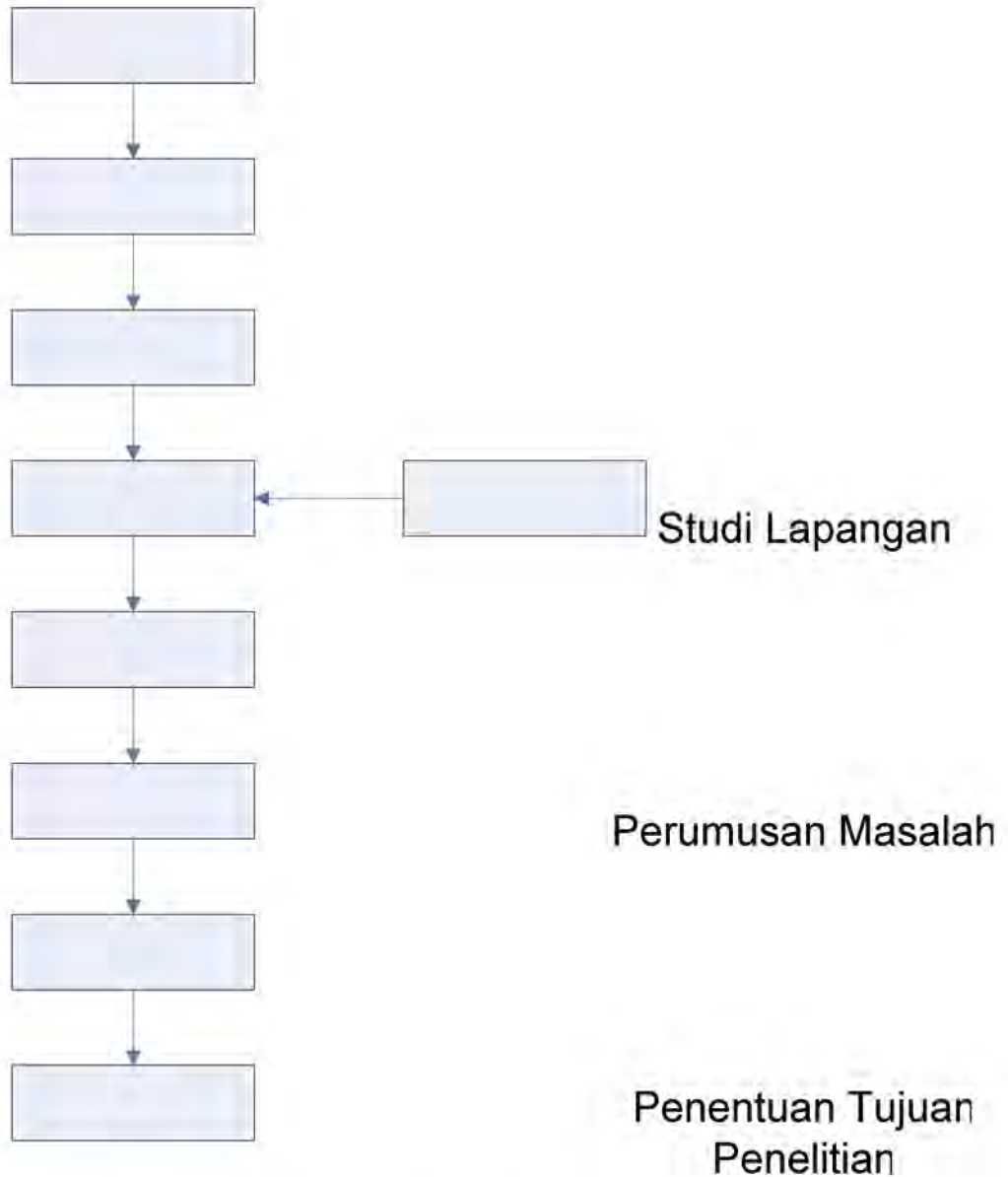


BAB III

USULAN PEMECAHAN MASALAH

Penyusunan arsitektur keputusan merupakan landasan dalam penyusunan proses mengenali permasalahan yang ada di perusahaan. Permasalahan yang terjadi di Otobis Darma Sardia (PO DS) adalah sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan Bis Wisata DS terhadap kualitas layanan yang terdapat pada armada Bis Pariwisata PO DS, yang nantinya akan menjadi acuan untuk melakukan perbaikan dalam hal kualitas layanan yang diberikan oleh PO DS, karena pada bulan Juni 2008 permintaan konsumen untuk bis pariwisata semakin berkurang. Pemecahan masalah dilakukan dengan menggunakan model *SERVQUAL* yang dapat memberikan informasi pada saat proses perbaikan kualitas layanan.

Pemecahan masalah dilakukan dengan langkah-langkah seperti ditunjukkan pada Gambar 3.1



Gambar 3.1
Langkah-langkah Pemecahan Masalah

3.1 Studi Lapangan

Tahap awal penelitian adalah mengamati kerja yang terjadi diperusahaan yaitu Otobis Darma Sardia (PO DS) untuk mengetahui kondisi dan permasalahan yang dihadapi perusahaan.

3.2 Rumusan Masalah

Perusahaan PO DS merupakan perusahaan yang hingga kini masih dipercaya oleh pelanggannya dalam melakukan jasa transportasi. kondisi seperti ini tentu membuat perusahaan harus selalu memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada para pelanggan untuk mencegah berpindahnya pelanggan keperusahaan lain. Pelanggan tentu akan lebih memilih bis wisata selain bis DS, untuk mencegah hal tersebut, maka PO DS harus selalu melakukan perbaikan kualitas layanan yang dirasa kurang sesuai dengan keinginan pelanggan.

Usaha perbaikan yang ingin dilakukan PO DS mengalami kesulitan karena perusahaan belum mengetahui posisi kualitas layanan yang dirasakan pelanggan selama ini, sehingga PO DS belum mengetahui layanan yang dirasakan tidak memuaskan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh *ekspeksasi* (harapan) dan *persepsi* pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima. Berdasarkan hal tersebut maka permasalahan yang akan di bahas pada penelitian tugas akhir ini adalah sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan bis wisata DS terhadap kualitas layanan yang terdapat pada armada bis pariwisata PO DS ditinjau dari *ekspeksasi* dan *persepsi* pelanggan dengan menggunakan model *SERVQUAL*. Dengan model *SERVQUAL* maka tingkat kualitas layanan pelanggan dapat ditentukan bila layanan harapan pelanggan lebih tinggi dari persepsi pelanggan maka pelanggan belum memperoleh kepuasan, dan jika layanan yang dirasakan lebih rendah dibandingkan layanan-layanan minimal maka pelanggan akan merasa tidak puas.

3.3 Penentuan Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya tugas akhir ini adalah membuat suatu usulan perbaikan kualitas layanan yang terdapat pada armada Bis Pariwisata DS. Usulan perbaikan tersebut dapat dilakukan jika harapan dan persepsi dari pelanggan sudah diketahui.

3.4 Studi Literatur

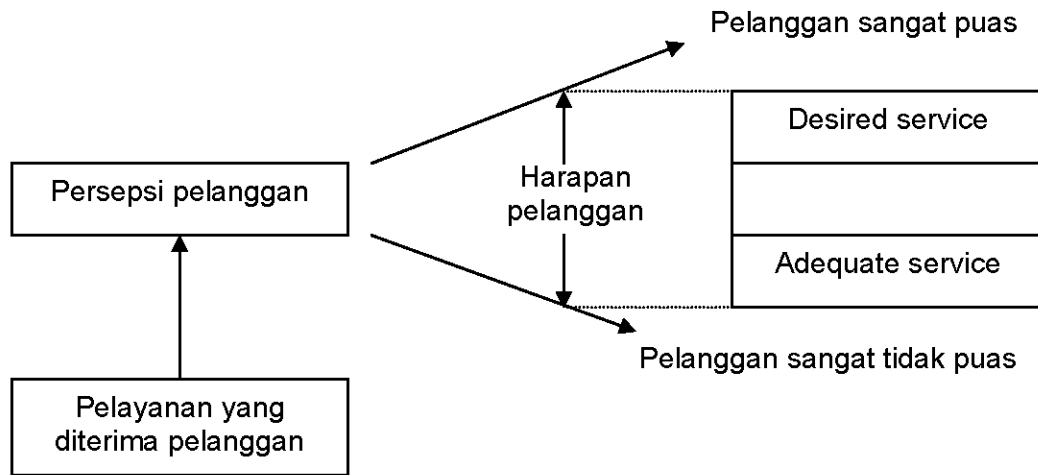
Studi literatur dilakukan dengan cara mempelajari dan menganalisis teori-teori dan konsep-konsep yang berhubungan erat dengan proses distribusi barang, transportasi, dan sistem logistik tersebut. Sumber-sumber tersebut diperoleh dari buku-buku.

3.5 Penentuan Metode Penelitian

1. Identifikasi Metode Penelitian

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi pelayanan. Model analisis yang akan digunakan adalah model *SERVQUAL* (*service quality*) yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, yaitu model untuk melihat persepsi dan harapan pelanggan berdasarkan pada lima dimensi jasa serta mengidentifikasi adanya lima gap (kesenjangan) yang menyebabkan kualitas rendah. Kesenjangan merupakan ketidaksesuaian antara pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Tingkat *ekspektasi* (harapan) dibagi menjadi dua yaitu *adequate service* dan *desired service*. *Adequate service* (layanan minimal) yaitu tingkat kinerja jasa minimal yang masih dapat diterima, sedangkan *desired service* (layanan harapan) yaitu tingkat kinerja jasa yang diharapkan pelanggan.

Daerah diantara *adequate service* dan *desired service* disebut zona toleransi, pada penelitian ini pengukuran yang dilakukan termasuk pada gap-5 yaitu kesenjangan antara jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Diagram proses kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Gambar 3.2, dibawah ini:



Gambar 3.2

Diagram Proses Kepuasan Pelanggan

2. Identifikasi Variabel Penelitian

Jasa transportasi adalah industri jasa, yang mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- Intangible*: jasa transportasi memberikan manfaat lokasi, yang hanya dapat dirasakan, tetapi tidak dapat dipegang atau dilihat, seperti material.
- Perishable*: sekali jasa transportasi digunakan oleh konsumen, maka selesai. Konsumen hanya dapat membawa pulang kerumah “pengalaman” (*experience*) atau “kesan” (*impression*). Di samping itu tempat duduk dari kereta api, pesawat, bis yang tidak terjual pada hari ini, tidak dapat disimpan untuk dijual besok.
- Immediate*: jasa transportasi bila dibutuhkan oleh konsumen, tidak dapat ditangguhkan terlalu lama.
- Complex*: proses pelayanan jasa transportasi melibatkan banyak orang, sarana dan prasarana.
- Amorphous*: mutu pelayanan jasa transportasi tidak dapat ditetapkan sesuai dengan harapan pengguna jasa (*customer expectation*).

Penilaian terhadap mutu pelayanan jasa transportasi sangat bervariasi, tergantung pada pendapat perseorangan.

Pada tahap ini dilakukan identifikasi atribut-atribut yang digunakan pelanggan untuk menilai kualitas layanan jasa armada bis pariwisata DS. Atribut-atribut tersebut dibagi kedalam lima dimensi kualitas jasa yang terdapat pada model *SERVQUAL*. Dimensi yang terdapat dalam *SERVQUAL* sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dari segi pelayanan kelima dimensi tersebut yaitu:

1. *Reliability* (keadaan), berkaitan dengan PO DS untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang telah disepakati dengan pelanggan.
2. *Responsiveness* (daya tanggap), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para awak bis DS untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. *Assurance* (jaminan), yakni perilaku awak bis DS mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti berarti bahwa para awak bis selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. *Emphaty* (empati), berarti PO DS memahami masalah pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. *Tangible* (bukti langsung), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang terdapat pada armada bis wisata DS, serta penampilan awak bis DS.

Kelima dimensi kualitas layana diatas, diturunkan kembali manjadi atribut-atribut yang selanjutnya akan digunakan sebagai item pertanyaan pada kuesioner penelitian. atribut-atribut yang terpilih merupakan faktor

penting untuk menilai kualitas pelayanan yang terdapat pada armada bis pariwisata DS.

3.6 Pengumpulan data

Pengumpulan data diperoleh dengan cara sebagai berikut:

1. Observasi dan Wawancara

- ❖ Pengumpulan data sekunder (dokumen perusahaan).
- ❖ Wawancara dengan pimpinan dan karyawan perusahaan.

2. Perancangan Kuesioner

Setelah model penelitian dan atribut untuk item pertanyaan ditetapkan, maka tahap selanjutnya adalah merancang kuesioner yang akan digunakan. Perancangan kuesioner terdiri dari 2 jenis yaitu kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian.

3. Kuesioner Pendahuluan

Kuesioner pendahuluan digunakan sebagai pertanyaan kepada responden untuk mengetahui item layanan yang dirasakan perlu dimiliki oleh suatu bis wisata. Pada kuesioner pendahuluan telah tercantum 21 item layanan yang terdapat pada bis wisata DS, responden dimintai jawaban untuk memberikan item layanan tambahan selain 21 item layanan yang telah disebutkan dalam menilai kualitas dari sebuah bis wisata, jika terdapat item tambahan dan item tersebut sesuai dengan kondisi PO DS maka dicantumkan sebagai variabel penelitian. Responden yang dilibatkan pada kuesioner pendahuluan adalah responden yang pernah menggunakan jasa layanan bis wisata dan kuesioner disebarakan kepada 30 orang.

4. Kuesioner Penelitian

Kuesioner penelitian yang akan digunakan dalam tugas akhir ini mangacu pada atribut yang telah dibuat pada tahap sebelumnya. Atribut yang telah dikelompokkan kedalam lima dimensi kualitas jasa kemudian dirancang menjadi suatu pertanyaan dengan bentuk pertanyaan menggunakan kalimat yang mudah dimengerti konsumen. Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner tertutup dan datanya dapat di olah secara kuantitatif. Kuesioner tertutup berisi pertanyaan

dalam bentuk pernyataan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan layanan yang ada dalam perusahaan dan responden tinggal menentukan jawaban yang telah disediakan.

Kuesioner penelitian ini mengacu pada kuesioner format tiga kolom yang dikembangkan oleh parasuraman (Tjiptono, 2004) yaitu menanyakan tentang *desired service* (tingkat jasa yang diinginkan), persepsi, dan *adequate service* (tingkat jasa minimum). Responden diminta pendapatnya terhadap pernyataan yang terdapat pada tiga bentuk kuesioner, yaitu:

1. Kuesioner *Desired Service*, menyatakan setuju atau tidak setuju pada saat merasakan jasa layanan bis wisata PO DS.
2. Kuesioner Persepsi, menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang memuat tentang layanan yang pelanggan terima pada saat merasakan jasa layanan bis wisata PO DS.
3. Kuesioner *Adequate Service*, menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang memuat tentang layanan yang masih bisa diterima/dianggap masih memadai oleh pelanggan.

Kuesioner penelitian dibuat dengan menggunakan skala likert yang dikembangkan oleh rensis likert (Purwadi, 2000). Skala ini digunakan karena mudah dibuat, bebas memasukan pernyataan yang relevan, dan realibilitas yang tinggi, serta aplikatif pada berbagai situasi. Responden tinggal memberi tanda (X) pada jawaban yang berupa statement tentang sikap setuju atau tidak setuju. Dalam tahap pengolahan data, jawaban diganti dengan angka satu sampai lima. Skala tersebut mempunyai arti seperti pada Tabel 3.1, dibawah ini:

Tabel 3.1
Skala Kuesioner

Nilai	Arti
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Tidak Berpendapat
4	Setuju
5	Sangat Setuju

3.7 Pengolahan Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian kuesioner terdiri dari uji validitas dan realibilitas. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang telah disusun dapat disebarkan sebanyak sampel yang telah ditentukan. Pada pengujian ini data dipakai adalah data kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 30 orang.

- **Uji Validitas**

Uji validitas berguna untuk menentukan sejauh mana kemampuan suatu alat ukur dalam mengukur sesuatu sesuai dengan konsep yang ingin diukur. Semakin tinggi tingkat validitas suatu alat ukur, maka semakin tepat pula alat ukur tersebut dalam mencapai sasarnya. Pengujian validitas dapat diketahui melalui *software SPSS for windows*.

Setiap pertanyaan dihitung nilai kolerasinya (r), kemudian dicari angka kritisnya pada tabel kolerasi nilai r untuk jumlah responden n , selanjutnya angka kritis tersebut dibandingkan dengan nilai r untuk setiap pertanyaan jika nilai r lebih kecil dari angka kritis maka pertanyaan tersebut dianggap tidak valid.

- **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas berfungsi untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan, dengan kata lain dapat menunjukkan kestabilan dan kekonsistenan alat ukur dalam mengukur konsep yang ingin diukur. Pengukuran reliabilitas juga dapat dilakukan melalui *software SPSS for windows*. Pada penelitian ini, pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara one-shot, yaitu pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan hasil pertanyaan lain.

Alat ukur dapat dikatakan reliabel apabila memilih r alpha lebih besar dari r tabel yang dapat dilihat pada *output* yang ada pada *software SPSS*.

2. Transformasi Data

Untuk mengolah data mentah hasil kuesioner penelitian digunakan *Methods of Successive Intervals* (MSI). *Methods of Successive Intervals* adalah suatu metode yang digunakan untuk mentransformasikan suatu data dari data ordinal menjadi data interval. Skala data dalam penelitian menggunakan Skala Likert (jenis pengukuran ordinal) dengan rangking 1 sampai 5, maka agar data tersebut dapat diolah dengan menggunakan metode statistik dengan hasil yang lebih baik, maka data ordinal tersebut ditransformasikan lebih dahulu kedalam bentuk data interval dengan menggunakan Metode *Successive Interval* (Green, 1945) dalam Gustanto (2004). Penggunaan skala ordinal tidak memungkinkan diperolehnya nilai mutlak dari objek yang diteliti, tetapi hanya kecenderungannya saja, sehingga tidak dapat langsung digunakan untuk perhitungan selanjutnya

3.8 Analisis

Analisis bertujuan untuk memberikan penjelasan hasil pengolahan data. Pada tahap ini juga diberikan analisis tentang tindakan-tindakan yang perlu diambil untuk memperbaiki layanan bis pariwisata PO DS.

3.9 Kesimpulan dan Saran

Pada bagian akhir penelitian tugas akhir ini dilakukan penarikan kesimpulan yang merupakan jawaban dari tujuan penelitian ini dilakukan. Selain itu juga diberikan saran kepada pihak perusahaan untuk melakukan usaha peningkatan kualitas, jika layanan yang diberikan oleh perusahaan dirasa kurang oleh pelanggan bis pariwisata PO DS.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan Otobis DS

Perusahaan otobis DS berdiri pada tahun 1952. Pada umumnya perusahaan ini tidak bergerak dalam bidang perusahaan otobis tetapi dalam bidang angkutan truk. Pada tahun 1970 barulah PO DS mulai bergerak di bidang usaha bis. Perusahaan otobis DS didirikan oleh bapak H. Basar Darma Sadia. Perusahaan ini berlokasi di jalan Sindanglaya No. 319–Ujung Berung Bandung Pada awal pertumbuhannya, perusahaan ini banyak mengalami pasang surut. Sejak berdiri sampai tahun 1990, perusahaan baru mempunyai trayek jurusan Bandung-Cirebon, Bandung-Garut-Tasikmalaya serta trayek khusus wisata.

Seperti halnya perusahaan lain, perusahaan otobis DS didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba dan juga untuk ikut serta dalam menunjang pembangunan di bidang perhubungan darat, dan untuk meningkatkan mobilitas penduduk, serta pemupukan dana pemerintah melalui pembayaran pajak.

Pada awalnya armada bis yang dimiliki oleh perusahaan sebanyak dua buah, yaitu dengan merk bis *Charolet C. 50*, sedangkan dalam perkembangan tahun-tahun berikutnya terdapat beberapa penambahan jumlah armada kendaraan, yaitu tahun 1974 perusahaan membeli lima unit armada, tahun 1978 membeli lagi tujuh unit kendaraan, dan tahun 1980 membeli lagi delapan unit kendaraan. Pada perkembangan selanjutnya sampai dengan tahun 1989, perusahaan telah memiliki armada sebanyak 35 unit kendaraan dengan berbagai merk, seperti merk bis *Mercedes-Benz* dan *Fuso type 653*.

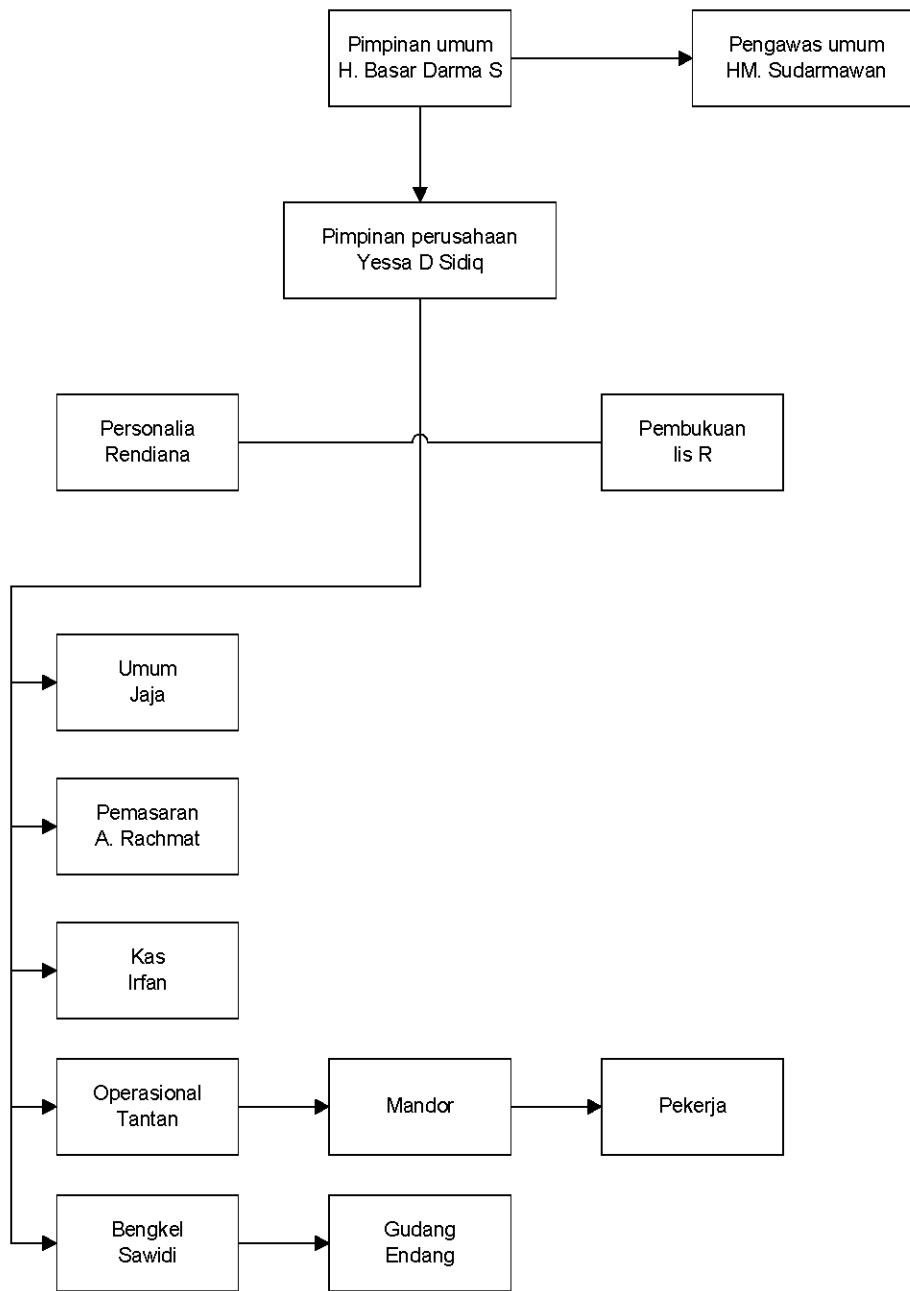
Menjelang akhir tahun 1989 mulai bermunculan para pesaing dari perusahaan lain yang sejenis, sehingga membuat tingkat persaingan semakin tinggi. Oleh karena itu, pimpinan perusahaan mengambil kebijakan untuk tidak menambah kendaraan tetapi lebih fokus kepada peningkatan pelayanan terhadap konsumen pemakai jasa angkutan.

Pada tahun 1991, perusahaan membeli lima unit kendaraan. Armada ini digunakan untuk menambah kendaraan pada trayek Bandung-Cirebon dan juga kendaraan wisata. Keputusan ini diambil karena pada trayek tersebut terlihat jumlah permintaan layanan angkutan semakin bertambah. Tahun 1992 perusahaan kembali menambah jumlah armadanya dengan membeli lima unit bis tiga perempat yang khusus digunakan untuk wisata. Sampai dengan tahun 2003 ini, perusahaan telah membeli dua jenis bis baru yaitu bis dengan jenis *Cruiser Ganesia*. *Cruiser Ganesia* merupakan bis pertama di PO DS yang berjenis bis *eksekutif*. Sampai dengan saat ini PO DS memiliki kurang lebih 60 armada bis.

4.1.2 Struktur Organisasi

Agar kegiatan operasional dan manajemen di perusahaan berjalan baik dan terstruktur maka dibentuk struktur organisasi perusahaan. Adapun struktur organisasi yang berlaku di perusahaan adalah berbentuk struktur organisasi *funksional*, hal ini dilakukan atas pertimbangan penggunaan sumberdaya yang efisien, jalur tanggung jawab dan wewenang lebih konsisten dan lebih mudah, sehingga memudahkan koordinasi antar departemen.

Untuk lebih jelasnya struktur organisasi dari perusahaan otobis DS dapat dilihat pada Gambar 4.1 berikut:



Gambar 4.1

Struktur Organisasi PO DS

Sumber: Perusahaan Otobis Darma Sardia

4.2 Penurunan Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang akan digunakan sebagai item pertanyaan pada kuesioner penelitian adalah merupakan item-item layanan yang terdapat pada armada bis pariwisata DS. Variabel penelitian diturunkan sesuai dengan lima dimensi kualitas jasa menurut parasuraman. Pengelompokan atribut layanan pada lima dimensi kualitas jasa dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1

Penurunan Variabel Penelitian Berdasarkan pada Lima Dimensi Kualitas Jasa

SERVICE QUALITY	Dimensi	No	Item pertanyaan
	<i>Tangibles</i>	1	Ruang gerak kaki antar tempat duduk
		2	Lebar gang dalam bis
		3	Kebersihan dalam bis
		4	Kesegaran udara dalam bis
		5	Kelengkapan audio video (TV, karaoke)
		6	Kondisi garden di dalam bis
		7	Kondisi suhu dalam bis (AC)
		8	Kondisi penerangan dalam bis
		9	Penampilan luar bis
		10	Kondisi penggunaan reclining seat
		11	Kondisi tempat barang bawaan
		12	Penampilan awak bis yang berseragam rapih
	<i>Reliability</i>	13	Ketepatan jadwal waktu kedatangan bis ketempat pemesanan
		14	Keterampilan mengemudi sopir bis
		15	Keandalan armada bis (tidak pernah mogok)
	<i>Responsiveness</i>	16	Keramahan dari awak bis
		17	Ketanggapan awak bis mengetahui keluhan pelanggan
		18	Kesiapan awak bis dalam melayani keinginan konsumen
		19	Kondisi tempat istirahat yang ditentukan perusahaan
	<i>Empathy</i>	20	Ketentuan harga sewa bis yang diberikan PO DS
<i>Assurance</i>	21	Jaminan keamanan barang-barang bawaan dalam bis	

Alasan pengelompokan atribut layanan kedalam lima dimensi kualitas jasa yaitu:

1. Dimensi *Tangibles*

Pada Tabel 4.2 akan di jelaskan mengenai alasan 12 item layanan yang di kelompokkan ke dalam dimensi *tangibles*

Tabel 4.2

Penjelasan Pengelompokan Atribut Layanan PO DS Dimensi *Tangibles*

No	Item pertanyaan	penjelasan
1	Ruang gerak kaki antar tempat duduk	Bukti fisik yang terdapat pada bis
2	Lebar gang dalam bis	Bukti fisik yang terdapat pada bis
3	Kebersihan dalam bis	Bukti fisik yang terdapat pada bis
4	Kesegaran udara dalam bis	Bukti fisik yang terdapat pada bis
5	Kelengkapan audio video (TV, karaoke)	Bukti fisik yang terdapat pada bis
6	Kondisi garden di dalam bis	Bukti fisik yang terdapat pada bis
7	Kondisi suhu dalam bis (AC)	Bukti fisik yang terdapat pada bis
8	Kondisi penerangan dalam bis	Bukti fisik yang terdapat pada bis
9	Penampilan luar bis	Bukti fisik yang terdapat pada bis
10	Kondisi penggunaan reclining seat	Bukti fisik yang terdapat pada bis
11	Kondisi tempat barang bawaan	Bukti fisik yang terdapat pada bis
12	Penampilan awak bis yang berseragam rapih	Penampilan karyawan

2. Dimensi *Reliability*

Pada Tabel 4.3 akan di jelaskan mengenai alasan tiga item layanan yang di kelompokkan ke dalam dimensi *reliability*

Tabel 4.3

Penjelasan Pengelompokan Atribut Layanan PO DS Dimensi *Reliability*

No	Item pertanyaan	Penjelasan
13	Ketepatan jadwal waktu kedatangan bis ketempat pemesanan	Penyampaian jasanya sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan
14	Keterampilan mengemudi sopir bis	Kemampuan memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali
15	Keandalan armada bis (tidak pernah mogok)	Kemampuan memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali

3. Dimensi *Responsiveness*

Pada Tabel 4.4 akan di jelaskan mengenai alasan tiga item layanan yang di kelompokkan ke dalam dimensi *responsiveness*

Tabel 4.4

Penjelasan Pengelompokan Atribut Layanan PO DS Dimensi *Responsiveness*

No	Item pertanyaan	Penjelasan
16	Keramahan dari awak bis	Karyawan bersedia menjawab segala pertanyaan dari pelanggan dengan ramah
17	Ketanggapan awak bis mengetahui keluhan pelanggan	Kemampuan karyawan membantu masalah pelanggan yang mungkin terjadi selama perjalanan
18	Kesiapan awak bis dalam melayani keinginan konsumen	Kesediaan karyawan merespon permintaan pelanggan kemudian memberikan jasa secara cepat
19	Kondisi tempat istirahat yang ditentukan perusahaan	Kesediaan karyawan merespons permintaan pelanggan

4. Dimensi *Empathy*

Pada Tabel 4.5 akan di jelaskan mengenai alasan tiga item layanan yang di kelompokkan ke dalam dimensi *empathy*

Tabel 4.5

Penjelasan Pengelompokan Atribut Layanan PO DS Dimensi *Empathy*

No	Item pertanyaan	Penjelasan
20	Ketentuan harga sewa bis yang diberikan PO DS	Memahami masalah dan keinginan konsumen

5. Dimensi *Assurance*

Pada Tabel 4.6 akan di jelaskan mengenai alasan tiga item layanan yang di kelompokkan ke dalam dimensi *assurance*

Tabel 4.6

Penjelasan Pengelompokan Atribut Layanan PO DS Dimensi *Assurance*

No	Item pertanyaan	Penjelasan
21	Jaminan keamanan barang-barang bawaan dalam bis	Perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan rasa kepercayaan diri pelanggan

4.2 Penjelasan Variabel Penelitian Terpilih

Setelah variabel telah ditetapkan, maka tahap selanjutnya adalah melakukan penyusunan item pertanyaan ke dalam bentuk kuesioner. Bentuk kuesioner yang telah disusun dan siap untuk disebarakan dapat dilihat pada lampiran (A hal 2). Sebelumnya disebarakan, kuesioner terlebih dahulu diverifikasi kepada pihak manajemen untuk mengetahui apakah pertanyaan yang ada sudah cocok dengan kondisi perusahaan apa tidak. Di bawah ini adalah penjelasan pemilihan atribut-atribut layanan yang akan dinilai oleh pelanggan pada kuesioner penelitian:

1. Ruang gerak kaki antar tempat duduk

Ruang gerak kaki antar deretan tempat duduk dipilih sebagai item pertanyaan didasari pada langkah yang dibuat oleh PO DS (gambar panjang antar tempat duduk terdapat pada lempiran F hal 3). Langkah yang diambil PO DS yaitu bis

eksekutif yang dimiliki perusahaan dipindahkan ke Jakarta. Perusahaan beranggapan bahwa bis dengan kapasitas 40 seat tidak terlalu diminati oleh konsumen di Bandung. PO DS kini hanya memiliki bis wisata dengan kapasitas 60 seat. Dengan adanya item ini maka dapat diketahui apakah pelanggan sudah merasa puas dengan kondisi jarak antar deretan tempat duduk saat ini, bila tidak puas maka kemungkinan pelanggan menginginkan bis dengan kapasitas 40 seat pada awalnya.

2. lebar gang didalam bis

lebar gang dalam bis dipilih sebagai item pertanyaan karena didasari pada langkah yang dibuat oleh PO DS (gambar lebar gang terdapat pada lampiran F hal 2). Bis jenis *eksekutif* (posisi tempat duduk 2-2) yang dimiliki perusahaan dipindahkan ke Jakarta. Perusahaan beranggapan bahwa bis dengan kapasitas 40 seat tidak terlalu diminati oleh konsumen di Bandung. PO DS kini hanya memiliki bis wisata dengan kapasitas 60 seat. Dengan adanya item lebar gang dalam bis ini maka dapat diketahui apakah pelanggan sudah merasa puas dengan lebar gang yang ada saat ini bila tidak puas maka bis dengan kapasitas 40 seat masih dibutuhkan oleh konsumen di Bandung.

3. Kebersihan dalam bis

Kebersihan merupakan unsur penting yang harus dinilai oleh pelanggan. Pelanggan tentu akan melihat kebersihan bis ketika pertama kali datang ke dalam bis, jika bis sudah dalam keadaan kotor maka kesan pertama yang dirasakan pelanggan sudah buruk.

4. Kesegaran udara dalam bis

Kesegaran udara dipilih menjadi item pertanyaan karena penumpang akan langsung mengeluh ketika menghirup udara didalam bis terasa aroma yang tidak segar (bau). Kondisi kesegaran udara merupakan layanan yang mendapat kesan pertama kali dari pelanggan.

5. Kelengkapan *audio video (tv, karaoke)*

Hampir seluruh bis wisata pada setiap perusahaan pasti memiliki fasilitas audio video. Perbedaan dari layanan ini adalah kualitas dari fasilitas tersebut.

Kualitas suara, gambar, dan juga tayangan acara yang disajikan merupakan unsur yang mendukung kelengkapan *audio video*.

6. Kondisi garden didalam bis

Layanan ini merupakan layanan yang paling sederhana. Tetapi sebuah garden dapat dikeluhkan oleh pelanggan jika garden tersebut sudah terlihat kotor dan juga garden tersebut susah untuk digerakan.

7. Kondisi suhu dalam bis (AC)

Fasilitas *AC* merupakan fasilitas yang mutlak dibutuhkan oleh suatu bis wisata. Tetapi seringkali ada pelanggan yang mengeluh tentang fasilitas *AC* ini, seperti *AC* yang terlalu dingin, *AC* yang bocor pada tempat duduk penumpang, serta *AC* yang tidak berfungsi.

8. Kondisi penerangan dalam bis

Penerangan dalam bis sangat diperlukan ketika perjalanan pada malam hari. Hampir sebagian besar pengguna bis wisata pulang ketempat asal pada malam hari. Jika lampu penerangan yang ada di ruang bis tidak terang maka pelanggan akan kesulitan jika harus mencari barang bawaan didalam bis.

9. Penampilan luar bis.

Layanan ini dinilai karena pihak PO DS melakukan perbaikan karoseri khususnya bagian luar bis dan gambar yang ada merupakan design yang terdapat pada bis eksekutif (ada pada lampiran F hal 1). PO DS ingin mengetahui seberapa besar tanggapan dari pelanggan tentang langkah yang dilakukan PO DS.

10. Kondisi penggunaan *reclining seat*

Reclining seat dibutuhkan oleh pelanggan untuk menghilangkan lelah dibagian punggung ketika melakukan perjalanan yang panjang, tetapi keluhan terhadap fasilitas ini sering terjadi karena ada *reclining seat* yang sulit untuk digunakan.

11. Keandalan armada bis (tidak pernah mogok)

Pelanggan akan merasa sangat terganggu jika ditengah perjalan bis mengalami kerusakan. Pelanggan dapat menilai bis tersebut andai jika selama perjalanan tidak terdapat halangan apapun.

12. Ketanggapan awak bis mengatasi keluhan pelanggan

Keluhan pelanggan terdiri dari banyak hal, dari keluhan yang mengarah kepada fasilitas didalam bis maupun keluhan tentang sikap awak bis. Tugas awak bis yang baik adalah cepat tanggap bila mendengar langsung keluhan pelanggan. Dengan daya tanggap yang tinggi diharapkan pelanggan dapat memaklumi masalah yang terjadi.

13. Kondisi tempat barang bawaan

Bis wisata sudah tentu identik dengan barang bawaan dari penumpang. Tempat barang bawaan yang terdapat didalam bis tentu akan dikeluhkan oleh pelanggan jika barang bawaan tidak dapat masuk kedalam tempat barang.

14. Jaminan keamanan barang-barang bawaan dalam bis

Kejujuran dari awak bis dinilai pada layanan ini. Jika barang bawaan dari pelanggan tidak ada yang hilang selama perjalanan, pelanggan merasa bahwa awak bis sudah bersikap jujur.

15. Kondisi tempat istirahat yang ditentukan perusahaan

Tempat peristirahatan ditengah perjalanan merupakan kehendak dari awak bis dan pelanggan. Jika tempat istirahat merupakan permintaan dari pelanggan maka layanan ini sudah pasti akan dianggap puas, tetapi bila ditentukan oleh awak bis maka responden dapat menilai kondisi tempat tersebut apakah sudah cukup layak bagi mereka.

16. Kesiapan awak bis dalam melayani keinginan konsumen

Konsumen adalah segalanya bagi perusahaan. Pertanyaan tersebut yang membuat item layanan tersebut dipilih menjadi item pertanyaan. Keinginan konsumen dapat bermacam-macam seperti meminta bantuan barang bawaan, meminta berhenti sejenak, dan seterusnya pelanggan tentunya akan menilai kesiapan kinerja dari awak bis terhadap keinginan pelanggan.

17. Keramahan dari awak bis

Penumpang seringkali bertanya kepada awak bis tentang segala hal, seperti bertanya tentang jalan yang dilalui dan waktu tempuh. Tetapi pernah terjadi penumpang mengeluh kepada awak bis karena bersifat kurang ramah kepada pelanggan ketika sedang berinteraksi.

18. Penampilan awak bis yang berseragam rapi

Awak bis yang berpenampilan rapi tentunya akan mendapat nilai tambah dari penumpang.

19. Keterampilan mengemudi sopir bis

Keselamatan penumpang adalah tanggung jawab terbesar yang dibebankan pada sopir. Oleh karena itu penilaian pelanggan terhadap cara mengemudi sopir sangat diperlukan.

20. Ketentuan harga sewa bis yang diberikan PO DS

Tidak semua pelanggan didalam bis mengetahui harga sewa, tetapi karena sebagian besar pelanggan bis DS adalah berasal dari kalangan pelajar, maka penelitian berpendapat bahwa harga sewa dapat diketahui oleh pelanggan. Hal ini didasari karena untuk kegiatan wisata, mereka memberlakukan iuran untuk masing-masing orang. Harga sewa bis merupakan unsur yang paling mempengaruhi iuran tersebut sehingga pelanggan dapat mengetahui harga sewa tersebut.

21. Ketepatan jadwal waktu kedatangan bis ketempat pemesan

Bis yang datang terlambat sudah barang tentu akan membuat kecewa penumpang. Rencana awal yang sudah ditentukan akan tidak terwujud jika bis datang terlambat. Oleh karena itu item layanan ini dipilih menjadi item pertanyaan.

4.3 Penyebaran Kuesioner

Setelah bentuk kuesioner sudah ditetapkan maka kuesioner dapat disebarkan kepada responden. Penyebaran kuesioner terdiri dari dua tahap yaitu penyebaran kuesioner pendahuluan, kuesioner penelitian awal dan kuesioner penelitian akhir. Teknik penyebaran kuesioner telah dibahas pada bab tiga yaitu tentang ukuran dan teknik sampling yang digunakan.

4.3.1 Penyebaran kuesioner pendahuluan

Kuesioner pendahuluan digunakan sebagai pertanyaan kepada responden untuk mengetahui item pelayanan yang dirasakan perlu dimiliki oleh suatu bis wisata. Pada kuesioner pendahuluan telah tercantum 21 item layanan yang terdapat pada bis wisata DS, dan responden dimintai jawaban untuk memberikan layanan tambahan jika 21 item layanan masih belum cukup untuk menilai kualitas layanan dari suatu bis wisata. Jika item tambahan yang diinginkan responden sesuai dengan kondisi yang ada maka item tersebut dapat dijadikan variabel penelitian. Responden yang dilibatkan pada kuesioner pendahuluan adalah responden yang pernah menggunakan jasa layanan bis wisata. Responden yang dilibatkan berjumlah 30 orang. Pada Tabel 4.7 terdapat hasil dari kuesioner pendahuluan.

Tabel 4.7

Hasil Kuesioner Pendahuluan

Unsur tambahan	Jumlah responden
Toilet	6
Smoking area	4
Snack	2
Selimut	1
Pintu darurat	1

Unsur layanan tambahan yang diberikan responden tidak dicantumkan kedalam kuesioner penelitian. Hal ini dilakukan karena unsur layanan tambahan tersebut tidak sesuai dengan kondisi yang terdapat pada perusahaan karena pada penelitian tugas akhir ini yang akan diteliti adalah layanan yang terdapat pada armada bis wisata DS. Dibawah ini akan dijelaskan mengenai item tambahan hasil kuesioner pendahuluan tetapi tidak sesuai dengan kondisi perusahaan:

- **Toilet**

PO DS tidak memiliki fasilitas toilet pada setiap armada bisnya. Menurut pihak perusahaan fasilitas ini tidak terlalu penting karena bis DS pasti

berhenti ditempat peristirahatan dan fasilitas toilet juga dapat membuat kondisi bis tidak bersih.

- **Smoking area**

PO DS tidak memiliki fasilitas *smoking area* pada setiap bisnya. Karena bis DS beranggapan bahwa fasilitas tersebut tidak terlalu penting bagi perusahaan.

- **Snack**

PO DS tidak memiliki fasilitas snack pada setiap armada bisnya. Menurut pihak perusahaan fasilitas ini tidak terlalu penting karena PO DS bukan perusahaan travel dan bis DS hanya menyediakan armada bis saja.

- **Selimut**

PO DS tidak memiliki fasilitas selimut pada setiap armada bisnya. Menurut pihak perusahaan fasilitas ini tidak terlalu penting karena kondisi didalam ruangan bis tidak terlalu dingin.

- **Pintu darurat**

PO DS tidak memiliki fasilitas pintu darurat pada setiap armada bisnya. Menurut pihak perusahaan fasilitas ini tidak terlalu penting karena PO DS yakin dengan para awak bisnya dapat menjamin keselamatan penumpang.

4.3.2 Penyebaran Kuesioner Penelitian Awal

Kuesioner penelitian awal disebarakan kepada 30 orang responden. Kuesioner dibagikan kepada 30 orang, karena dengan jumlah nominal 30 orang maka distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurva normal. Asumsi kurva normal sangat diperlukan dalam perhitungan statistik. Pada awalnya, untuk memenuhi jumlah 30 responden, kuesioner penelitian awal dibagikan pada tiga bis yang berangkat pada tanggal 20 Juni 2008 (satu bis dibagikan 10 buah kuesioner), tetapi karena ada kuesioner yang tidak terkumpul maka dicari bis untuk keberangkatan berikutnya sampai berkumpul 30 buah kuesioner, sesudah terkumpul 30 kuesioner, maka tahap selanjutnya melakukan pengujian terhadap kuesioner.

4.3.3 Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel/data untuk perusahaan jasa kurir dilaksanakan secara acak (*random sampling*). Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dalam suatu penelitian yang diharapkan dapat mewakili populasi sasaran penelitian. Menurut Rahmat, dan Walujo Djoko Indarto 1995: 82, rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah responden yang dipilih adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$
$$n = \frac{100}{100(0,10)^2 + 1}$$
$$n = 50$$

Dimana,

n = jumlah sampel minimum

N = jumlah Populasi

d = Tingkat ketepatan minimal (10%)

Perhitungan jumlah sampel diatas menunjukkan bahwa jumlah sampel minimal sebanyak 29 sampel/responden.

4.3.4 Uji *Validitas* dan *Reliabilitas*

Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, sedangkan dapat dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian ini mengikuti langkah-langkah yang terdapat pada buku latihan SPSS versi 14 (Andi, 2008).

4.3.4.1 Uji *Validitas* dan *Realibitas* untuk Kuesioner *Desired Service*

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item variabel kuesioner tersebut valid atau tidak valid. Hal tersebut diperoleh melalui df (*degree of freedom*) = $n - k$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah butir pertanyaan dalam suatu variabel. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r -hitung > dari r -tabel.

Koefesien korelasi yang dihasilkan untuk masing-masing variabel selanjutnya akan dibandingkan dengan angka kritis koefesien korelasi pearson sesuai dengan derajat kebebasan pada pengujian dengan tingkat signifikan tertentu.

Pada kuesioner uji coba ini derajat kebebasannya adalah:

- *Tangibles*

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 12 = 18 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 18 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r -kritis adalah 0.295.

- *Reliability*

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 3 = 27 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 27 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r -kritis adalah 0.245.

- *Responsiveness*

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 4 = 26 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 26 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r -kritis adalah 0.250.

- *Emphaty*

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 1 = 29 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 29 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r -kritis adalah 0.237.

- Assurance

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 1 = 29 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi Spearman pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 29 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r-kritis adalah 0.237.

Tabel 4.8
Rekapitulasi Uji Validitas dan Reliabilitas

Dimensi	Item	Validitas		Reliabilitas (Cronbach's)
		Korelasi (r-hitung)	Korelasi (r-tabel)	Hitung
Tangibles	1	0,472	0,295	0,919
	2	0,587	0,295	0,916
	3	0,427	0,295	0,920
	4	0,576	0,295	0,917
	5	0,575	0,295	0,917
	6	0,510	0,295	0,918
	7	0,480	0,295	0,918
	8	0,624	0,295	0,916
	9	0,780	0,295	0,913
	10	0,587	0,295	0,917
	11	0,554	0,295	0,917
	12	0,534	0,295	0,918
Reliability	13	0,637	0,245	0,915
	14	0,575	0,245	0,917
	15	0,746	0,245	0,913
Responsiveness	16	0,571	0,250	0,917
	17	0,656	0,250	0,915
	18	0,433	0,250	0,921
	19	0,715	0,250	0,914
Emphaty	20	0,592	0,237	0,916
Assurance	21	0,624	0,237	0,916

Nilai α didapat 0.920, karena $\alpha > r$ tabel dan α positif maka item-item pertanyaan diatas reliabel.

4.3.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas untuk Kuesioner Persepsi

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item variabel kuesioner tersebut valid atau tidak valid. Hal tersebut diperoleh melalui df (*degree of freedom*) = $n - k$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah butir pertanyaan dalam suatu variabel. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r -hitung > dari r -tabel.

Koefesien korelasi yang dihasilkan untuk masing-masing variabel selanjutnya akan dibandingkan dengan angka kritis koefesien korelasi pearson sesuai dengan derajat kebebasan pada pengujian dengan tingkat signifikan tertentu.

Pada kuesioner uji coba ini derajat kebebasannya adalah:

- *Tangibles*

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 12 = 18 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 18 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r -kritis adalah 0.295.

- *Reliability*

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 3 = 27 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 27 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r -kritis adalah 0.245.

- *Responsiveness*

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 4 = 26 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 26 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r -kritis adalah 0.250.

- *Emphaty*

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 1 = 29 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 29 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r -kritis adalah 0.237.

- Assurance

$$df = n - k$$

$$= 30 - 1 = 29$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 29 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r-kritis adalah 0.237.

Tabel 4.9
Rekapitulasi Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi

Dimensi	Item	Validitas		Reliabilitas (Cronbach's)
		Korelasi (r-hitung)	Korelasi (r-tabel)	Hitung
Tangibles	1	0,322	0,295	0,950
	2	0,322	0,295	0,950
	3	0,809	0,295	0,941
	4	0,851	0,295	0,940
	5	0,678	0,295	0,943
	6	0,729	0,295	0,942
	7	0,914	0,295	0,940
	8	0,378	0,295	0,947
	9	0,808	0,295	0,941
	10	0,505	0,295	0,949
	11	0,792	0,295	0,942
	12	0,780	0,295	0,941
Reliability	13	0,841	0,245	0,940
	14	0,792	0,245	0,942
	15	0,834	0,245	0,941
Responsiveness	16	0,686	0,250	0,942
	17	0,841	0,250	0,940
	18	0,546	0,250	0,944
	19	0,899	0,250	0,941
Emphaty	20	0,652	0,237	0,943
Assurance	21	0,920	0,237	0,940

4.3.4.3 Uji Validitas Reliabilitas untuk Kuesioner Adequate Service

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item variabel kuesioner tersebut valid atau tidak valid. Hal tersebut diperoleh melalui df (*degree of freedom*) = $n - k$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah butir pertanyaan dalam suatu variabel. Butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r -hitung > dari r -tabel.

Koefesien korelasi yang dihasilkan untuk masing-masing variabel selanjutnya akan dibandingkan dengan angka kritis koefesien korelasi pearson sesuai dengan derajat kebebasan pada pengujian dengan tingkat signifikan tertentu.

Pada kuesioner uji coba ini derajat kebebasannya adalah:

- *Tangibles*

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 12 = 18 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 18 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r -kritis adalah 0.295.

- *Reliability*

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 3 = 27 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 27 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r -kritis adalah 0.245.

- *Responsiveness*

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 4 = 26 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 26 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r -kritis adalah 0.250.

- *Emphaty*

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 1 = 29 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 29 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r -kritis adalah 0.237.

- Assurance

$$\begin{aligned} df &= n - k \\ &= 30 - 1 = 29 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel angka kritis untuk korelasi *Spearman* pada lampiran, maka untuk derajat kebebasan = 29 dan $\alpha = 5\%$, besarnya r-kritis adalah 0.237.

Tabel 4.10
Rekafitulasi Uji Validitas dan Reliabilitas Adequate Service

Dimensi	Item	Validitas		Reliabilitas (Cronbach's)
		Korelasi (r-hitung)	Korelasi (r-tabel)	Hitung
Tangibles	1	0,615	0,295	0,865
	2	0,615	0,295	0,865
	3	0,490	0,295	0,871
	4	0,490	0,295	0,871
	5	0,560	0,295	0,869
	6	0,524	0,295	0,869
	7	0,339	0,295	0,875
	8	0,628	0,295	0,864
	9	0,601	0,295	0,866
	10	0,688	0,295	0,861
	11	0,534	0,295	0,868
	12	0,463	0,295	0,873
Reliability	13	0,338	0,245	0,874
	14	0,400	0,245	0,872
	15	0,297	0,245	0,875
Responsiveness	16	0,464	0,250	0,872
	17	0,567	0,250	0,870
	18	0,585	0,250	0,868
	19	0,391	0,250	0,873
Emphaty	20	0,326	0,237	0,874
Assurance	21	0,246	0,237	0,877

4.3.5 Penyebaran Kuesioner Penelitian Akhir

Setelah melalui tahap pengujian, maka kuesioner penelitian dapat disebarakan kembali. Penyebaran kuesioner dihentikan sampai jumlah kuesioner mampu memenuhi jumlah sampel minimum. Kuesioner sebelumnya telah terkumpul sebanyak 30 kuesioner hasil dari pengujian kuesioner. Pada Tabel 4.11 akan diperlihatkan jumlah kuesioner yang terkumpul dari masing-masing bis.

Tabel 4.11

Jumlah Kuesioner yang Disebarakan untuk Tiap Bis

NO Polisi bis	Tujuan / Waktu	Jumlah kuesioner
7703	Pangandaran (20/06/2008)	6
7811	Bogor (21/06/2008)	7
7806	Bogor (21/06/2008)	8
7942	Pangandaran (21/06/2008)	5
7806	Jakarta (28/06/2008)	8
7943	Jakarta (28/06/2008)	5
7703	Jakarta (28/06/2008)	5
7942	Jakarta (29/06/2008)	7
7811	Jakarta (28/06/2008)	5
7806	Bogor (05/07/2008)	6
7724	Jakarta (05/07/2008)	3
7943	Yogyakarta (05/07/2008)	5
7703	Bogor (12/07/2008)	5
7942	Jakarta (13/07/2008)	6
7806	Jakarta (19/07/2008)	4
7811	Jakarta (19/07/2008)	6
Total Kuesioner		100

4.4 Matrik Data Mentah

Matrik data mentah merupakan penyusunan data-data mengenai jawaban dari 100 orang responden yang dibagikan kuesioner. Untuk lebih terperinci, bentuk-bentuk data tersebut disajikan dalam bentuk matriks data mentah. Matrik data mentah ini terdiri dari data jawaban responden dari kuesioner *desired service*, persepsi, dan *adequate service*. Matrik data mentah ketiga kuesioner dapat dilihat pada (lampiran D hal 1-9).

4.5 Perhitungan Nilai Rata-rata Tiap Dimensi dan Item Pertanyaan

Data-data yang telah didapatkan dari data pada kuesioner *desired service*, *adequate service*, dan persepsi kemudian dihitung rata-ratanya nilai data tiap diterima dari tiap item pertanyaan.

4.5.1 Perhitungan Nilai Rata-rata Tiap Item Pertanyaan

Item pertanyaan dari tiap dimensi dihitung rata-ratanya. pertanyaan dilakukan pada ketiga jenis data yaitu untuk data *desired service*, persepsi, dan *adequate service*. Perhitungan didapat dari jumlah total jawaban responden untuk setiap satu item pertanyaan (X_1, X_2, \dots, X_{21}) dibagi dengan jumlah responden (100 responden). contoh perhitungan nilai rata-rata tiap item pertanyaan (contoh menggunakan data *desired service* dimensi *reliability*) dapat dilihat pada Tabel 4.12 perhitungan nilai untuk lebih lengkapnya dapat dilihat pada (lampiran E)

Tabel 4.12

Contoh Nilai Rata-rata Item Pertanyaan *Desired service*

Resp	Item pertanyaan		
	X13	X14	X15
1	4	4	4
2	5	4	4
3	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
98	5	5	5
99	4	4	4
100	4	5	5
Total	419	440	427
Rata-rata	4,190	4,400	4,270

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata} &= \frac{4+5+4+4+4+4+\dots+5+4+4}{100} \\ &= 4.190 \end{aligned}$$

4.5.1.1 Perhitungan Nilai Rata-rata Tiap Item Pertanyaan *Desired Service*

Pada Tabel 4.13 dibawah ini terdapat hasil perhitungan nilai rata-rata disetiap *desired service* per dimensi. Hasil perhitungan lebih lengkap dapat dilihat pada (lampiran E hal 1)

Tabel 4.13
Perhitungan Nilai Rata-rata Tiap Item Pertanyaan *Desired Service*

Dimensi	Item layanan	Nilai rata-rata dimensi
tangibles	X1	4,240
	X2	4,160
	X3	4,320
	X4	4,200
	X5	4,160
	X6	4,070
	X7	4,240
	X8	3,790
	X9	4,130
	X10	4,110
	X11	4,110
	X12	4,220
Reliability	X13	4,190
	X14	4,390
	X15	4,270
responsiveness	X16	4,280
	X17	4,080
	X18	3,960
	X19	4,160
Emphaty	X20	4,450
Assurance	X21	4,180

4.5.1.2 Perhitungan Nilai Rata-rata Tiap Item Pertanyaan Persepsi

Pada Tabel 4.14 terhadap hasil perhitungan rata-rata tiap item pertanyaan persepsi perdimensi. Hasil perhitungan lebih lengkap dapat dilihat pada (lampiran E hal 9)

Tabel 4.14

Perhitungan Nilai Rata-rata Tiap Item Pertanyaan Persepsi

Dimensi	Item layanan	Nilai rata-rata dimensi
tangibles	X1	3,010
	X2	3,010
	X3	3,880
	X4	3,950
	X5	3,920
	X6	3,930
	X7	4,010
	X8	3,700
	X9	3,890
	X10	3,430
	X11	4,030
	X12	3,730
Reliability	X13	3,860
	X14	4,020
	X15	4,060
responsiveness	X16	4,050
	X17	3,790
	X18	3,850
	X19	3,870
Emphaty	X20	4,300
Assurance	X21	3,970

4.5.1.3 Perhitungan Nilai Rata-rata Tiap Item Pertanyaan *Adequate Service*

Pada Tabel 4.15 dibawah ini terdapat hasil perhitungan nilai rata-rata tiap item pertanyaan *adequate service* perdimensi. Hasil perhitungan lebih lengkap dapat dilihat pada (lampiran E hal 13)

Tabel 4.15

Perhitungan Nilai Rata-rata tiap Item Pertanyaan *Adequate Service*

Dimensi	Item layanan	Nilai rata-rata dimensi
Tangibles	X1	2,830
	X2	2,830
	X3	1,970
	X4	1,970
	X5	2,110
	X6	2,580
	X7	2,000
	X8	2,240
	X9	2,530
	X10	2,360
	X11	2,140
	X12	2,910
Reliability	X13	2,000
	X14	2,040
	X15	2,130
Responsiveness	X16	2,040
	X17	2,040
	X18	2,040
	X19	2,020
Emphaty	X20	2,030
Assurance	X21	1,960

4.5.2 Perhitungan Rata-rata Tiap Dimensi

Tiap dimensi dari ketiga jenis layanan dihitung rata-ratanya. Perhitungan dilakukan pada ketiga jenis data yaitu untuk data *desired service*, persepsi, dan *adequate service*. rata-rata dimensi didapat dari jumlah total rata-rata dimensi dibagi dengan jumlah responden. contoh perhitungan nilai rata-rata tiap dimensi (contoh menggunakan data *desired service*) dapat dilihat pada Tabel 4.16. perhitungan nilai rata-rata perdimensi dapat dilihat pada (lampiran E hal 4)

Tabel 4.16

Contoh Perhitungan Nilai Rata-rata Item Pertanyaan Dimensi Reliability

Resp	Item pertanyaan			Total	Rata-rata
	X13	X14	X15		
1	4	4	4	12	4,000
2	5	4	4	13	4,333
3	4	4	4	12	4,000
4	4	4	4	12	4,000
5	4	4	4	12	4,000

Rata-rata = total jawaban responden / jumlah item pada tiap dimensi

$$4.333^* = \frac{5 + 4 + 4}{3}$$

Tabel 4.16 merupakan tabel perhitungan nilai rata-rata item pertanyaan. Tabel tersebut masih digunakan untuk mencari nilai rata-rata jawaban satu orang responden, dan nilai tersebut dimasukkan pada Tabel 4.17

Tabel 4.17

Contoh Perhitungan Nilai Rata-rata Perdimensi untuk *Desired Service*

Resp	Tangibles	Reliability	Responsiveness	Emphaty	Assurance
1	4,167	4,000	4,000	5	4
2	4,000	4,333*	4,000	5	4
3	3,500	4,000	4,000	4	4
4	4,167	4,000	4,000	5	4
5	4,000	4,000	4,000	5	4
...					
...					
98	4,250	4,500	4,750	5	4
99	4,083	4,500	4,500	5	4
100	4,417	4,500	4,750	5	4
Total	415,250	427,667	408,750	442	417
Rata-rata	4,153	4,277	4,088	4,420	4,170

Rata-rata = total / jumlah responden

4.5.2.1 Perhitungan Rata-rata Perdimensi untuk *Desired Service*

Tabel 4.18 dibawah ini terdapat hasil perhitungan nilai rata-rata perdimensi untuk data layanan harapan. Hasil perhitungan lebih lengkap dapat dilihat pada (lampiran E)

Tabel 4.18

Perhitungan Nilai Rata-rata Perdimensi untuk *Desired Service*

Dimensi	Nilai rata-rata desired service
Tangibles	4,153
Reliability	4,227
Responsiveness	4,008
Emphaty	4,420
Assurance	4,170

4.5.2.2 Perhitungan Rata-rata Perdimensi untuk Persepsi

Tabel 4.19 dibawah ini terdapat hasil perhitungan nilai rata-rata per dimensi untuk data persepsi. Hasil perhitungan lebih lengkap dapat dilihat pada (lampiran E)

Tabel 4.19

Perhitungan Nilai Rata-Rata Perdimensi untuk Persepsi

Dimensi	Nilai rata-rata persepsi
Tangibles	3,708
Reliability	3,980
Responsiveness	3,890
Emphaty	4,300
Assurance	3,970

4.5.2.3 Perhitungan Rata-rata Perdimensi untuk *Adequate Service*

Tabel 4.20 dibawah ini terdapat hasil perhitungan nilai rata-rata per dimensi untuk data adequate service. Hasil perhitungan lebih lengkap dapat dilihat pada (lampiran E)

Tabel 4.20

Perhitungan Nilai Rata-rata Perdimensi untuk Adequate Service

Dimensi	Nilai rata-rata adequate service
Tangibles	2,373
Reliability	2,057
Responsiveness	2,035
Emphaty	2,030
Assurance	1,960

4.6 Perhitungan MSA, MSS, Dan Posisi ZOT

Perhitungan MSA dan MSS ini berfungsi untuk memperlihatkan posisi persepsi pelanggan terhadap *desired service* dan *adequate service*, untuk memperlihatkan posisi persepsi perlu menghitung persepsi – *desired service* untuk mendapatkan skor MSS, dan persepsi – *adequate service* untuk mendapatkan skor

MSA. Skor MSS dan MSA bisa bernilai positif (jika persepsi lebih besar dari layanan harapan dan minimal), dan bisa pula negatif (apabila persepsi lebih rendah dari layanan harapan minimal), untuk perhitungan-perhitungan lebar zona toleransi dilakukan dengan cara mengurangi rating *desired service* dengan minimum *service*, untuk mengetahui posisi ZOT dilakukan dengan menghitung pembagian nilai MSA dengan lebar ZOT.

4.6.1 Perhitungan MSA, MSS dan posisi ZOT keseluruhan item layanan

Nilai MSA dan MSS tiap satu item layanan didapat dari hasil perhitungan kesenjangan nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata *desired service* dan *adequate service*. Untuk posisi ZOT didapat dari hasil bagi antara MSA dengan lebar ZOT. Posisi dihitung untuk mengetahui prioritas peningkatan yang harus dilakukan, semakin kecil hasil posisi ZOT maka semakin tinggi prioritas perbaikan. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh data mengenai MSA, MSS dan posisi ZOT.

Hasil perhitungan tersebut dapat dilihat beserta grafiknya pada Tabel 4.21 dan Gambar 4.1 serta Gambar 4.2

Tabel 4.21

Perhitungan MSA, MSS, dan Posisi ZOT Tiap Item Layanan

	Penumpang Bis Wisata DS						
	Desired service	Persepsi	Adequate service	MSA	MSS	Lebar ZOT	Posisi ZOT
X1	4,240	3,010	2,830	0,180	-1,230	1,410	0,128
X2	4,160	3,010	2,830	0,180	-1,150	1,330	0,135
X3	4,320	3,880	1,970	1,910	-0,440	2,350	0,813
X4	4,200	3,950	1,970	1,980	-0,250	2,230	0,888
X5	4,160	3,920	2,110	1,810	-0,240	2,050	0,883
X6	4,070	3,930	2,580	1,350	-0,140	1,490	0,906
X7	4,250	4,010	2,000	2,010	-0,240	2,250	0,893
X8	3,790	3,700	2,240	1,460	-0,090	1,550	0,942
X9	4,120	3,890	2,530	1,360	-0,230	1,590	0,855
X10	4,110	3,430	2,360	1,070	-0,680	1,750	0,611
X11	4,110	4,030	2,140	1,890	-0,080	1,970	0,959
X12	4,220	3,730	2,910	0,820	-0,490	1,310	0,626
X13	4,190	3,860	2,000	1,860	-0,330	2,190	0,849
X14	4,400	4,020	2,040	1,980	-0,380	2,360	0,839
X15	4,270	4,060	2,130	1,930	-0,210	2,140	0,902
X16	4,280	4,050	2,040	2,010	-0,230	2,240	0,897
X17	4,080	3,790	2,040	1,750	-0,290	2,040	0,858
X18	3,960	3,850	2,040	1,810	-0,110	1,920	0,943
X19	4,160	3,870	2,020	1,850	-0,290	2,140	0,864
X20	4,450	4,300	2,030	2,270	-0,150	2,420	0,938
X21	4,180	3,970	1,960	2,010	-0,210	2,220	0,905

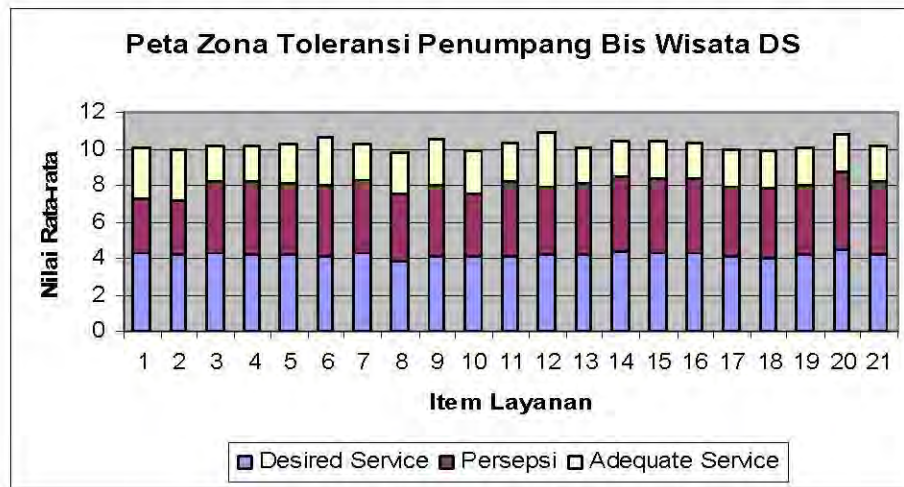
Contoh perhitungan untuk X1:

$$\begin{aligned} \text{MSA} &= \text{persepsi} - \text{adequate service} \\ &= 3.010 - 2.830 = 0.180 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{MSS} &= \text{persepsi} - \text{desired service} \\ &= 3.010 - 4.240 = -1.230 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{lebar ZOT} &= \text{desired service} - \text{adequate service} \\ &= 4.240 - 2.830 = 1.410 \end{aligned}$$

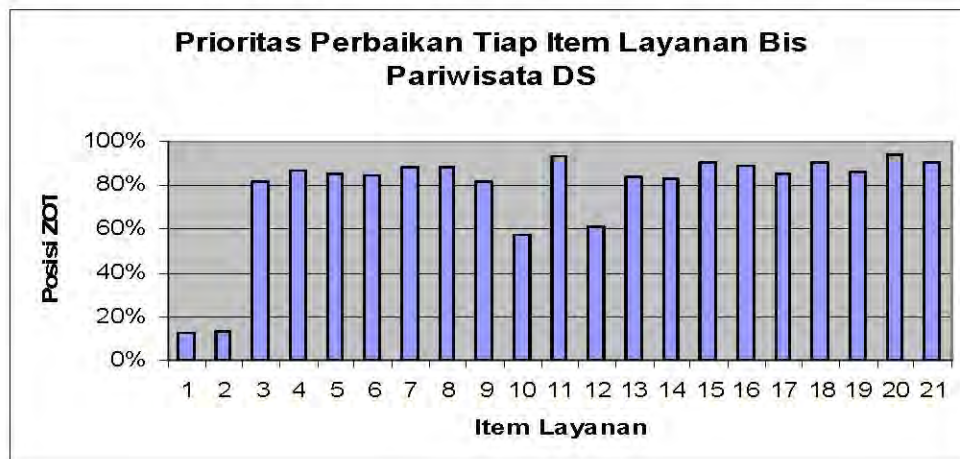
$$\begin{aligned} \text{posisi ZOT} &= \frac{0.180}{1.410} = 0.128 \end{aligned}$$



Gambar 4.2

Peta Zona Toleransi Tiap Item Layanan

Berdasarkan hasil pengolahan data, seluruh item layanan memiliki nilai MSA positif dan nilai MSS negatif. Hal ini menunjukkan bahwa posisi seluruh item pelayanan berada pada daerah zona toleransi, untuk menunjukkan prioritas perbaikan maka dilakukan perhitungan posisi ZOT, semakin kecil posisi ZOT maka prioritas perbaikan semakin tinggi. Grafik prioritas perbaikan tiap item layanan dapat dilihat pada Gambar 4.2 dibawah ini: (posisi ZOT dalam Gambar 4.2 dirubah kedalam bentuk persentase)



Gambar 4.3

Prioritas Perbaikan Tiap Item Layanan Bis Pariwisata Ds

Pada gambar 4.2 dintujukan urutan prioritas item pelayanan yang perlu diperbaiki, semakin kecil persentasenya semakin tinggi prioritas perbaikannya.

Item layanan yang perlu dilakukan prioritas perbaikan yaitu pada item layanan X1, X2, X10, dan X12. Keempat item layanan diatas merupakan item layanan yang persentase posisi ZOTnya dibawah 80%. Hampir seluruh layanan memiliki persentase diatas 80% kecuali keempat layanan yang telah disebutkan sebelumnya.

4.6.2 Perhitungan MSA, MSS, dan Posisi ZOT untuk Tiap Dimensi

Nilai MSA dan MSS tiap satu dimensi didapat dari hasil perhitungan kesenjangan persepsi dengan *adequate service* dan *desired service*, untuk posisi ZOT didapat dari hasil bagi antara MSA dengan lebar ZOT. Pada posisi ZOT dihitung untuk mengetahui peningkatan yang harus dilakukan, semakin kecil hasil posisi ZOT maka semakin tinggi prioritas perbaikan. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat dilihat beserta grafiknya pada Tabel 4.22 dibawah ini

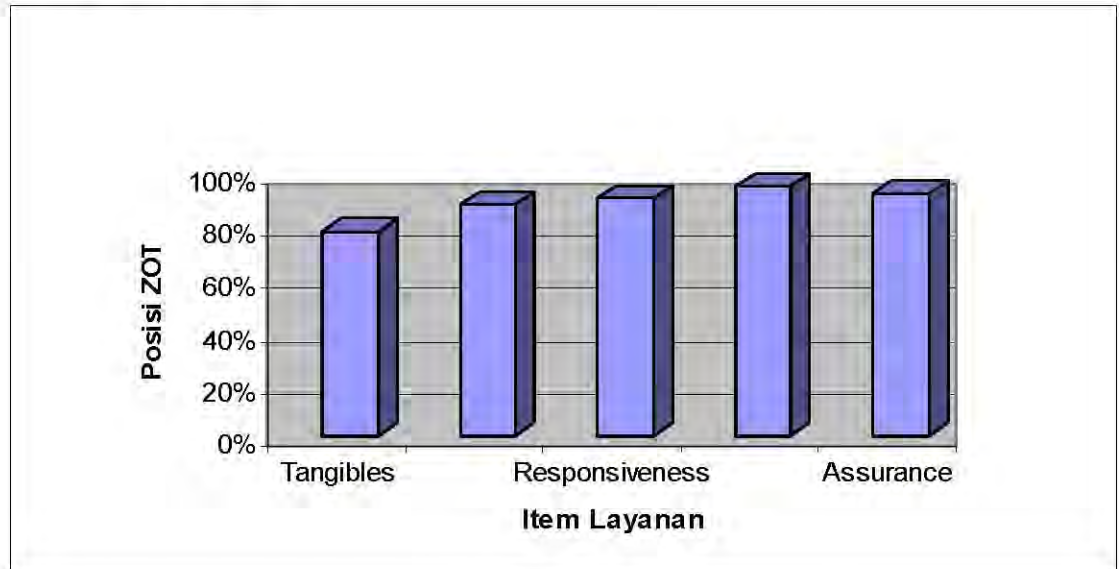
Tabel 4.22

Perhitungan MSA, MSS, dan Posisi ZOT Tiap Dimensi

Dimensi	Penumpang Bis Wisata DS						
	Desired service	Persepsi	Adequate service	MSA	MSS	Lebar ZOT	Posisi ZOT
Tangibles	4,153	3,708	2,373	1,335	-0,445	1,780	0,750
Reliability	4,277	3,980	2,057	1,923	-0,297	2,220	0,866
Responsiveness	4,088	3,890	2,035	1,855	-0,198	2,053	0,904
Emphaty	4,420	4,300	2,030	2,270	-0,120	2,390	0,950
Assurance	4,170	3,970	1,960	2,010	-0,200	2,210	0,910

Perhitungan MSA, MSS, dan posisi ZOT berdasarkan dimensi pelayanan menghasilkan MSA dengan nilai positif, maka seluruh dimensi pelayanan pelanggan yang ada pada bis wisata PO DS masih di atas *adequate service* (tingkat jasa minimal). hasil perhitungan MSS didapat nilai negatif, menunjukan seluruh dimensi pelayanan pelanggan yang terdapat pada bis wisata DS masih dibawah nilai *desired service* (tingkat jasa yang pelanggan inginkan), untuk mengetahui prioritas perbaikan, maka dilakukan perhitungan posisi ZOT, semakin

kecil nilai posisi ZOT maka prioritas perbaikan semakin tinggi. Posisi ZOT dalam grafik diubah kedalam bentuk persentase (%). Grafik prioritas perbaikan dapat dilihat pada Gambar 4.4



Gambar 4.4

Prioritas Perbaikan Dimensi Layanan Bis Pariwisata DS

Gambar diatas menunjukkan urutan prioritas dimensi pelayanan yang perlu diperbaiki. semakin kecil persentase maka semakin tinggi urutan prioritas perbaikan. Dimensi *tangibles* merupakan dimensi yang posisi ZOT nya terendah sehingga dimensi ini perlu dilakukan prioritas perbaikan