik tersebut ditunjukkan oleh penyedia sebuah jasa pelayanan, dengan tujuan bahwa pelayanan memberi pemenuhan kebutuhan pelanggan. Jenis pelayanan tangible lebih sering berbentuk sarana dan prasarna yang ada, perangkat teknologi pelayanan yang digunakan, performance atau penampilan penyedia sebuah jasa pelayanan yang sama dengan ciri pelayanan yang dilakukan, guna memperlihatkan perolehan kerja yang dapat disaapabilan berbentuk sebuah pelayanan fisik yang terlihat.

2) *Reliability*

Kapasitas perusahaan guna menghasilkan pelayanan harus sesuai dan pantas dengan apa yang sudah dijanapabilan dengan tepat dan juga dapat diandalkan. Kinerja sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan yang memiliki maksud ketepatan waktu, memberikan pelayanan yang adil dengan tidak membedakan guna

semua pelanggan tanpa adanya kesalahan, bersikap bijaksana dan memiliki ketepatan yang tinggi.

3) *Responsiveness*

Sebuah aturan guna mengakomodasi dan memberi manfaat yang responsif atau cepat dan tepat bagi pelanggan, dengan pengantaran sebuah berita atau informasi yang jelas. Tjiptono (2012: 175) keterkaitan dengan keinginan dan kapasitas dari penyedia layanan guna mengakomodasi pelanggan dan menanggapi terhadap permintaan mereka dengan cepat.

4) *Assurance*

Dalam menciptakan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dapat melalui hal-hal seperti, sopan dan santun, pengetahuan dan juga kapasitas pegawai. Hal tersebut menggabungkan beberapa komponen yaitu kepercayaan (kredibilitas), komunikasi, keamanan, kemampuan dan kesopanan.

5) *Empathy*

Memberi sebuah sikap kepedulian yang tulus dan bersifat personal terhadap pelanggan dengan mencoba mengerti apa yang diinginkan pelanggan. Pada suatu perusahaan dipergunakan untuk mendalami dan memahami tentang pelanggan, mengerti apa yang dibutuhkan pelanggan secara mendetil, dan juga memiliki jam kerja yang sesuai bagi pelanggan. Seperti yang dimaksudkan oleh Tjiptono, (2012: 175) perusahaan mengerti isu-isu pelanggan dan mengambil tindakan berdasarkan apa yang penting untuk

pelanggan, dan memberikan secara personal kepada pelanggan, dan juga memiliki waktu yang tepat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Sunarto (2003:245) mengenali tujuh komponen penting dari dimensi dari kualitas pelayanan

No.	Komponen Penting	Uraian
1	Kinerja	taraf absolut atau kelengkapan kinerja barang atau jasa dari karakter utama yang dicirikan oleh para pelanggan
2	Interaksi Pegawai	perhatian, keramahan, dan juga sopan santun ditunjukkan oleh pegawai yang memberi sebuah jasa atau barang
3	Kehandalan	kesesuaian kemampuan dan atau kinerja jasa dan produk
4	Daya Tahan	peka daya ketahanan hidup sebuah produk dan kekuatan secara general
5	Kenyamanan serta ketepatan waktu	tingkat kecepatan dan ketepatan produk baik informasi atau jasa diberikan serta diperbaiki

2. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan

Dari Oliver yang dikutip dalam J. Supranto (2001: 234) kepuasan merupakan taraf emosi seseorang setelah ada perbandingan kinerja dari sebuah hasil yang dirasakan dengan harapan sesuai atau tidak sesuai. Kepuasan adalah emosi kesukaan atau ketertarikan dan atau ketidaksukaan seseorang yang timbul setelah melihat perbandingan di antara persepsi dengan kinerja atau dari sebuah barang dan atau harapan (Kotler, 2002: 42). Maka dari itu, kepuasan adalah sebuah kegunaan yang berasal dari penilaian atau impresi dari kinerja dan harapan. Menurut pendapat Lovelock dan Wirtz (2011: 75) kepuasan dapat diartikan sebagai sebuah langkah yang dipilih berdasarkan pada pengalaman diperoleh.

b. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Eksistensi dan kapasitas perusahaan guna mendapatkan manfaat dalam jangka panjang adalah dengan cara yang tidak secara langsung yang dibawa dari sebuah perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, hal yang sering diartikan adalah dengan konsep pemasaran. Dengan tujuan akhir guna memenuhi kepuasan pelanggan/ pelanggan, perusahaan pasti diharuskan lebih teliti guna memutuskan langkah yang di ambil dalam pergerakan keinginan dan kebutuhan pelanggan yang berubah setiap saat. Pembelian akan berpindah setelah membingkai kesan atau persepsi nilai penawaran, kepuasan setelah pembelian bergantung pada pelaksanaan penawaran yang berbanding dengan keinginan. Sebagaimana diindikasikan oleh

Danang Sunyoto (2013: 35) makna kepuasan pelanggan adalah taraf kepuasan individu selepas ada pembandingan (kinerja atau hasil) yang dirasa bertolak belakang dari harapan. Taraf kepuasan ialah komponen pembeda antara kinerja dan harapan yang dirasa pelanggan. Pelanggan dapat mengerti bahwa satu dari tiga taraf kepuasan umum, yakni dimana apabila kinerja berada di bawah harapan, pembeli akan merasa kecewa, namun sebaliknya apabila sesuai harapan pelanggan terpenuhi maka akan merasa puas dan apabila kinerja dapat melampaui harapan, pelanggan akan merasa sangat puas. Sementara yang ditunjukkan oleh Danang Sunyoto (2013: 36) harapan pelanggan adalah guna mengasumsikan kinerja penting dan memiliki dampak besar dalam menentukan sifat atau kualitas suatu barang (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan dalam menilai suatu barang guna memanfaatkan harapan mereka sebagai standar atau acuan.

c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Empat konsep inti dalam hal memperkirakan kepuasan pelanggan sesuai Tjiptono (2016: 367) akan dijelaskan di bawah ini:

- 1) Kepuasan pelanggans secara keseluruhan (Overall Costumer Satisfaction)

Pendekatan terbaik guna memperkirakan kepuasan pelanggan adalah pertama, dengan lugas mempertanyakan kepada pelanggan itu sendiri seberapa puas mereka oleh produk/jasa dari yang dimaksud. Kedua, memperkirakan dan melihat perbandingan dan atau perbedaan dengan produk/jasa pesaing.

2) Konfirmasi Harapan (Confirmation of Expectation)

Kepuasan tidak diperkirakan secara keseluruhan akan tetapi tergantung pada sesuainya harapan pelanggan oleh kinerja produk perusahaan. Pelanggan akan merasakan perbedaan seperti yang ditunjukkan oleh apa yang mereka rasakan setelah mengkonsumsi.

3) Minat Pembelian Ulang (Repurchase Intent)

Kepuasan dihitung menyeluruh dan memberi pertanyaan kepada pelanggan akankah membeli barang kembali. Setelah membeli dan mengkonsumsi, kemudian pelanggan akan membeli kembali produk tersebut.

Kesediaan Merekomendasi (Willingness to Recommend)

Kesediaan pelanggan guna menawarkan produk kepada teman / keluarga. Dalam hal, bahwa teman / keluarga merasakan sesuatu hal dan sama dirasakan oleh pelanggan yang sudah merasakan produk tersebut, maka dianggap puas.

B. Penelitian Terdahulu

Berikut dibawah ini merupakan sebuah data yang berisikan tentang penelitian terdahulu, dimana penelitian ini sudah dilakukan yang terfokus pada kualitas pelayanan perusahaan terhadap kepuasan pelanggan :

Tabel 2.1
PENELITIAN TERDAHULU

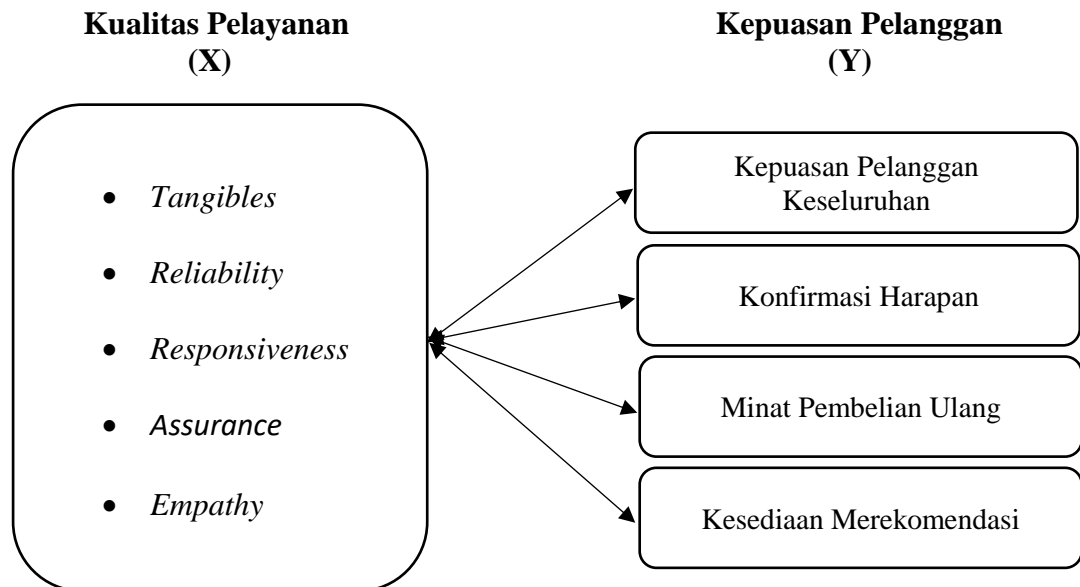
No	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Renaldy Dwi Muharram (2017)	Kualitas Pelayanan MGO Premium <i>Shuttle</i> Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan	Penelitian ini menilai kualitas pelayanan berdasarkan SERVQUAL terhadap kepuasan penumpang
2.	Santoso, Fauzi, dan Sunarti (2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada penumpang Kereta Api Argo Bromo Anggrek Jurusan Surabaya – Jakarta)	Dari kelima variabel yakni: kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, diketahui bahwa bukti fisik mempunyai pengaruh lebih besar terhadap kepuasan penumpang

Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

C. Kerangka Pemikiran

Dalam Gambar di bawah ini akan menjelaskan mengenai proses dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Memasukkan Kualitas Pelayanan sebagai Variabel X dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Y.

GAMBAR 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN



Sumber : Diproses oleh peneliti, 2019

D. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:47) hipotesa adalah dugaan yang logis yang memiliki kemungkinan pemecahan masalah yang dapat diterima apabila telah diuji kenyataannya sesuai dengan dugaan tersebut. Berdasarkan statistiknya hipotesis dibagi menjadi dua, yaitu hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Hipotesis nol merupakan hipotesis statistik karena diuji dengan perhitungan statistik, hipotesis ini dirumuskan guna ditolak setelah pengujiannya. Sedangkan hipotesis alternatif merupakan tandingan dari hipotesis nol yang menyatakan adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, yang biasanya diuji guna diterima.

Dalam penelitian ini, hipotesis nol dan hipotesis alternatif secara simultannya adalah;

H_0 = Tidak adanya pengaruh antara kualitas pelayanan Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung terhadap kepuasan pelanggan

H_a = Adanya pengaruh antara kualitas pelayanan Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung terhadap kepuasan pelanggan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Teknik penelitian yang dipakai dari peneliti pada penelitian saat ini adalah penelitian asosiatif. Seperti yang ditunjukkan oleh Sugiyono pada bukunya yaitu berjudul Metode Penelitian Administrasi (1997: 7) dalam kaitannya dengan penelitian asosiatif yang berafiliasi, guna lebih spesifik: "Penelitian asosiatif adalah penelitian guna mencari keterkaitan dari satu variabel dengan variabel lainnya". Pada bukunya yang serupa Sugiyono menjelaskan (1997: 38): "hubungan kausal merupakan hubungan yang memiliki sifat sebab akibat. Pada akhirnya diketahui bahwa ada variabel independen (mempengaruhi variabel lain) dan variabel dependen (terpengaruh). Pada titik itu Sugiyono mengklarifikasi bahwasannya (1997: 38): "Variabel independen merupakan variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Pada bahasa yang kita gunakan yaitu bahasa Indonesia seringkali dipahami serupa variabel bersifat bebas. Variabel bersifat bebas tersebut berasal dari variabel dimana dapat menyebabkan atau memunculkan variabel yang *dependent* / terikat dan atau variabel *dependent* akan menjadi "variabel akibat". Pada bahasa sehari-hari, seringkali dipahami sebagai variabel yang terikat dikarenakan bisa mendapatkan pengaruh atau berubah kemudian memberikan akibat, hal tersebut dikarenakan adanya variabel bebas.

B. Obyek Penelitian

Guna memiliki kapasitas dalam mencari jawaban tujuan dalam penelitian yang peneliti lakukan dan melakukan sebuah uji hipotesis, objek dan variabel penelitian dibutuhkan. Pada penelitian saat ini, objek penelitian merupakan perusahaan yang berkecimpung pada bidang jasa yaitu Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung, sedangkan responden yang dibuat oleh peneliti berasal dari dua pengelompokan responden. Dimana peneliti menetapkan kelompok utama responden adalah para manajemen yaitu karyawan baik petinggi jabatan ataupun staff di Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung. Bagian kelompok responden ini, akan peneliti gali lebih dalam mengenai data tentang bagaimana pengaturan kualitas variabel pelayanan.

Kemudian pada kelompok responden kedua yang peneliti tetapkan merupakan pelanggan yang menggunakan jasa di Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung. Dari bagian kelompok ini, peneliti perlu mencari tahu informasi mengenai bagaimana manfaat kualitas pelayanan dan dampak yang ditimbulkan terhadap kepuasan pelanggan, akan tetapi diharuskan mempertimbangkan pengukuran dimensi dan atau indikator variabel penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan daerah spekulasi terbagi dari: obyek / subyek dimana memiliki karakteristik dan atribut tertentu yang dikukuhkan oleh peneliti guna dikonsentrasikan dan setelah itu mencapai kesimpulan

(Sugiyono, 2013:90). Popualasi pada kesempatan penelitian kali ini adalah pelanggan yang sedang dan atau sudah membeli produk, yaitu orang-orang yang menggunakan jasa Siltrans *Shuttle* dengan rute perjalanan Bandung – Sukabumi. Jumlah keseluruhan pelanggan yang sudah dijelaskan di latar belakang yaitu sebesar 115.868 orang.

2. Sampel

Bagian pada kelompok responden yang pertama yaitu para petinggi manajemen dimana hal ini merupakan manajer perusahaan dan pelaku yang memiliki jabatan sebagai petinggi departemen yang ada di Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung, pengumpulan atau penarikan sampel dilaksanakan dengan cara *purposive* yakni sebuah teknik guna mendapatkan sampel (*purposive sampling*) berdasarkan pertimbangan dan tujuan tertentu.

Pada bagian kelompok responden yang selanjutnya, yakni para pelanggan yang menggunakan jasa transportasi di Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung. Teknik yang peneliti gunakan agar mendapatkan *sampling* yang diinginkan maka teknik yang diterapkan adalah *sampling* acak sederhana (*Simple Random Sampling*) yakni sebuah teknik penarikan unit analisis dari populasi guna dihasilkan sebuah sampel bilamana tiap unit analisis memiliki kesempatan yang sama guna terpilih kedalam sampel. Barometer sampel yang diterapkan merupakan formula Slovin, Kusmaryadi dan Sugiarto, E (2000:74) dalam bukunya dimana menjelaskan formula sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = taraf sampel yang diperlukan

N = taraf populasi, dan

e = *margin error* (taraf dari kesalahan) dimana memiliki kisaran antara 5 – 10 persen

B Hasil dari perhitungan rumus di atas, sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{115.868}{1 + 115.868(0,1)^2} = 99,91$$

Maka dapat ditetapkan jumlah sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Pengumpulan data primer yang dikumpulkan oleh peneliti menggunakan cara sebagai berikut :

- a. Pertanyaan terstruktur berupa kuestioner terhadap para pelanggan yang menggunakan jasa transportasi di Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung.
- b. Observasi yang dilaksanakan di lokasi penelitian peneliti yaitu Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung guna memperlihatkan lebih jelas masalah-masalah yang memiliki hubungan dengan pokok masalah yang peneliti buat.

Data sekunder bersumber dari jurnal, penelitian kepustakaan, data-data yang diperoleh dari manajemen perusahaan beserta karya

tulis ilmiah dimana terdapat sebuah keterkaitan / hubungan dari penelitian ini.

2. Pengujian Data

Dikarenakan pengambilan data dilaksanakan menggunakan cara yaitu dengan cara melakukan kuesioner, diharapkan keseriusan para responden guna mencari jawaban pertanyaan yang peneliti buat sebaik mungkin, karena menjadi faktor penting dalam penelitian yang dilaksanakan peneliti. Keabsahan perolehan penelitian sangat ditentukan dengan alat pengukuran yang diterapkan. Guna mengantisipasi hal tersebut digunakan dua cara pengujian yakni uji validitas (*test of validity*) dan uji keandalan (*test of reliability*).

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu barometer yang menunjukkan taraf ketepatannya suatu instrument. Artinya instrument tersebut dapat mengukur apa yang dibutuhkan. Formula korelasi dari *product moment* Pearson digunakan guna menguji validitas instrument penelitian, dengan formula berikut :

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

Keterangan :

r : Koefisien korelasi diantara variabel X dan variabel Y

n : Banyak data

X : Poin atau Skor dari suatu Item Instrumen

Y : Total Skor berasal dari seluruh Item Instrumen

b. Uji Reliabilitas

Apabila alat ukur telah mendapatkan data yang valid, hal yang dilakukan selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas guna mengetahui taraf keandalan alat ukur, sehingga bisa dipercaya dan juga terbebas dari *measurement error*. Metode dari α -Brown digunakan guna menguji reliabilitas instrumen dari penelitian menggunakan formula berikut :

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_j^2}{S^2} \right)$$

Keterangan :

α = Koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha*

K = Total item yang diuji

$\sum S_i^2$ = Total skor item

S_x^2 = Skor-skor tes (keseluruhan item K)

E. Definisi Operasional Variabel

Dari hasil kerangka pemikiran yang peneliti buat dan hipotesis yang sudah dijabarkan pada sebelumnya, bahwasannya proses operasionalisasi variabel tergolong pengukuran variabel tersebut dan dapat diketahui pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.1
Matriks Operasional Variabel

VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	UKURAN
Kualitas Pelayanan menurut Parasuraman, dkk, dalam Lupiyoadi (2006:182)	Tangible	Papan informasi yang ada di ruang tunggu	Kejelasan mading yang memberi informasi – informasi seputar travel	1. Taraf kejelasan
		Ruang Tunggu dan Tempat Reservasi	Kenyamanan ruang tunggu dan tempat reservasi	2. Taraf kenyamanan
			Kebersihan ruang tunggu dan tempat reservasi	3. Taraf kebersihan
		Pegawai	Kerapihan penampilan para pegawai	4. Taraf kerapihan
		Kendaraan	Kebersihan kendaraan yang digunakan	5. Taraf kebersihan
			Kenyamanan kendaraan yang digunakan	6. Taraf kenyamanan
	Reliability	Jadwal	Ketepatan waktu jadwal keberangkatan	7. Taraf ketepatan

VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	UKURAN
		Pemenuhan permintaan pelanggan	Ketepatan pegawai dalam memenuhi permintaan pelanggan	8. Taraf ketepatan
			Kesiapan pegawai dalam memenuhi permintaan pelanggan	9. Taraf kesiapan
	Responsiveness	Pelayanan pegawai	Kecepatan pegawai dalam memberikan pelayanan guna memenuhi permintaan pelanggan	10. Taraf kecepatan
			Kesiapan pegawai dalam menangani permintaan pelanggan	11. Taraf kesiapan
		Komunikasi pegawai	Kejelasan komunikasi pegawai dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan	12. Taraf kejelasan
	Assurance	Pengetahuan pegawai mengenai informasi <i>shuttle</i>	Pengetahuan pegawai dalam mengetahui informasi yang dibutuhkan pelanggan	13. Taraf pengetahuan
			Keyakinan pelanggan dalam mempercayai informasi yang diberikan oleh pegawai	14. Taraf keyakinan

VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	UKURAN
		Merasa aman	Keamanan kendaraan yang digunakan pelanggan	15. Taraf keamanan
	Empathy	Keinginan pelanggan	Perhatian pegawai dalam memenuhi keinginan para pelanggan	16. Taraf perhatian
			Kepedulian pegawai terhadap keinginan pelanggan	17. Taraf kepedulian
		Masalah pelanggan	Pemahaman pegawai dalam membantu menyelesaikan masalah pelanggan	18. Taraf pemahaman
			Kemampuan pegawai dalam menangani keluhan pelanggan	19. Taraf kemampuan
Kepuasan Pelanggan menurut Engel et al dalam Tjiptono (2001:24)	Kepuasan Pelanggan Keseluruhan	Kepuasan pelanggan setelah menggunakan jasa transportasi Siliwangi Trans <i>Shuttle</i>	Kepuasan pelanggan setelah merasakan pelayanan yang diberikan Siliwangi Trans <i>Shuttle</i>	1. Taraf kepuasan
	Konfirmasi Harapan	Pelayanan sesuai harapan atau ekspektasi	Kesesuaian antara harapan pelanggan dengan realita pelayanan yang diberikan	2. Taraf kesesuaian
	Minat Pembelian Ulang	Kemauan pelanggan guna kembali	Keinginan pelanggan guna menggunakan kembali jasa Siliwangi Trans <i>Shuttle</i>	3. Taraf keinginan

VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	UKURAN
		menggunakan jasa Siliwangi Trans <i>Shuttle</i>		
	Kesediaan Merekomendasi	Bersedia guna merekomendasi Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> kepada orang lain	Pelanggan bersedia guna merekomendasikan Siliwangi Trans <i>Shuttle</i> kepada orang-orang yang dikenal	4. Frekuensi merekomendasikan

Sumber : Diproses oleh peneliti, 2019

F. Analisis Data

Skala yang digunakan guna mendapati kepuasan pelanggan melihat pada segi kualitas pelayanan yang telah diberikan merupakan skala likert yang terdiri dari: sangat baik, baik, cukup, kurang, sangat kurang. Kelima penilaian berikut diberi bobot sebagai berikut:

Sangat Baik = 5

Baik = 4

Cukup = 3

Kurang = 2

Sangat Kurang = 1

1. Menentukan Korelasi Rank Spearman

Koefisien korelasi Rank Spearman dipergunakan guna memahami besar kuantitas keterkaitan antar dua variabel, yakni variabel yang memiliki sifat bebas (X) dan variabel yang tidak memiliki sifat bebas yakni (Y) dan dikonotasikan dengan huruf “ r_s ”. Prosedur atau metode dan atau langkah guna menghitung koefisien korelasi Rank Spearman adalah :

- a. Data yang didapatkan diperoleh dengan cara mengambil secara acak berasal dari populasi yang sudah didapat guna kemudian dijadikan sampel
- b. Data tersebut terbagi dari 2 (dua) variabel yakni variabel X yang memiliki sifat bebas (*Independent*) dan variabel Y yang memiliki sifat tidak bebas (*Dependent*)
- c. Data sandingan awal (X_i, Y_i) dibentuk menjadi sebuah sandingan data Rank yakni $R(X_i)$ dan $R(Y_i)$

- d. Menghitung taraf atau besaran selisih dari langkah (d) antara $R(X_i) - R(Y_i)$.
- e. Langkah terakhir, menghitung taksiran atau harga dari kuadrat yaitu $d^2 = R(X_i) - R(Y_i)$. Setelah itu ditotalkan.

Rumus konvensional yang digunakan guna mencari hasil besarnya sebuah koefisien korelasi rank Spearman yakni :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

r_s = Korelasi Rank Spearman

d = Pautan antara Rank (X) – Rank (Y)

n = Barometer Sampel

2. Uji Keberartian Korelasi Rank Spearman

Harga r_s dimana didapat menggunakan cara dari hasil kalkulasi sebelumnya, perlu diuji keberartiannya terlebih dahulu (signifikasnsinya). Langkah dalam percobaan hipotesis adalah :

Hipotessis :

$H_0 : r_s = 0 \Rightarrow$ Tidak memiliki keterkaitan X dengan Y

$H_1 : r_s \neq 0 \Rightarrow$ Memiliki keterkaitan X dengan Y

Statistik Uji :

Bilamana taraf sebuah sampel ialah lebih rendah ($n < 30$), dan kemudian harga r_s yang didapatkan berasal dari sebuah penghitungan sebelumnya dibuat sebuah perbandingan menggunakan harga r_s tabel dari sebuah taraf kepercayaan $(1-\alpha)$ 10% dan taraf sampel n . (Contoh dalam tabel Spearman). Apabila harga r_s hitung lebih besar setelah dilakukan perbandingan oleh harga r_s tabel, maka H_0 ditolak atau tidak dapat diterima.

Bilamana taraf sebuah sampel memiliki besaran ($n \leq 30$), perlu diterapkan statistik uji t seperti rumus dibawah :

$$t = \frac{r_s \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r_s^2}}; dk = n - 2$$

t = Statistik t

r_s = Koefisien berasal dari Korelasi Spearman

n = Banyak data yang diperoleh

Kriteria Uji

Tidak dapat diterima H_0 apabila hasil t hitung memiliki hasil yang lebih besar jika dilakukan perbandingan dengan tabel t oleh taraf kepercayaan $(1-\alpha)$ 100% dan derajat bebas dari $dk = n - 2$.

Kesimpulan :

Bilamana ditemukan H_0 tidak diterima atau ditolak terkandung sebuah keterkaitan yang memiliki relevan baik dengan variabel yang bebas (X) dan dengan variabel yang tidak bebas (Y).

G. Jadwal Penelitian

Penelitian dilakukan sesuai dengan jadwal berikut :

Tabel 3.2
Jadwal Penelitian

Kegiatan	Bulan				
	Des	Jan	Feb	Mar	Apr
Pengajuan TOR					
Penyusunan Usulan Penelitian					
Pengumpulan Usulan Penelitian					
Pelaksanaan Seminar UP					
Pengumpulan Data dan Lapangan					
Penyusunan Laporan					
Ujian Sidang					

Sumber : Diproses oleh peneliti, 2019

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Tinjauan Objek Penelitian

1. **Gambaran Umum Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung**

Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung merupakan salah satu bentuk usaha layanan jasa transportasi darat yang melayani perjalanan antar kota. Siliwangi Trans *Shuttle* atau yang biasa disebut Siltrans mulai melayani para pelanggan pada awal tahun 2014. Siltrans menerima layanan jasa transportasi antar kota, rute yang disediakan adalah Bandung – Cianjur – Sukabumi. Pool Bandung dan pool Sukabumi merupakan pool utama yaitu tempat pemberhentian pertama dan terakhir, sedangkan pool Cianjur merupakan pool transit dimana pelanggan yang berasal dari Bandung dan Sukabumi dapat mengakhiri perjalanan di Cianjur. Siltrans memiliki moto yaitu pelopor *on time shuttle*.

Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung melayani 16 kali perjalanan dalam satu hari. Pelanggan dapat menggunakan jasa Siltrans setiap hari karna tetap melayani walaupun hari besar atau tanggal merah. Jadwal keberangkatan untuk setiap harinya memiliki jam keberangkatan yang sama yaitu mulai dari pukul 04.00 sampai pukul 20.00. Pemberangkatan ada setiap satu jam sekali. Berikut adalah jadwal perjalanan di Siltrans :

TABEL 4.1
RUTE DAN JADWAL PERJALANAN
SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG

Pool Asal	Pool Tujuan	Jadwal		Harga	Jadwal Arah Sebaliknya	
Bandung Balubur Townsquare (Baltos) Jl. Taman sari Lt. D1 blok Q no. 06	Cianjur Jl. Dr. Muwardi no. 133 (by pass) sebelah rumah madu , pertigaan Jl. Rumah sakit	04.00	13.00	Rp 50.000	05.00	13.00
		05.00	14.00		06.00	14.00
		06.00	15.00		07.00	15.00
		07.00	16.00		08.00	16.00
		08.00	17.00		09.00	17.00
		09.00	18.00		10.00	18.00
		10.00	19.00		11.00	19.00
		11.00	20.00		12.00	20.00
	12.00			21.00		
	Sukabumi Jl. Siliwangi no. 30 (sebelah radio nbs)	04.00	13.00	Rp 70.000	Sama	
		05.00	14.00			
		06.00	15.00			
		07.00	16.00			
		08.00	17.00			
		09.00	18.00			
		10.00	19.00			
		11.00	20.00			
12.00						

Sumber : Siliwangi Trans Shuttle Bandung

2. Fasilitas yang dimiliki

Siliwangi Trans Shuttle Bandung mempunyai tiga titik keberangkatan atau yang biasa disebut pool, yaitu Pool Bandung, Pool Cianjur dan Pool Sukabumi. Di setiap pool memiliki fasilitas yang sama, Terdapat fasilitas tempat parkir, ruang reservasi, ruang tunggu, toilet, *charger podium station*, serta tempat untuk menitipkan barang.

Siltrans Shuttle memiliki jumlah kendaraan sebanyak 8 unit. Kendaraan yang digunakan adalah Toyota Hiace dan Elf yang dapat membawa 13 orang penumpang dalam satu kali perjalanan. Berikut ini adalah beberapa gambar mengenai fasilitas-fasilitas di Siltrans Shuttle:

GAMBAR 4.1
RUANG TUNGGU DI SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG



Sumber : Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung

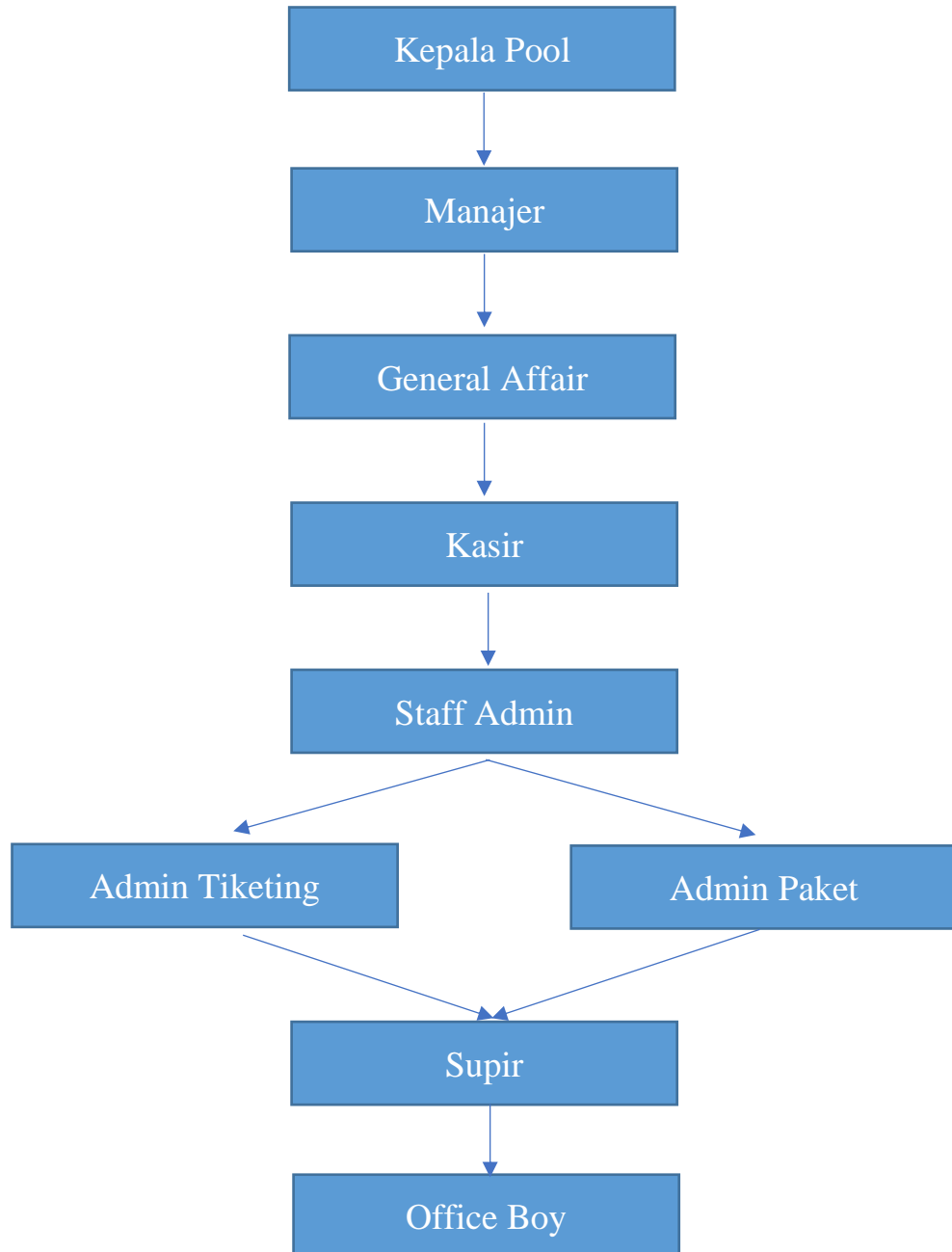
GAMBAR 4.2
KENDARAAN YANG DIGUNAKAN



Sumber : Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung

3. Struktur Organisasi

Berikut ini adalah struktur organisasi Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung:



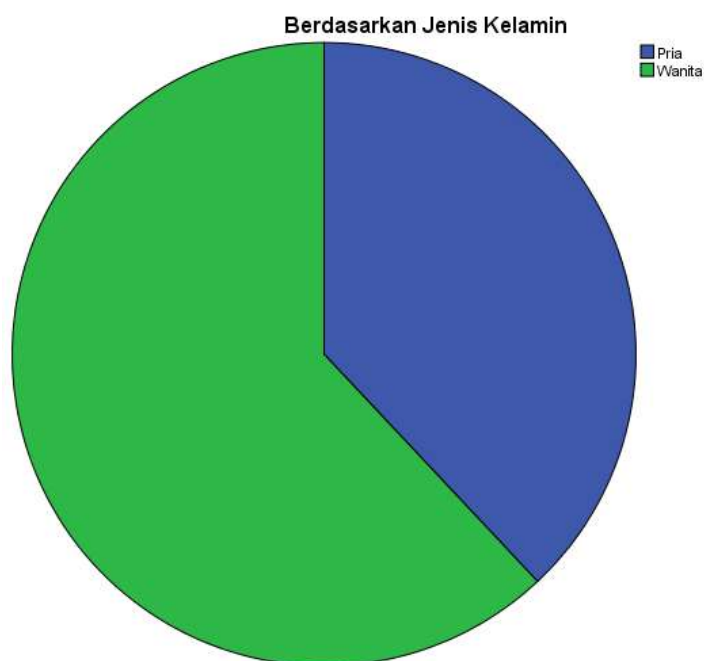
Sumber : Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung

B. Karakteristik Responden

Di bawah ini peneliti akan menguraikan penyajian data karakteristik responden yang berjumlah 100 responden berdasarkan beberapa macam karakteristik.

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

GAMBAR 4.3
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS
KELAMIN
n = 100



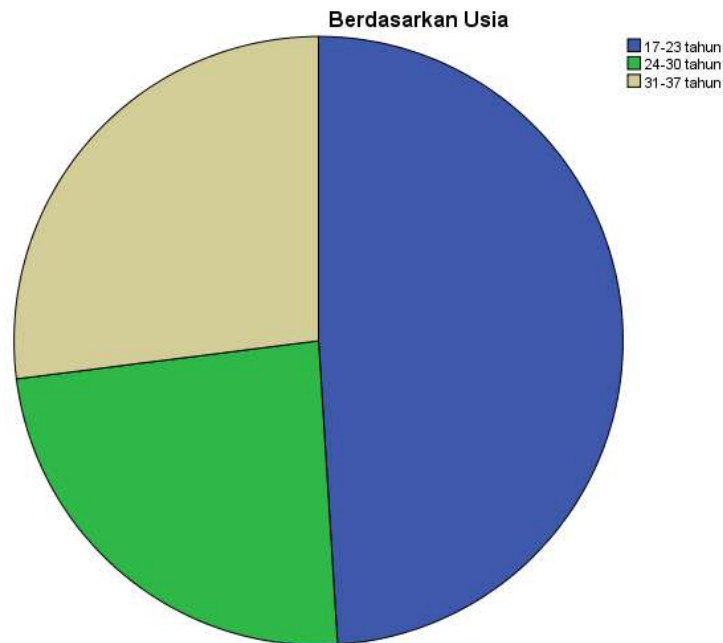
Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan pada diagram diatas diperoleh hasil ada 38 responden yang berjenis kelamin pria dengan presentase 38% dan ada 62 responden yang berjenis kelamin wanita dengan presentase 62%.

2. Berdasarkan Usia

GAMBAR 4.4
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA

n = 100

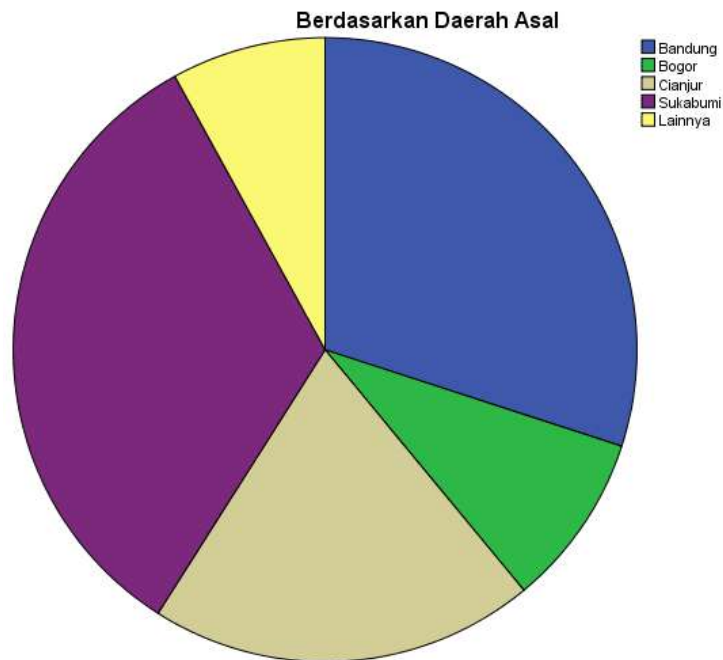


Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan pada diagram diatas diperoleh hasil ada 49 responden yang memiliki usia 17-23 tahun dengan presentase 49%, ada 24 responden yang memiliki usia 24-30 tahun dengan presentase 24%, dan ada 27 responden yang memiliki usia 31-37 tahun dengan presentase 27%.

3. Berdasarkan Daerah Asal

GAMBAR 4.5
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN DAERAH
ASAL
n = 100

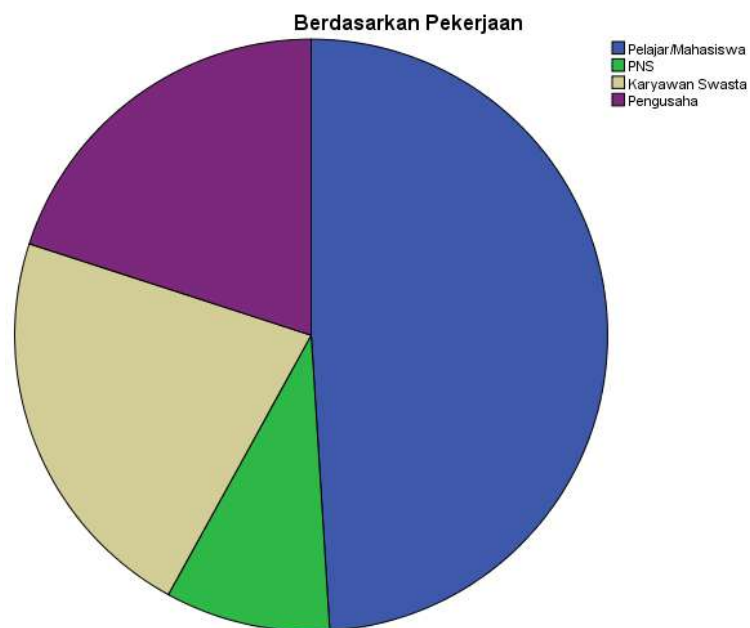


Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan pada diagram diatas diperoleh hasil ada 30 responden yang berasal dari Bandung dengan presentase 30%, ada 9 responden yang berasal dari Bogor dengan presentase 9%, ada 20 responden yang berasal dari Cianjur dengan presentase 20%, ada 33 responden yang berasal dari Sukabumi dengan presentase 33%, dan ada 8 responden yang berasal dari kota lainnya dengan presentase 8%.

4. Berdasarkan Pekerjaan

GAMBAR 4.6
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
PEKERJAAN
n = 100

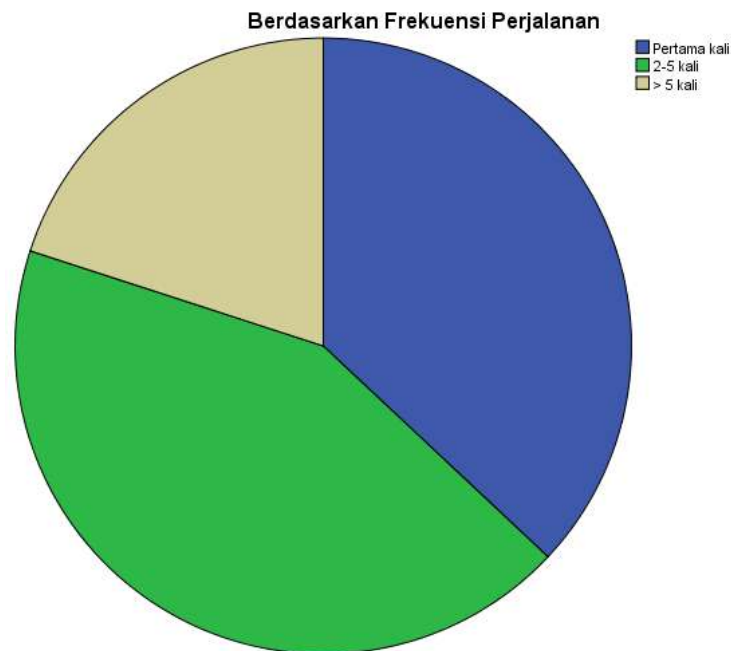


Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan pada diagram diatas diperoleh hasil ada 49 responden yang masih pelajar atau mahasiswa dengan presentase 49%, ada 9 responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS (Pegawai Negeri Sipil) dengan presentase 9%, ada 22 responden yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta dengan presentase 22%, dan ada 20 responden yang memiliki pekerjaan sebagai pengusaha dengan presentase 20%

5. Berdasarkan Frekuensi Perjalanan

GAMBAR 4.7
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
FREKUENSI PERJALANAN
n = 100



Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Berdasarkan pada diagram diatas diperoleh hasil ada 37 responden yang baru pertama kali menggunakan jasa Siltrans dengan presentase 37%, ada 43 responden yang sudah 2-5 kali menggunakan jasa Siltrans dengan presentase 43%, dan ada 20 responden yang sudah lebih dari 5 kali menggunakan jasa Siltrans dengan presentase 20%.

C. Analisis Kualitas Pelayanan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung.

Penjelasan berikut ini merupakan analisis dan pembahasan yang menyangkut kualitas sebuah pelayanan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung. Yang terdiri dari beberapa dimensi yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

1. *Tangible*

Di bawah ini merupakan indikator-indikator yang termasuk dalam dimensi *tangible*. Berikut adalah penjelasan dari analisis masing-masing indikator.

TABEL 4.2
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
KEJELASAN PAPAN INFORMASI DI SILIWANGI TRANS
SHUTTLE BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Baik	7	7.0	7.0	7.0
Baik	63	63.0	63.0	70.0
Cukup	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai kejelasan papan informasi, diperoleh ada 7 reponden (7,0%) menjawab sangat baik, ada 63 responden (63,0%) menjawab baik, dan ada 30 responden (30,0%) menjawab cukup.

TABEL 4.3
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KENYAMANAN
RUANG TUNGGU DAN RESERVASI
DI SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Baik	4	4.0	4.0	4.0
Baik	54	54.0	54.0	58.0
Cukup	23	23.0	23.0	81.0
Kurang	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai kenyamanan ruang tunggu, diperoleh ada 4 responden (4,0%) memberikan respon jawaban sangat baik, ada 54 responden (54,0%) menjawab baik, ada 23 responden (23,0%) menjawab cukup, dan ada 19 responden (19,0%) menjawab kurang.

TABEL 4.4
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KEBERSIHAN
RUANG TUNGGU DAN RESERVASI
DI SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Baik	47	47.0	47.0	47.0
Valid Cukup	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai kebersihan ruang tunggu, diperoleh ada 47 responden (47,0%) menjawab baik, dan ada 53 responden (53,0%) menjawab cukup.

TABEL 4.5
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KERAPIHAN
PENAMPILAN PEGAWAI
DI SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	8	8.0	8.0	8.0
Baik	40	40.0	40.0	48.0
Valid Cukup	45	45.0	45.0	93.0
Kurang	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai kerapihan penampilan pegawai, diperoleh ada 8 reponden (8,0%) memberikan respon jawaban sangat baik, ada 40 responden (40,0%) memberikan respon jawaban baik, ada 45 responden (45,0%) memberikan respon jawaban cukup, dan ada 7 responden (7,0%) memberikan respon jawaban kurang.

TABEL 4.6
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KEBERSIHAN
KENDARAAN YANG DIGUNAKAN
DI SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	10	10.0	10.0	10.0
Baik	49	49.0	49.0	59.0
Valid Cukup	36	36.0	36.0	95.0
Kurang	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai kebersihan kendaraan, diperoleh ada 10 reponden (10,0%) memberikan respon jawaban sangat baik, ada 49 responden (49,0%) memberikan respon jawaban baik, ada 36 responden (36,0%) memberikan respon jawaban cukup, dan ada 5 responden (5,0%) memberikan respon jawaban kurang.

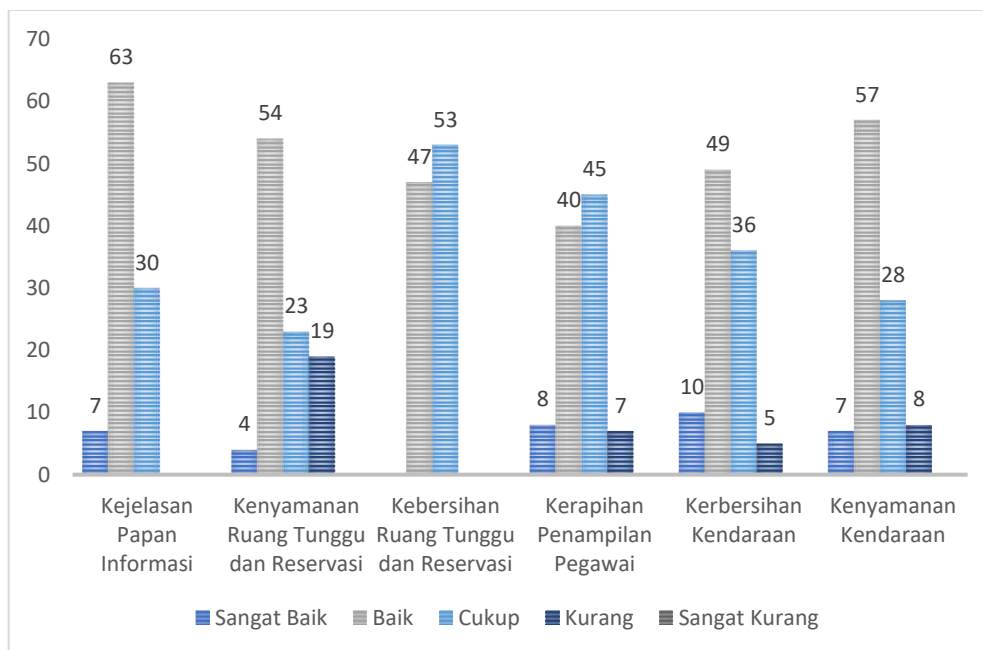
TABEL 4.7
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KENYAMANAN
KENDARAAN YANG DIGUNAKAN
DI SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	7	7.0	7.0	7.0
Baik	57	57.0	57.0	64.0
Valid Cukup	28	28.0	28.0	92.0
Kurang	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai kenyamanan kendaraan, diperoleh ada 7 reponden (7,0%) menjawab sangat baik, ada 57 responden (57,0%) menjawab baik, ada 28 responden (28,0%) menjawab cukup, dan ada 27 responden (27,0%) menjawab kurang.

GAMBAR 4.8
REKAPITULASI DIMENSI TANGIBLE



Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dapat diperhatikan dalam diagram di atas, jumlah indikator yang terdapat dalam dimensi tangible yaitu enam indikator. Dari ke enam indikator tersebut yang paling dominan adalah indikator pertama yaitu kejelasan papan informasi di Siliwangi Trans Shuttle Bandung. Sedangkan yang paling rendah adalah indikator kedua yaitu kenyamanan ruang tunggu di Siliwangi Trans Shuttle Bandung.

2. *Reliability*

Di bawah ini merupakan indikator-indikator yang termasuk dalam dimensi *reliability*. Berikut adalah penjelasan dari analisis masing-masing indikator.

TABEL 4.8
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KETEPATAN
JADWAL KEBERANGKATAN
DI SILIWANGI TRANS *SHUTTLE* BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Baik	41	41.0	41.0	41.0
Valid Cukup	59	59.0	59.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas dalam hal ketepatan jadwal, diperoleh ada 41 responden (41,0%) menjawab baik dan ada 59 responden (59,0%) menjawab cukup.

TABEL 4.9
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KETEPATAN
PEGAWAI MEMENUHI PERMINTAAN
DI SILIWANGI TRANS *SHUTTLE* BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Baik	63	63.0	63.0	63.0
Valid Cukup	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai ketepatan pegawai memenuhi permintaan, diperoleh ada 63 responden (63,0%) menjawab baik dan ada 37 responden (37,0%) menjawab cukup.

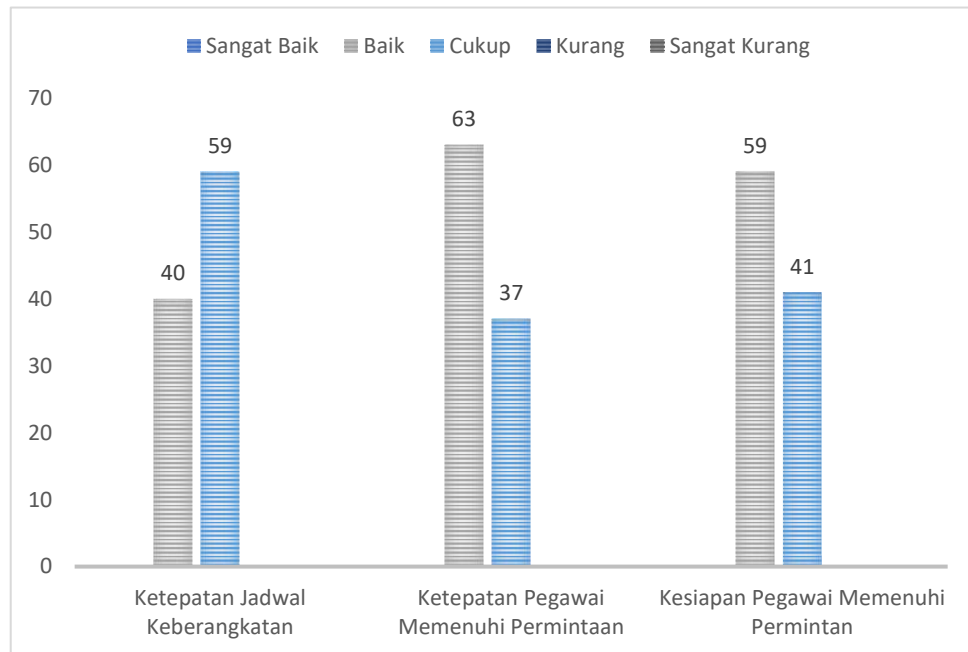
TABEL 4.10
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KESIAPAN
PEGAWAI MEMENUHI PERMINTAAN
DI SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Baik	59	59.0	59.0	59.0
Valid Cukup	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas dalam hal kesiapan pegawai memenuhi pelanggan, diperoleh ada 59 responden (59,0%) menjawab baik dan ada 41 responden (41,0%) menjawab cukup.

GAMBAR 4.9
REKAPITULASI DIMENSI RELIABILITY



Sumber: Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dapat diperhatikan dalam diagram di atas, jumlah indikator yang terdapat dalam dimensi reliability yaitu tiga indikator. Dari ke tiga indikator tersebut yang paling dominan adalah indikator kedua yaitu ketepatan pegawai dalam memenuhi permintaan pelanggan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung. Sedangkan yang paling rendah adalah indikator pertama yaitu ketepatan jadwal keberangkatan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung.

3. *Responsiveness*

Di bawah ini merupakan indikator-indikator yang termasuk dalam dimensi Responsiveness. Berikut adalah penjelasan dari analisis masing-masing indikator.

TABEL 4.11
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KECEPATAN
PEGAWAI MEMBERIKAN PELAYANAN
DI SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	3	3.0	3.0	3.0
Baik	58	58.0	58.0	61.0
Valid Cukup	36	36.0	36.0	97.0
Kurang	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas dalam hal kecepatan pegawai memberikan pelayanan, diperoleh ada 3 reponden (3,0%) memberikan respon jawaban sangat baik, ada 58 responden (49,0%) memberikan respon jawaban baik, ada 36 responden (36,0%) memberikan respon jawaban cukup, dan ada 3 responden (3,0%) memberikan respon jawaban kurang.

TABEL 4.12
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KESIAPAN
PEGAWAI MENANGANI PERMINTAAN
DI SILIWANGI TRANS *SHUTTLE*
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	4	4.0	4.0	4.0
Baik	70	70.0	70.0	74.0
Valid Cukup	22	22.0	22.0	96.0
Kurang	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai kesiapan pegawai menangani keluhan, diperoleh ada 4 reponden (4,0%) memberikan respon jawaban sangat baik, ada 70 responden (70,0%) memberikan respon jawaban baik, ada 22 responden (22,0%) memberikan respon jawaban cukup, dan ada 4 responden (4,0%) memberikan respon jawaban kurang.

TABEL 4.13
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KEJELASAN
KOMUNIKASI PEGAWAI
DI SILIWANGI TRANS *SHUTTLE* BANDUNG
(n = 100)

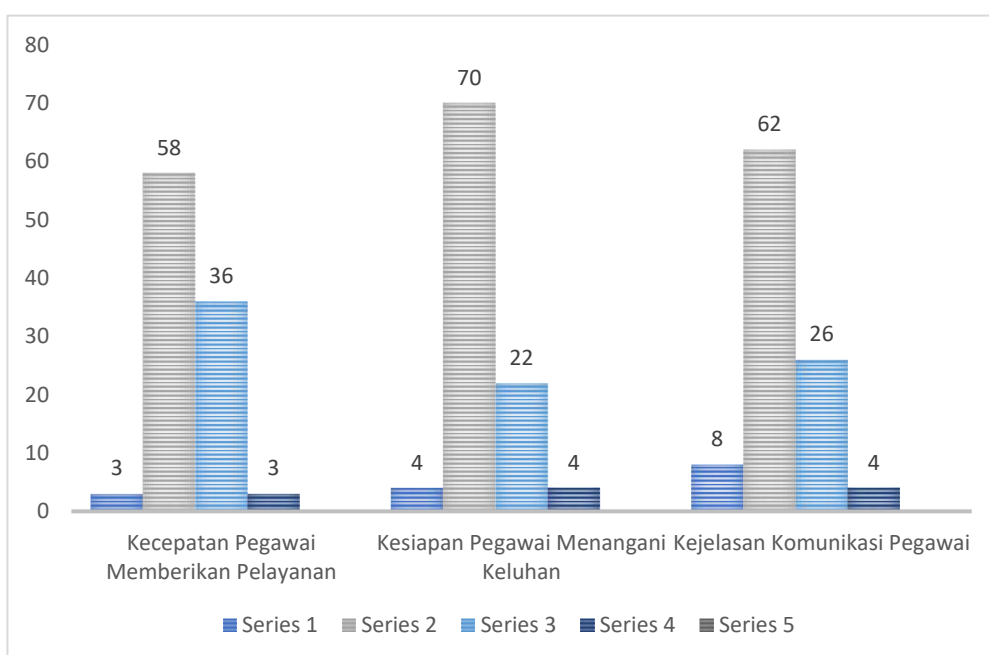
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	8	8.0	8.0	8.0
Baik	62	62.0	62.0	70.0
Valid Cukup	26	26.0	26.0	96.0
Kurang	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai kesiapan pegawai menangani keluhan, diperoleh ada 4 reponden (4,0%) memberikan respon jawaban sangat baik, ada 70 responden (70,0%) memberikan respon jawaban baik, ada 22 responden (22,0%) memberikan respon jawaban cukup, dan ada 4 responden (4,0%) memberikan respon jawaban kurang.

GAMBAR 4.10

REKAPITULASI DIMENSI RESPONSIVENESS



Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dapat diperhatikan dalam diagram di atas, jumlah indikator yang terdapat dalam dimensi responsiveness yaitu tiga indikator. Dari ke tiga indikator tersebut yang paling dominan adalah indikator kedua yaitu kesiapan pegawai dalam menangani keluhan pelanggan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung. Sedangkan yang paling rendah adalah indikator pertama yaitu kecepatan pegawai dalam memenuhi permintaan pelanggan di

Siliwangi Trans Shuttle Bandung.

4. Assurance

Di bawah ini merupakan indikator-indikator yang termasuk dalam dimensi Assurance, yang terdiri dari pengetahuan pegawai mengenai informasi, keyakinan pelanggan terhadap informasi yang diberikan, dan keamanan kendaraan yang digunakan. Penjelasan dari analisis masing-masing indikator adalah sebagai berikut :

TABEL 4.14
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
PENGETAHUAN PEGAWAI
DI SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	8	8.0	8.0	8.0
Baik	62	62.0	62.0	70.0
Valid Cukup	25	25.0	25.0	95.0
Kurang	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai pengetahuan pegawai, diperoleh ada 8 reponden (8,0%) memberikan respon jawaban sangat baik, ada 62 responden (62,0%) memberikan respon jawaban baik, ada 25 responden (25,0%) memberikan respon jawaban cukup, dan ada 5 responden (5,0%) memberikan respon jawaban kurang.

TABEL 4.15
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KEYAKINAN
PELANGGAN MEMPERCAYAI INFORMASI DI SILIWANGI
TRANS SHUTTLE BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	6	6.0	6.0	6.0
Baik	61	61.0	61.0	67.0
Valid Cukup	28	28.0	28.0	95.0
Kurang	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai keyakinan pelanggan mempercayai informasi, diperoleh ada 6 reponden (6,0%) memberikan respon jawaban sangat baik, ada 61 responden (61,0%) memberikan respon jawaban baik, ada 28 responden (28,0%) memberikan respon jawaban cukup, dan ada 5 responden (5,0%) memberikan respon jawaban kurang.

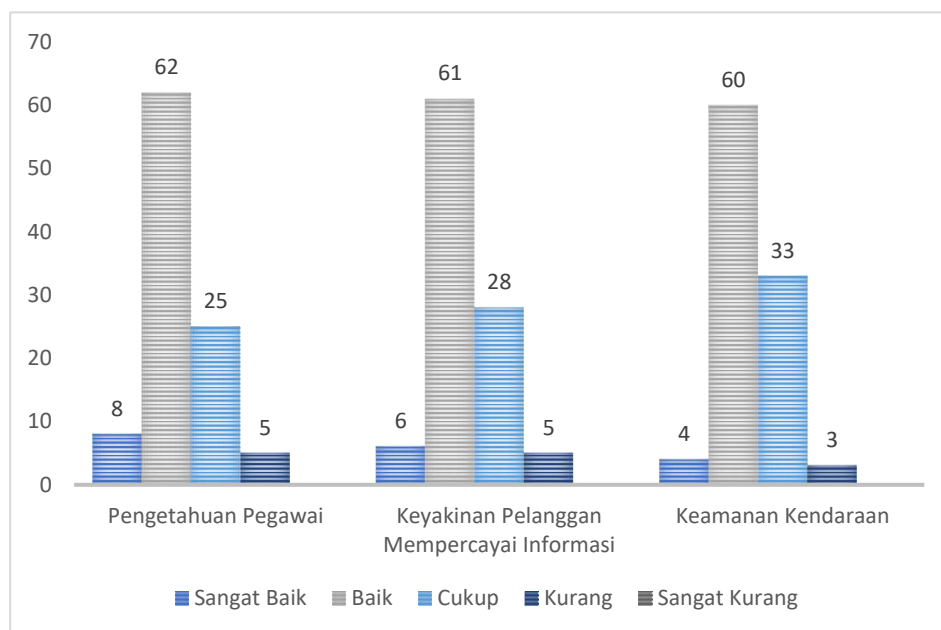
TABEL 4.16
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
KEAMANAN KENDARAAN
DI SILIWANGI TRANS BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	4	4.0	4.0	4.0
Baik	60	60.0	60.0	64.0
Valid Cukup	33	33.0	33.0	97.0
Kurang	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai keamanan kendaraan, diperoleh ada 4 reponden (4,0%) memberikan respon jawaban sangat baik, ada 60 responden (60,0%) memberikan respon jawaban baik, ada 33 responden (33,0%) meemberikan respon jawaban cukup, dan ada 3 responden (4,0%) memberikan respon jawaban kurang.

GAMBAR 4.11
REKAPITULASI DIMENSI ASSURANCE



Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dapat diperhatikan dalam diagram di atas, jumlah indikator yang terdapat dalam dimensi assurance yaitu tiga indikator. Dari ke tiga indikator tersebut yang paling dominan adalah indikator pertama yaitu pengetahuan pegawai di Siliwangi Trans Shuttle Bandung. Sedangkan yang paling rendah adalah indikator ketiga yaitu keamanan kendaraan yang digunakan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung.

5. *Emphaty*

Di bawah ini merupakan indikator-indikator yang termasuk dalam dimensi *Emphaty*. Berikut adalah penjelasan dari analisis masing-masing indikator.

TABEL 4.17
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
PERHATIAN PEGAWAI
DI SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	3	3.0	3.0	3.0
Baik	55	55.0	55.0	58.0
Valid Cukup	37	37.0	37.0	95.0
Kurang	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai perhatian pegawai, diperoleh ada 3 reponden (3,0%) menjawab sangat baik, ada 55 responden (55,0%) menjawab baik, ada 37 responden (37,0%) memberikan respon jawaban cukup, dan ada 5 responden (5,0%) memberikan respon jawaban kurang.

TABEL 4.18
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
KEPEDULIAN PEGAWAI
DI SILIWANGI TRANS BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	2	2.0	2.0	2.0
Valid Baik	61	61.0	61.0	63.0
Cukup	31	31.0	31.0	94.0

Kurang	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai kepedulian pegawai, diperoleh ada 2 reponden (2,0%) menjawab sangat baik, ada 61 responden (61,0%) menjawab baik, ada 31 responden (31,0%) memberikan respon jawaban cukup, dan ada 6 responden (6,0%) memberikan respon jawaban kurang.

TABEL 4.19
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
PEMAHAMAN PEGAWAI MENYELESAIKAN MASALAH
DI SILIWANGI TRANS BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	4	4.0	4.0	4.0
Baik	59	59.0	59.0	63.0
Valid Cukup	28	28.0	28.0	91.0
Kurang	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai pemahaman pegawai menyelesaikan masalah, diperoleh ada 4 reponden (4,0%) menjawab sangat baik, ada 59 responden (59,0%) menjawab baik, ada 28 responden (28,0%) menjawab cukup, dan ada 9 responden (9,0%) menjawab kurang.

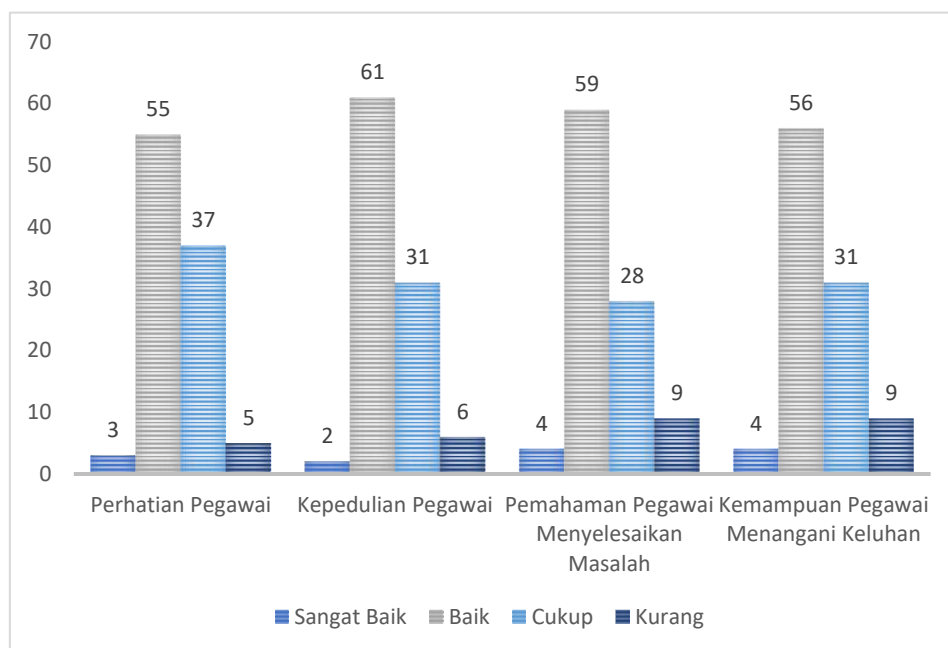
TABEL 4.20
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
KEMAMPUAN PEGAWAI MENANGANI KELUHAN
DI SILIWANGI TRANS *SHUTTLE* BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	4	4.0	4.0	4.0
Baik	56	56.0	56.0	60.0
Valid Cukup	31	31.0	31.0	91.0
Kurang	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel di atas mengenai kemampuan pegawai menangani keluhan, diperoleh ada 4 responden (4,0%) menjawab sangat baik, ada 56 responden (56,0%) menjawab baik, ada 31 responden (31,0%) memberikan respon jawaban cukup, dan ada 9 responden (9,0%) memberikan respon jawaban kurang.

GAMBAR 4.12
REKAPITULASI DIMENSI EMPHATY



Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dapat diperhatikan dalam diagram di atas, jumlah indikator yang terdapat dalam dimensi empathy yaitu empat indikator. Dari ke empat indikator tersebut yang paling dominan adalah indikator kedua yaitu kepedulian pegawai di Siliwangi Trans Shuttle Bandung. Sedangkan yang paling rendah adalah indikator keempat yaitu kemampuan pegawai dalam menangani keluhan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung.

6. Analisis Data Kualitas Pelayanan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung

Penjabaran dibawah ini merupakan rekapitulasi variabel kualitas pelayanan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung yang terdiri dari analisis deskriptif, statistic deskriptif dan *control chart* kualitas pelayanan.

TABEL 4.21
ANALISIS DESKRIPTIF KUALITAS PELAYANAN

	Mean	Std. Deviation
1. Kejelasan Papan Informasi	3.77	.566
2. Kenyamanan Ruang Tunggu	3.43	.844
3. Kebersihan Ruang Tunggu	3.47	.502
4. Kerapihan Penampilan Pegawai	3.49	.745
5. Kebersihan Kendaraan	3.64	.732
6. Kenyamanan Kendaraan	3.63	.734
7. Ketepatan Jadwal	3.41	.494
8. Ketepatan Pegawai Memenuhi Permintaan	3.63	.485
9. Kesiapan Pegawai Memenuhi Permintaan	3.59	.494
10. Kecepatan Pegawai Memberikan Pelayanan	3.61	.601
11. Kesiapan Pegawai Menangani Permintaan	3.74	.597
12. Kejelasan Komunikasi Pegawai	3.74	.661
13. Pengetahuan Pegawai	3.73	.679
14. Keyakinan Pelanggan Mempercayai Informasi	3.68	.665
15. Keamanan Kendaraan	3.65	.609
16. Perhatian Pegawai	3.56	.641
17. Kepedulian Pegawai	3.59	.637
18. Pemahaman Pegawai Menyelesaikan Masalah	3.58	.713
19. Kemampuan Pegawai Menangani Keluhan	3.55	.716
Valid N (listwise)		

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari penjelasan tabel tersebut dapat diperhatikan sebaran nilai rata-rata dan standar deviasi dari indikator kualitas pelayanan. Terdapat indikator yang paling dominan yaitu, kejelasan papan informasi di Siliwangi Trans Shuttle Bandung dengan nilai rata-rata sebesar 3,77. Sedangkan indikator yang paling rendah yaitu, ketepatan jadwal keberangkatan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung dengan nilai rata-rata 3.41.

Berikut di bawah ini merupakan analisis deskriptif kualitas pelayanan.

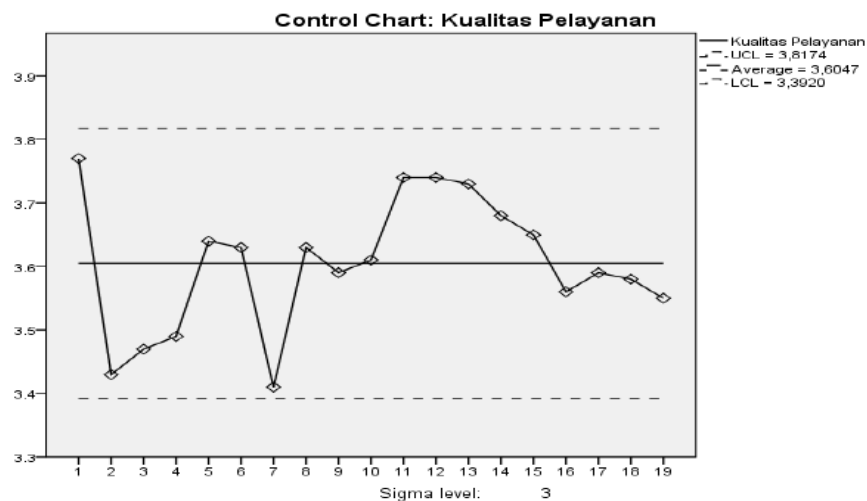
TABEL 4.22
STATISTIK DESKRIPTIF KUALITAS PELAYANAN

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	19	3.41	3.77	3.6047	.10426
Valid N (listwise)	19				

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari penjelasan tabel tersebut dapat dijumpai perolehan nilai minimum yakni 3.41. Hasil nilai tersebut terdapat pada indikator ketepatan jadwal dan dapat terbilang baik. Diperoleh nilai maksimum yakni 3.77. Nilai ini ada pada indikator kejelasan papan informasi dan dapat terbilang baik. Sedangkan nilai rata-rata diperoleh sebesar 3,60 atau setara kuantitatif baru mencapai 72,09% dan dapat dikatakan baik.

GAMBAR 4.13
CONTROL CHART KUALITAS PELAYANAN



Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Terdapat titik-titik yang memiliki posisi di atas rata-rata dan ada beberapa titik yang memiliki posisi di bawah rata-rata. Indikator yang berada di atas terdiri dari kejelasan papan informasi, kebersihan kendaraan, kenyamanan kendaraan, ketepatan pegawai memenuhi

permintaan, kecepatan pegawai memberikan pelayanan, kesiapan pegawai dalam menangani permintaan, kejelasan komunikasi pegawai, pengetahuan pegawai, kepercayaan pelanggan mempercayai informasi, keamanan kendaraan Indikator yang berada di atas dapat dikatakan baik dan indikator yang berada di bawah dapat dikatakan kurang baik.

D. Analisis Kepuasan Pelanggan di Siliwangi Trans Shuttle

Penjelasan berikut ini merupakan analisis dan pembahasan yang menyangkut kepuasan pelanggan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung. Yang terdiri dari beberapa dimensi yaitu: kepuasan pelanggan, kesesuaian harapan dan realita, keinginan menggunakan kembali dan keinginan untuk merekomendasikan.

1. Kepuasan Pelanggan

TABEL 4.23
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
DI SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	3	3.0	3.0	3.0
Baik	63	63.0	63.0	66.0
Valid Cukup	29	29.0	29.0	95.0
Kurang	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai kepuasan pelanggan, diperoleh ada 3 reponden (3,0%) menjawab sangat baik, ada 63 responden (63,0%)

menjawab baik, ada 29 responden (29,0%) menjawab cukup, dan ada 5 responden (5,0%) menjawab kurang.

2. Kesesuaian antara Harapan dan Realita Pelanggan

TABEL 4.24
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
KESESUAIAN ANTARA HARAPAN DAN REALITA
PELANGGAN
DI SILIWANGI TRANS SHUTTLE BANDUNG
(n = 100)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	1	1.0	1.0	1.0
Baik	55	55.0	55.0	56.0
Valid Cukup	38	38.0	38.0	94.0
Kurang	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai kesesuaian antara harapan dan realita pelanggan, diperoleh ada 1 reponden (1,0%) menjawab sangat baik, ada 55 responden (55,0%) menjawab baik, ada 38 responden (38,0%) memberikan respon jawaban cukup, dan ada 6 responden (6,0%) memberikan respon jawaban kurang.

3. Keinginan untuk Menggunakan Kembali

TABEL 4.25

**TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
KEINGINAN UNTUK MENGGUNAKAN KEMBALI
DI SILIWANGI TRANS *SHUTTLE* BANDUNG
(n = 100)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	2	2.0	2.0	2.0
Baik	59	59.0	59.0	61.0
Valid Cukup	36	36.0	36.0	97.0
Kurang	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai keinginan untuk menggunakan kembali, diperoleh ada 2 reponden (2,0%) memberikan respon jawaban sangat baik, ada 59 responden (59,0%) memberikan respon jawaban baik, ada 36 responden (36,0%) memberikan respon jawaban cukup, dan ada 3 responden (3,0%) memberikan respon jawaban kurang.

4. Kesiediaan untuk Merekomendasikan

TABEL 4.26

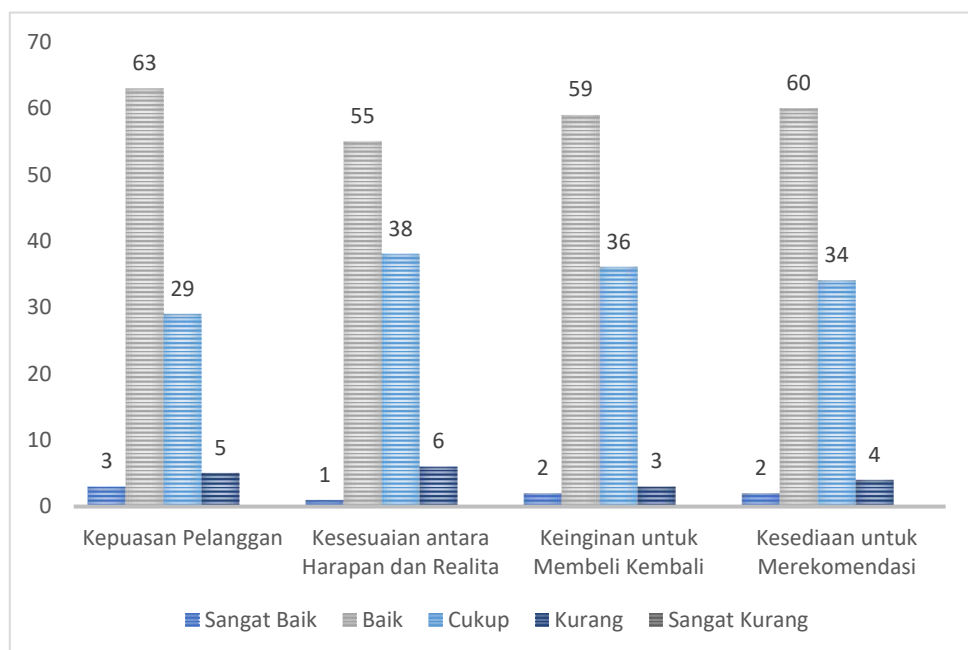
**TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
KESEDIAAN UNTUK MEREKOMENDASIKAN
DI SILIWANGI TRANS *SHUTTLE* BANDUNG
(n = 100)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Baik	2	2.0	2.0	2.0
Baik	60	60.0	60.0	62.0
Valid Cukup	34	34.0	34.0	96.0
Kurang	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari Tabel diatas mengenai kesediaan untuk merekomendasikan, diperoleh ada 2 reponden (2,0%) memberikan respon jawaban sangat baik, ada 60 responden (60,0%) memberikan respon jawaban baik, ada 34 responden (34,0%) memberikan respon jawaban cukup, dan ada 4 responden (4,0%) memberikan respon jawaban kurang.

GAMBAR 4.14
REKAPITULASI KEPUASAN
PELANGGAN



Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dapat diperhatikan dalam diagram di atas, jumlah dimensi yang terdapat dalam kepuasan pelanggan yaitu empat dimensi. Dari ke empat dimensi tersebut yang paling dominan adalah dimensi pertama yaitu kepuasan pelanggan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung. Sedangkan yang paling rendah adalah dimensi kedua yaitu kesesuaian antara harapan dan realita pelanggan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung.

5. Rekapitulasi Kepuasan Pelanggan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung

Penjelasan berikut ini merupakan analisis deskriptif kepuasan pelanggan yang ada di Siliwangi Trans Shuttle Bandung yang terdiri dari analisis deskriptif, statistic deskriptif dan control chart kepuasan pelanggan.

TABEL 4.27

ANALISIS DESKRIPTIF KEPUASAN PELANGGAN

	Mean	Std. Deviation
1. Kepuasan Pelanggan	3.64	.628
2. Kesesuaian antara Harapan dan Realita Pelanggan	3.51	.628
3. Keinginan Untuk Menggunakan Kembali	3.60	.586
4. Kediaan Untuk Merekomendasikan	3.60	.603
Valid N (listwise)		

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel tersebut dapat dijumpai sebaran nilai rata-rata dan standar deviasi dari indikator kepuasan yang berasal pelanggan.

Data di bawah ini merupakan data analisis deskriptif kepuasan pelanggan.

TABEL 4.28

STATISTIK DESKRIPTIF KEPUASAN PELANGGAN

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan Pelanggan	4	3.51	3.64	3.5875	.05500
Valid N (listwise)	4				

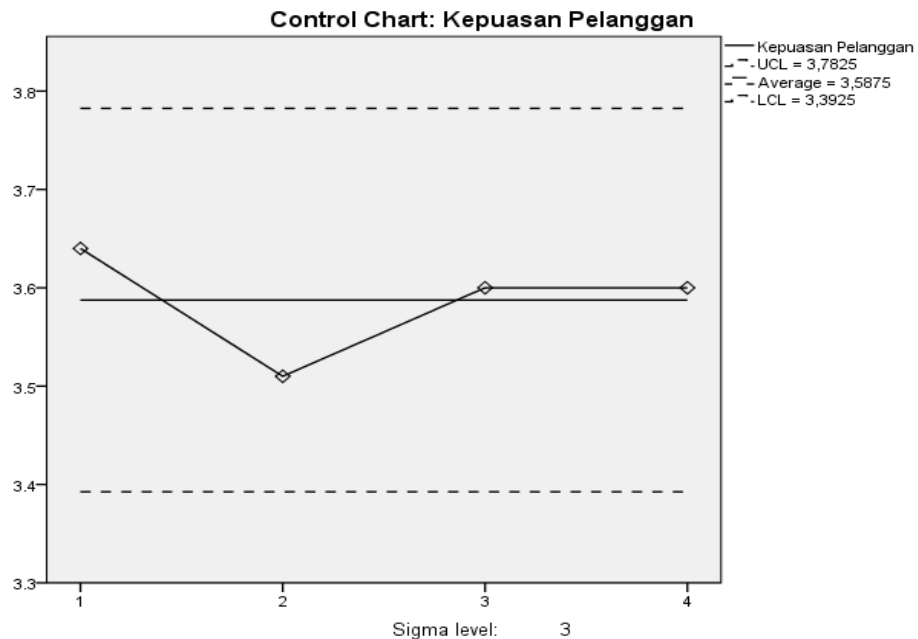
Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel tersebut dapat dijumpai perolehan nilai minimum yakni 3.51. Nilai tersebut terdapat pada indikator kesesuaian antara harapan dan realita pelanggan dan bisa peneliti katakan baik. Diperoleh nilai maksimum yakni

3.64. Nilai tersebut terdapat pada indikator kepuasan pelanggan dan bisa peneliti katakan baik. Sedangkan nilai rata-rata diperoleh yakni 3,58 atau setara kuantitatif baru mencapai 71,75% dan dapat dikatakan baik.

GAMBAR 4.15

CONTROL CHART KEPUASAN PELANGGAN



Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Ada titik yang letaknya di atas rata-rata dan ada beberapa titik yang letaknya di bawah rata-rata. Indikator yang berada di atas rata-rata terdiri dari kepuasan pelanggan, keinginan untuk menggunakan kembali dan keinginan untuk memberikan informasi berupa rekomendasi kepada orang lain. Namun ada indikator yang terdapat pada posisi di bawah rata-rata merupakan kesesuaian antara harapan dengan realita yang dirasakan pelanggan. Indikator yang memiliki posisi di atas dapat peneliti katakan baik dan indikator yang memiliki posisi di bawah dapat peneliti katakan kurang baik.

E. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Siliwangi trans Shuttle Bandung

Berikut dibawah ini adalah analisis korelasi antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung. Dengan menggunakan rumus korelasi dari Rank Spearman dan bantuan program statistic SPSS V. 20 didapatkan hasil sebagai berikut:

TABEL 4.29
KORELASI RANK SPEARMAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Correlations			Total Kualitas Pelayanan	Total Kepuasan Pelanggan
Spearman's rho	Total Kualitas	Correlation Coefficient	1.000	.558**
	Pelayanan	Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Total Kepuasan	Correlation Coefficient	.558**	1.000
	Pelanggan	Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti, 2019

Dari tabel data dapat dilihat bahwasanya nilai korelasi rank spearman antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan didapatkan sebesar 0.558. Hasil ini terlihat signifikan Sig. (2-tailed) = 0,000. Hal tersebut berarti ada pengaruh yang nyata dan signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung. Nilai 0,558 juga menunjukkan adanya keterkaitan yang cukup antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan nilai determinasi diperoleh sebesar 0,3113 atau 31,13%. Sisanya sebesar 68,87% adalah variabel lain diluar variabel kualitas pelayanan yang juga turut mempengaruhi tetapi tidak diteliti. Dalam 31,13% yaitu dimensi dari kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Sedangkan dalam 68,87% yaitu variabel lain yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti dari segi pemasaran, kualitas produk, harga dan sebagainya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dan pembahasan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Siliwangi Trans Shuttle Bandung, peneliti mengambil beberapa kesimpulan yang akan dijelaskan di bawah ini:

Kualitas pelayanan yang terdiri dari lima indikator yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Adapun nilai maksimum adalah kejelasan papan informasi yang terdapat di indikator tangible mempunyai nilai sebesar 3,77. Dari nilai tersebut dapat dikatakan baik. Sedangkan indikator yang memiliki nilai minimum adalah ketepatan jadwal yang terdapat pada indikator reliability mempunyai nilai sebesar 3,41. Dari nilai tersebut dapat dikatakan baik. Dari kedua nilai maksimum dan nilai minimum mempunyai rata-rata sebesar 3,60 yang termasuk dalam kategori baik.

Kepuasan pelanggan yang terdiri dari empat indikator yaitu kepuasan pelanggan, kesesuaian harapan dan realita, keinginan menggunakan kembali dan keinginan untuk merekomendasikan. Adapun nilai maksimum adalah kepuasan pelanggan sebesar 3,64. Dari nilai tersebut dapat dikatakan baik. Sedangkan indikator yang memiliki nilai minimum adalah kesesuaian antara harapan dan realita pelanggan sebesar 3,51. Dari nilai tersebut dapat dikatakan

baik. Dari kedua nilai maksimum dan nilai minimum mempunyai rata-rata sebesar 3.58 yang termasuk dalam kategori baik.

Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan, hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan determinasi yang menghasilkan presentase sebesar 31,13%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 68,87% merupakan variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain dari variabel kualitas pelayanan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, maka dapat diharapkan hasil penelitian ini dapat meningkatkan perhatian lagi terhadap indikator-indikator kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan bisa lebih optimal sehingga dapat mempengaruhi peningkatan penjualan tiket. Berikut di bawah ini akan peneliti sampaikan beberapa cara yang dapat dilakukan:

1. Dari temuan penelitian ditemukan indikator terendah dalam variabel kualitas pelayanan yaitu ketepatan jadwal keberangkatan, sehingga dapat disarankan kepada pihak perusahaan *shuttle* dapat menambah armada untuk dapat menanggulangi jika terjadi keterlambatan. Keterlambatan terjadi biasanya pada saat akhir pekan yang disebabkan oleh kemacetan, sehingga jam keberangkatan mundur karena menunggu kendaraan yang berasal dari pool Bandung menuju Sukabumi atau sebaliknya. Kemudian ditemukan juga indikator tertinggi dalam variabel kualitas pelayanan yaitu kejelasan papan informasi yang terdapat di ruang tunggu maupun di tempat reservasi.

Indikator ini harus dipertahankan dan bisa ditingkatkan dengan menambahkan seperti informasi mengenai tips dan trik dalam *travelling* atau dengan menambahkan informasi mengenai atraksi wisata yang berada di masing-masing pool.

2. Dari temuan penelitian ditemukan indikator terendah dalam variabel kepuasan pelanggan yaitu kesesuaian antara harapan dan realita yang pelanggan rasakan. Hal ini terjadi karena harapan pelanggan jadwal keberangkatan akan sesuai dengan *tagline* yang ditampilkan Siliwangi Trans *Shuttle* yaitu “Pelopor On Time *Shuttle*”, tetapi pada kenyataan sering terjadi keterlambatan sehingga harapan pelanggan kurang sesuai dengan realita. Untuk mengatasi hal tersebut dapat disarankan pihak perusahaan *shuttle* dapat lebih menyesuaikan lagi apa yang mereka tawarkan dengan apa yang mereka berikan. Dengan cara sedapat mungkin pergi tepat waktu dengan armada yang sudah dipersiapkan 30 menit sebelumnya.
3. Dari temuan penelitian ditemukan beberapa indikator yang masih dibawah rata-rata, hal ini dapat disarankan agar meningkatkan setiap indikator dalam kualitas pelayanan agar dapat berada di atas rata-rata. Peningkatan ini berguna untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat menambah nilai kepuasan pelanggan. Salah satu cara untuk meningkatkannya adalah dalam kurun waktu tiga atau enam bulan sekali dapat membagikan kuesioner sederhana kepada pelanggan agar pihak perusahaan dapat terus memantau mengenai kekurangan yang harus ditingkatkan. Sehingga dari waktu ke waktu kualitas pelayanan Siliwangi Trans *Shuttle* Bandung akan terus meningkat dan akan berdampak pada kepuasan pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- Andriansyah. 2015. *Manajemen Transportasi dalam Kajian dan Teori*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Arief. 2007. *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*. Bayu Media Publishing. Malang.
- Atik,dan Ratminto. 2005. *Manajemen Pelayanan*, disertai dengan pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Gerson, Richard. 2001. *Mengukur Kepuasan Pelanggan: Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu*. PPM. Jakarta.
- Hartono. 2006. Tesis. "Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Perkotaan dan Pedesaan atas Implementasi Dimensi Kualitas Layanan Bank BRI di Sulawesi Selatan,"Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin. Makasar.
- Kirom, Bahrul. 2010. *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Koskela, Hekki. 2002. "Customer Satisfaction and Loyalty in After Sales Service: Modes of Care in Telecommunications Systems Delivery," HUT Industrial Management and Work Organizational Psychology. Report No. 21.
- Kotler, Philip dan Kevin, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa Benyamin Molan. Edisi Dua Belas. Jakarta: PT INDEKS.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Lovelock, C, dan John Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif*. Edisi 7. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.

- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nilasari, Eswika. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT. RAMAYANA MOTOR SUKOHARJO," *Jurnal Paradigma* Vol 13 No. 1. ISSN: 1693-0827.
- Panjaitan, Efendi. 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung," *Jurnal Manajemen* Volume II No. 2 (hlm. 270-271), 1977411PB.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiiah. 2010. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sasongko, Felita. 2013. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria" *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol 1 No. 2.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sunarto. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-UST.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Supranto, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto, 2006, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, G. 2016 *Service, Quality dan Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta: C.V Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: C.V Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi. Gerry Ramadhan.

- Tjiptono, Fandy. 2011. *SERVICE MANAGEMENT Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: C.V Andi.
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi pertama. Cetakan keempat. Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta: Ekonisia.
- Zhang, Qingyu. 2001. "Quality Dimensions, Perspective and Practice: A Mapping Analysis," *International Journal of Quality & Reliability Management* Vol 18 No.7 Unzicker.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER



Studi Industri Perjalanan

Jl. Setiabudhi No. 186, Kota Bandung, Jawa Barat

Saya mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung Program Studi, Industri Perjalanan sedang mengadakan penelitian proyek akhir yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Siliwangi Trans Shuttle Bandung**”. Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuisisioner dengan memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Atas kesediaannya kami ucapkan terima kasih.

I. Berilah tanda (✓) pada kolom yang Anda pilih.

1. Jenis Kelamin
 - Pria
 - Wanita

2. Usia
 - 17 – 23 Tahun
 - 24 – 30 Tahun
 - 31 - 37 Tahun

3. Daerah Asal
 - Bandung
 - Bogor
 - Cianjur
 - Sukabumi
 - Lainnya...

4. Pekerjaan
 - Pelajar/Mahasiswa
 - PNS
 - Karyawan Swasta
 - Pengusaha
 - Lainnya...

5. Sudah menggunakan jasa Siliwangi *Trans Shuttle* sebanyak kali.
 - pertama
 - 2 – 5
 - > 5

II. Berilah tanda ceklis (✓) pada kolom yang Anda pilih. Pernyataan berikut terkait dengan Keadaan dari aspek-aspek Kualitas Situs Web dan Kepentingannya dengan kebutuhan tamu/konsumen] [SB = Sangat Baik , B = Baik , C = Cukup, K = Kurang, SK = Sangat Kurang]

No.	Tingkat Kualitas Pelayanan	SB	B	C	K	SK
1	Kejelasan mading yang memberi informasi – informasi seputar travel					
2	Kenyamanan ruang tunggu dan tempat reservasi					
3	Kebersihan ruang tunggu dan tempat reservasi					
4	Kerapihan penampilan para pegawai					
5	Kebersihan kendaraan yang digunakan					
6	Kenyamanan kendaraan yang digunakan					
7	Ketepatan waktu jadwal keberangkatan					
8	Ketepatan pegawai dalam memenuhi permintaan pelanggan					
9	Kesiapan pegawai dalam memenuhi permintaan pelanggan					
10	Kecepatan pegawai dalam memberikan pelayanan untuk memenuhi permintaan pelanggan					
11	Kesiapan pegawai dalam menangani keluhan pelanggan					
12	Kejelasan komunikasi pegawai dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan					
13	Pengetahuan pegawai dalam mengetahui informasi yang dibutuhkan pelanggan					
14	Keyakinan pelanggan dalam mempercayai informasi yang diberikan oleh pegawai					
15	Keamanan kendaraan yang digunakan pelanggan					
16	Perhatian pegawai dalam memenuhi keinginan para pelanggan					
17	Kepedulian pegawai terhadap keinginan pelanggan					
18	Pemahaman pegawai dalam membantu menyelesaikan masalah pelanggan					
19	Kemampuan pegawai dalam menangani keluhan pelanggan					

No.	Tingkat Kepuasan Pelanggan	SB	B	C	K	SK
1	Kepuasan pelanggan setelah merasakan pelayanan yang diberikan Siliwangi Trans Shuttle					
2	Kesesuaian antara harapan pelanggan dengan realita pelayanan yang diberikan					
3	Keinginan pelanggan untuk menggunakan kembali jasa Siliwangi Trans Shuttle					
4	Pelanggan bersedia untuk merekomendasikan Siliwangi Trans Shuttle kepada orang-orang yang dikenal					

LAMPIRAN 2

PLAGIARISM DETECTION REPORT SCAN

LAMPIRAN 3
TABULASI DATA

No.	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19
1	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	4	3
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4
7	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3
9	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
10	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
12	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4
14	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3
15	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3
16	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3
17	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3
19	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
20	4	2	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2
21	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	2	2
22	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
23	3	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3
24	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4
25	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5
26	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
27	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
28	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4
29	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4
30	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
31	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
33	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3
34	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4

37	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
39	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
40	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4
41	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4
42	4	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	2
43	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
44	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
45	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	2
46	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
47	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	4
48	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
49	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
51	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3
52	4	4	4	5	5	2	4	4	3	3	4	4	5	4	3	3	4	2	4
53	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
54	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3
55	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4
56	3	4	4	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4
58	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	2	2	2	2
59	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
60	3	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4
62	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3
66	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
67	4	3	3	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3
69	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
70	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
71	3	3	3	4	2	2	4	3	4	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2
72	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4
73	4	2	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
74	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
76	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2

77	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
78	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3
79	4	4	3	3	3	4	3	4	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3
80	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
81	4	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3
84	4	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3
85	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4
86	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
87	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3
90	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
91	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3
92	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
93	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4
94	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3
96	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3
97	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
98	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4
99	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3
100	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3

No.	Y1	Y2	Y3	Y4		No.	Y1	Y2	Y3	Y4		No.	Y1	Y2	Y3	Y4		No.	Y1	Y2	Y3	Y4
1	2	3	3	3		16	4	4	3	4		31	4	4	4	4		46	4	3	4	5
2	4	3	4	3		17	4	4	4	4		32	4	4	4	4		47	5	4	5	5
3	2	2	3	3		18	4	3	4	3		33	4	3	4	4		48	3	3	4	4
4	4	4	3	4		19	4	4	3	4		34	4	4	4	4		49	3	2	3	4
5	4	4	4	4		20	3	2	3	3		35	4	4	4	4		50	4	4	4	4
6	4	4	4	4		21	4	4	4	4		36	4	4	4	4		51	4	4	4	4
7	4	3	4	3		22	4	4	4	3		37	4	4	3	4		52	4	2	4	4
8	4	3	3	4		23	3	3	3	3		38	4	4	3	4		53	4	4	4	4
9	4	4	4	4		24	4	4	4	3		39	4	3	4	4		54	3	3	3	3
10	5	5	4	4		25	4	4	4	4		40	3	3	3	3		55	4	4	4	4
11	4	4	4	4		26	3	4	4	4		41	4	3	4	4		56	4	4	4	4
12	5	4	5	4		27	4	4	4	4		42	3	4	4	4		57	4	4	4	4
13	4	4	3	4		28	4	3	4	3		43	4	3	4	4		58	2	2	2	2

14	3	3	3	3
15	4	4	4	4

29	4	3	3	4
30	4	4	4	4

44	4	4	4	4
45	4	4	4	4

59	3	3	3	3
60	3	3	4	4

No.	Y1	Y2	Y3	Y4		No.	Y1	Y2	Y3	Y4		No.	Y1	Y2	Y3	Y4
61	4	4	3	3		76	2	4	2	2		91	4	3	3	4
62	4	4	3	2		77	4	3	3	3		92	4	4	4	4
63	4	4	4	4		78	3	3	3	3		93	3	3	3	3
64	4	4	4	4		79	3	3	4	4		94	3	4	3	4
65	4	4	3	4		80	3	4	4	3		95	4	3	4	3
66	4	4	4	4		81	3	4	3	3		96	4	3	4	3
67	4	4	4	4		82	4	4	4	4		97	4	3	4	3
68	3	3	4	4		83	4	4	4	3		98	3	3	3	3
69	4	4	4	4		84	3	4	4	3		99	3	3	4	4
70	3	4	4	4		85	3	3	3	3		100	4	3	3	3
71	2	2	2	2		86	3	3	3	3						
72	3	3	3	3		87	4	4	4	4						
73	4	3	3	3		88	3	3	3	3						
74	3	3	3	3		89	4	4	4	4						
75	3	3	3	3		90	3	4	3	4						

LAMPIRAN 4
DOKUMENTASI PENELITIAN

RUANG TUNGGU SILIWANGI TRANS *SHUTTLE* BANDUNG



RUANG RESERVASI SILIWANGI TRANS *SHUTTLE* BANDUNG



FOTO PENGAMBILAN SAMPEL DARI RESPONDEN

LAMPIRAN 5
SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LAMPIRAN 6
FORM BIMBINGAN

LAMPIRAN 7
BIODATA PENELITI

Nama : Yemima Gracita
Tempat Tanggal Lahir: Jakarta, 11 Oktober 1996
Alamat : Graha Puspasari
Jl. Puspasari Raya No. 73
Citeureup, Kab. Bogor
Telepon : 0811-2334-410
Email : yemimagracita@yahoo.co.id



Data Orang Tua

Nama Ayah : Efendi Sofian
Pekerjaan : Karyawan Swasta
Agama : Kristen
Nama Ibu : Argowati Magdalena
Pekerjaan : -
Agama : Kristen
Alamat : Graha Puspasari Jl. Puspasari Raya No. 73

Latar Belakang Pendidikan

2014 – Sekarang Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung, Program Studi Industri Perjalanan (S1)

2011 – 2014 Sekolah Menengah Atas Budi Mulia Bogor

2008 – 2011 Sekolah Menengah Pertama Eka Wijaya

2002 – 2008 Sekolah Dasar Eka Wijaya