

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI PO LAJU
PRIMA**

SKRIPSI



Oleh :

MUHAMMAD DWI PRASETYO

NIM 19010070

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA
BOJONEGORO
TAHUN 2023**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI PO LAJU
PRIMA**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
guna mencapai gelar Sarjana Manajemen pada
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia
Bojonegoro

Oleh :

Muhammad Dwi Prasetyo

19010070

Menyetujui :

Dosen Pembimbing I,



Eka Adiputra, SE., M.SM
NIDN. 0705018403

Dosen Pembimbing II,



Dr. Ari Kuntardina, ST.,MM.
NIDN. 0722047505

Dipertahankan di Depan Panitia Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen
STIECENDEKIA BOJONEGORO

Oleh :

Nama Mahasiswa : Muhammad Dwi Prasetyo

NIM : 19010070

Disetujui dan diterima pada :

Hari, tanggal : Selasa, 25 Juli 2023

Tempat : Bojonegoro

Dewan Penguji Skripsi :

1. Ketua Penguji : Ahmad Saifuriza Effasa, S.H.I.,MM

(.....)

2. Anggota Penguji : Latifah Anom, SE., MM

(.....)

3. Sekretaris Penguji : Dr. Ari Kuntardina, ST.,MM

(.....)

Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi Cendekia Bojonegoro



Ketua
Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak
NIDN. 0705067503

MOTTO

“ Proses memang tidak mudah tetapi endingnya bikin tidak berhenti bilang Alhamdulillah ”

(Muhammad Dwi Prasetyo)

Kupersembahkan untuk :

Diri sendiri yang sudah berjuang hingga mampu menyelesaikan pendidikan Sarjana Manajemen

Bapak dan ibu yang selalu mendoakan dan memenuhi kebutuhan serta keinginanku

Calon istri Syntha Verania yang selalu mensupport sampai detik ini

Sahabat nongkrongku semua yang membahayakan

ABSTRAK

Muhammad Dwi P. 2023. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa PO Laju Prima*. Skripsi. Manajemen. STIE Cendekia. Eka Adiputra, SE.,M.SM. selaku pembimbing satu dan Dr. Ari Kuntardina,ST.,MM selaku pembimbing dua.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan di PO Laju Prima Bojonegoro untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Pada penelitian ini peneliti mencoba menggali informasi mengenai strategi dan upaya yang dilakukan PO Laju Prima Bojonegoro dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mendapatkan kepuasan konsumen.

Metode penelitian ini yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini metode penelitian kualitatif deskriptif lokasi penelitian berlangsung di PO Laju Prima Bojonegoro, di Jl Veteran, Jamban Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro Jawa Timur. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun sumber informasi dalam wawancara adalah petugas, sopir dan konsumen PO Laju Prima.

Hasil penelitian ini menjelaskan tentang *Tangible, Reliability, Responsiviness, Assurance, dan Emphaty* terhadap kepuasan konsumen PO Laju Prima. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dimensi *Resposiviness* dan Assurance sudah berjalan dengan baik. Namun, ada beberapa dari dimensi *Tangible* yang masih perlu di perbaiki. Contohnya seperti AC pada armada yang kurang dingin dan support USB yang tidak berfungsi. Hasil penelitian bisa menjadi masukan perusahaan PO Laju Prima agar bisa memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi para konsumen agar bisa berkembang dimasa yang akan datang.

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama Lengkap : Muhammad Dwi Prasetyo
NIM : 19010070
Tempat, Tanggal lahir : Blora, 24 Agustus 2001
Agama : Islam
Pendidikan Sebelumnya : SMA Negeri 2 CEPU
Nama Orangtua/Wali : Suradji
Alamat Rumah : Jatirejo, Desa Karangboyo RT 02/ RW 05 Kec.
Cepu Kab. Blora
Judul Skripsi : Analisis Kualitas pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa
PO Laju Prima

Bojonegoro, 05 Juli 2023
Penulis

Muhammad Dwi Prasetyo

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Dwi Prasetyo

NIM : 19010070

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa PO Laju Prima** adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ijazah dan gelar Sarjana Manajemen yang saya terima dari STIE Cendekia untuk ditinjau kembali.

Bojonegoro, 05 Juli 2023

Yang menyatakan



Muhammad Dwi Prasetyo

NIM 19010070

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT dan sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi Sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M) Program Studi Manajemen. Selain itu bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya bagi penulis dan juga menambah wawasan bagi pembaca.

Penulis ucapkan terima kasih dengan tulus kepada :

1. Nurul Mazidah, Se.,MSA., selaku Ketua STIE Cendekia Bojonegoro.
2. Ibu Latifah Anom, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro.
3. Bapak Eka Adiputra, SE.,M.SM. dan Dr. Ari Kuntardina,ST.,MM, selaku Dosen Pembimbing yang banyak memberikan petunjuk yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Para Dosen, karyawan, rekan-rekan, dan semua pihak yang telah memberikan berbagai bentuk bantuan dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
5. Orangtuaku tercinta yang telah memberikan dorongan semangat dan bantuan lainnya yang sangat berarti bagi penulis.
6. Serta calon istriku tercinta yang sudah mensupport sampai saat ini.

Kemudian sebagai hamba yang lemah, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kelemahan dan kekurangan. Untuk itu penulis harapkan saran dan kritik dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, semoga Allah senantiasa memberikan Rahmat dan hidayah-Nya kepada siapa saja yang mencintai Pendidikan. Amin Yaa Robbal Alamin.

Bojonegoro, 05 Juli 2023
Penulis

Muhammad Dwi Prasetyo

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Motto dan Persembahan.....	iv
Abstrak	v
Biodata Singkat penulis	vi
Pernyataan Keaslian Skripsi	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Focus Penelitian	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KAJIAN EMPIRIS	7
A. Kajian Pustaka	7
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	7
2. Manfaat Kualitas Pelayanan	10
3. Ciri-ciri Kualitas Pelayanan	11
4. Pengertian Pelayanan	12
5. Kepuasan Konsumen	12
6. Manfaat Kepuasan Konsumen	14
7. Konsumen	19
8. Jasa	19

9. Transportasi	19
10. Fasilitas	20
B. Kajian Empiris	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
A. Metode Penelitian dan Alasan Penggunaanya	28
B. Tempat Penelitian	28
C. Instrument Penelitian	28
D. Situasi Sosial dan Sampel Sumber data	29
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Teknik Analisis Data	30
G. Pengujian Keabsahan Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Singkat Obyek Penelitian	33
1. Profil Perusahaan.....	34
2. Visi dan Misi	35
3. Struktur Organisasi.....	35
B. Hasil Penelitian dan Analisis Data	39
C. Pembahasan	45
BAB V PENUTUP	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kajian Empiris	25
-------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Charger Ponsel	21
Gambar 2. Air Conditioner.....	21
Gambar 3. Bagasi	22
Gambar 4. Kursi	22
Gambar 5. Fasilitas Hiburan	23
Gambar 6. Interior	24
Gambar 7. Struktus Organisasi	36
Gambar 8. Wawancara Petugas	53
Gambar 9. Wawancara Sopir	56
Gambar 10. Wawancara Sopir	58
Gambar 11. Wawancara Sopir	60
Gambar 12. Wawancara Konsumen	62
Gambar 13. Wawancara konsumen	65
Gambar 14. Wawancara Konsumen	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara	53
Lampiran 2 Wawancara	56
Lampiran 3 Wawancara	58
Lampiran 4 Wawancara	60
Lampiran 5 Wawancara	62
Lampiran 6 Wawancara	65
Lampiran 7 Wawancara	68
Lampiran 8 Dokumentasi	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era yang modern seperti sekarang ini, transportasi menjadi salah satu penunjang penting dalam kegiatan sehari-hari terutama daerah perkotaan. Transportasi yang baik dapat mencerminkan keteraturan kota yang baik pula, hal ini disebabkan karena transportasi merupakan suatu alat bantu dalam mengarahkan pembangunan di daerah perkotaan. Selain itu, transportasi juga merupakan suatu prasarana bagi pergerakan manusia atau barang yang timbul akibat adanya kegiatan di daerah perkotaan. Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian, memperkuat persatuan dan kesatuan serta mempengaruhi semua aspek kehidupan. Transportasi dapat membantu perekonomian yang baik disuatu daerah bahkan di suatu Negara (Fitri, 2020). Perkembangan zaman yang semakin maju saat ini, menimbulkan pertumbuhan teknologi, bisnis dan sistem perekonomian yang begitu pesat. Saat ini berbagai bisnis jasa banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, salah satu contohnya adalah perusahaan jasa transportasi. Transportasi merupakan suatu perjalanan yang dilakukan dengan meninggalkan tempat semula untuk sementara waktu yang dilakukan dari suatu tempat ketempat lain dan dengan perencanaan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi. Adapun beberapa unsur yang ada dalam transportasi saat ini, merupakan badan usaha dimana melayani semua proses perjalanan mulai berangkat hingga Kembali pulang, sehingga konsumen mendapatkan kenyamanan selama perjalanan.

Kemajuan pesat diberbagai bidang terutama bidang teknologi menuntut manusia untuk memenuhi kebutuhan yang semakin kompleks. Kebutuhan manusia tidak hanya terbatas pada kebutuhan barang, tetapi juga kebutuhan jasa.

Kebutuhan akan jasa terutama jasa transportasi merupakan suatu kebutuhan yang vital bagi semua orang guna melakukan aktifitas sehari-hari. Adapun sarana transportasi yang dapat dimanfaatkan antara lain melalui jalan darat, laut, dan udara.

Salah satu jenis transportasi darat adalah Bus, dimana Bus yang beroperasi di Indonesia memiliki tiga jenis tipe transportasi yang didasarkan pada daerah atau wilayah yang dilaluinya, yaitu : Antar Kota Dalam Provinsi (AKDP), Antar Kota Antar Provinsi (AKAP) & pariwisata. Jasa transportasi bus merupakan bentuk pelayanan jasa yang diberikan perusahaan kepada konsumen untuk mengantarkan konsumen ke satu tempat ke tempat lain dengan memberikan tingkat pelayanan dan kepuasan yang terbaik selama perjalanan

Penyedia jasa-jasa transportasi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat ada kaitannya dengan permintaan akan jasa transportasi secara menyeluruh. Setiap moda transportasi mempunyai sifat, karakteristik dan aspek teknis yang berbeda, hal ini akan mempengaruhi terhadap jasa-jasa angkutan yang ditawarkan oleh penyedia jasa transportasi. Perusahaan Otobus (PO) Laju Prima ini adalah salah satu jasa transportasi darat yang sangat meyakinkan, dimana PO Laju prima ini merupakan bagian dari Hiba Utama Grup. Pada tahun 1949 PO Hiba Grup mulanya hanya menyediakan bus pariwisata. Hiba utama sebagai perusahaan otobus yang telah berdiri puluhan tahun tentu tidak mau tergerus persaingan begitu saja. Pada tahun 90an Hiba Utama turut mengembangkan sayap dengan membuka layanan antar kota antar provinsi dengan meluncurkan anak perusahaan, PO Laju Prima. Kini Laju Prima masih menjadi bus yang cukup memiliki pasar yang bagus dengan armada-armada yang keren, PO Laju Prima saat ini melayani puluhan trayek dengan jumlah armada hingga ratusan unit.

Kualitas pelayanan jasa pada bidang transportasi sangat memerlukan perhatian yang khusus dari pemerintah, karena pada dasarnya secara garis besar para masyarakat menggunakan transportasi dalam menunjang segala keperluan mereka, baik dalam pekerjaan, perjalanan wisata atau yang lainnya. Kualitas merupakan aspek terpenting dalam suatu perusahaan. Para pelanggan tidak mudah tertarik dengan berbagai iklan yang di pasang baik di media cetak atau media sosial, para pelanggan lebih percaya dengan testimoni seseorang terhadap kualitas

suatu produk atau jasa. Kualitas pelayanan adalah suatu produk atau jasa dikatakan berkualitas jika mampu memenuhi kebutuhan para pelanggannya. Kebutuhan para pelanggan yang berkembang dari hari ke hari menuntut produsen atau pemberi jasa harus selalu melakukan berbagai perbaikan secara terus menerus.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari konsumen setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan juga harus disesuaikan. Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan fasilitas yang memadai bagi konsumennya agar mereka merasa puas terhadap jasa yang mereka rasakan dan mereka mau menjadi pelanggan, karena kualitas pelayanan juga memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan (Septiandy, 2019). Sehingga pelayanan sangat perlu diutamakan oleh perusahaan-perusahaan jasa transportasi, mengingat hal tersebut yang biasanya paling membedakan antara perusahaan yang satu dengan yang lain.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah untuk memudahkan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditambahkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas jasa. Fasilitas juga merupakan alat untuk membedakan dengan pesaing lainnya. Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh suatu usaha dalam memberikan pelayanan. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktifitas. Fasilitas menjadi suatu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang sama, semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak perusahaan otobus, maka akan semakin luas konsumen dan akan terus memilih bus tersebut sebagai pilihan prioritas. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Konsumen memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas konsumen akan meninggalkan dan tidak akan memilih bus itu lagi.

Kepuasan konsumen terbentuk dari pengalaman konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya,

konsumen memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan perbandingan terhadap perusahaan dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasa yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan konsumen dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi konsumen dibandingkan perusahaan yang ada.

Perusahaan perlu meningkatkan daya saing mulai dari ketepatan waktu dan kebijakan harga yang tidak sesuai dengan ketentuan perusahaan. Untuk meyakinkan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi tidaklah mudah, yang pasti perusahaan otobus memiliki ketentuan dalam mengantar konsumen ke tempat tujuan.

Pada saat ini di Jawa Timur khususnya wilayah Kota Bojonegoro banyak pilihan tentunya, jika kita ingin menggunakan jasa bus antar kota antar provinsi. Diantaranya adalah bus PO Pahala Kencana, bus Berlian Jaya, bus Haryanto, bus Agra Mas dan lain-lain. Akan tetapi masing-masing perusahaan bus mempunyai cara sendiri untuk mendapatkan keuntungan usaha. Apalagi saat ini perusahaan dihadapkan pada situasi yang sulit dimana konsumen mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan jasa transportasi untuk meningkatkan pelayanannya kepada konsumen, agar tentunya konsumen mendapatkan kepuasan dari apa yang telah mereka bayarkan.

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan Bus Laju Prima adalah kepuasan pelanggan atau penumpang agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pimpinan harus tahu apa saja yang dianggap penting oleh para penumpang dan pimpinan berusaha untuk menghasilkan kinerja (performance) sebaik mungkin sehingga dapat memuaskan konsumen atau penumpang.

Perusahaan perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan sebab hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan kepuasan akan tercipta bila pelayanan diberikan dengan baik. Selain itu, perusahaan juga harus mengetahui cara melakukan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang mereka berikan dari sudut pandang konsumen, dengan begitu perusahaan akan lebih

memahami kebutuhan dan cara memuaskan konsumen. Menurut Afriansyah (2022) transportasi umum harus dapat tercipta dengan mengendalikan kualitas pelayanan melalui 5 dimensi pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiviness*, *assurance*, dan *emphaty*. Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan tersebut, maka penelitian ini bertujuan mengetahui tingkat kepuasan konsumen PO Laju Prima, serta mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

B. Focus Penelitian

Fokus penelitian ini merupakan suatu konsentrasi sebagai pedoman arah suatu penelitian dalam upaya pengumpulan dan mencari informasi serta sebagai pedoman dalam mengadakan pembahasan atau penganalisaan sehingga penelitian tersebut benar-benar mendapatkan hasil yang diinginkan. Disamping itu juga fokus penelitian juga merupakan batas ruang dalam pengembangan penelitian supaya penelitian yang dilakukan tidak terlaksana dengan sia-sia karena ketidakjelasan dalam pengembangan pembahasan.

Dengan demikian fokus dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi PO Laju Prima.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam peneliti ini adalah bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi PO Laju Prima ?

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Masalah

Tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi PO Laju Prima.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi PO Laju Prima ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teroris

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan informasi serta dapat dipergunakan untuk pengembangan ilmu bagi peneliti atau akademik dengan menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan terhadap pihak pihak terkait seperti konsumen serta perusahaan yang sedang menjalankan kegiatannya dimasa sekarang atau masa depan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KAJIAN EMPIRIS

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mencerminkan kondisi dan lokasi pelayanan. Konsumen sering membuat penilaian atas kualitas layanan berdasarkan bukti yang muncul selama interaksi dengan perusahaan. Perusahaan yang berkomitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan layanan berkualitas tinggi akan menikmati keunggulan kompetitif sehingga perusahaan dapat dengan mudah membangun kesetiaan pelanggan dan berhasil membangun hubungan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek yang memberikan kontribusi bagi keberhasilan organisasi.

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian yang ramah. Semua perusahaan mempunyai strategi-strategi yang ditempuh untuk masa depan semua strategi tersebut diharapkan dapat membawa kemajuan yang berarti pada perusahaan. Keberhasilan pelayanan terjadi karena mutu yang baik, respon konsumen terhadap pelayanan juga baik. Tentunya dengan prinsip mutu tersebut dan pada akhirnya tujuan dari semua itu adalah terciptanya kepuasan konsumen. Usaha mewujudkan pelayanan yang berkualitas tidak bisa dilepaskan dari peranan penting petugas yang dimiliki perusahaan. Setiap petugas perlu diberikan pemahaman untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen. Perusahaan memperoleh pendapatan karena adanya konsumen yang bersedia mengkonsumsi jasa perusahaan.

Pelayanan yang terbaik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dengan standar yang telah ditetapkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah setiap hal yang dapat menimbulkan kepuasan sepenuhnya

pada setiap konsumen yang menggunakan jasa transportasi sesuai dengan harapan dan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen.

Menurut Ma'ruf (2020) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Definisi mengenai kualitas pelayanan mungkin berbeda, namun secara khusus meliputi hal dalam menentukan apakah pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan menilai kualitas pelayanan berdasarkan persepsi mereka dari hasil teknis yang diberikan yang merupakan proses dimana hasil disampaikan.

Menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Menurut Vargo & Lusch dalam Tjiptono (2011 : 3), “ *Service is an interactive process of doing something for someone* ”. Diartikan bahwa layanan/jasa merupakan proses interaksi dalam melakukan sesuatu kepada seseorang. Kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan kepada konsumen pada saat berlangsung dan sesudah transaksi berlangsung.

Nasution (2004: 47) menyatakan, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Nasution (2004: 47) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan.

Yamit (2010: 22) menyatakan ada beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan yaitu:

- a. *Exellent* adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh.

- b. *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar output pelayanan (jasa dan sistem).
- c. *Service* adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
- d. *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
- e. *Levels* adalah suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.
- f. *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.
- g. *Delivery* adalah memberikan pelayanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat.

Aspek yang sangat penting dalam menentukan kualitas yang berhubungan dengan pelayanan member adalah kualitas pelayanan. Menurut Nasution (2004: 49). "Pelayanan yang unggul diartikan sebagai suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan". Secara garis besar menyatakan ada 4 unsur pokok dalam konsep kualitas, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Pelayanan dikatakan baik, menurut Nasution (2004: 49) menyatakan; Apabila setiap karyawannya harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan yang baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan semangat kerja dan sikap selalu siap untuk melayani pelanggan, mampu berkomunikasi dengan baik, secara memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan.

Parasuraman dalam Nasution (2004: 60) menjelaskan ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

- a. *Perceived service*

Perceived service terjadi apabila jasa yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

b. *Expected Service*

Expected Service terjadi jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Tjiptono (2001: 61) menyimpulkan bahwa citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian yang menyeluruh terhadap keunggulan suatu jasa layanan. Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa pelayanan merupakan kondisi dari kinerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen.

2. Manfaat Kualitas Pelayanan

Setiap konsumen harus mendapatkan pelayanan yang baik, itu dilakukan agar lebih memberikan kepuasan yang maksimal, kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakan pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan.

Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen, maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa.

Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik juga untuk perusahaan. Manfaat kualitas pelayanan menurut Kotler, Hayes dan Bloom dalam Manap (2016:376) seperti:

1. Konsumen akan setia kepada perusahaan

Karena konsumen merasa pelayanan perusahaan sangat baik, konsumen bisa jadi akan menjadi konsumen tetap perusahaan.

2. Konsumen bisa manjadi media iklan gratis

Dengan kepuasan konsumen terhadap pelayanan perusahaan, konsumen bisa saja menyebarkan mengenai hal tersebut kepada teman-teman atau tetangga sehingga perusahaan bisa menjadi lebih dikenal.

3. Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin

Dengan semakin banyaknya konsumen tetap perusahaan, maka perusahaan tidak perlu khawatir tidak akan mendapat konsumen, karena sudah adanya para konsumen tetap tersebut.

4. Konsumen tidak akan mempermasalahkan mengenai harga

Karena rasa kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, maka konsumen tidak akan mempermasalahkan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan.

5. Konsumen merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi

Kebutuhan konsumen bukan hanya dari kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas pelayanan. Dengan pelayanan yang baik, maka konsumen akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan.

3. Ciri-ciri kualitas pelayanan

Berikut ini ciri-ciri kualitas pelayanan menurut Kasmir (2017) yaitu:

1. Tersedia petugas yang baik

Kenyamanan konsumen sangat tergantung pada petugas yang menanganinya. Petugas harus bersikap ramah, sopan, dan menarik dalam melayani konsumen.

2. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruangan tunggu harus dilengkapi dengan berbagai fasilitas sehingga membuat konsumen nyaman dan betah dalam ruangan tersebut. Suasana ruangan yang nyaman harus pula didukung kursi yang memadai.

3. Bertanggung jawab kepada setiap konsumen sejak awal hingga selesai

Petugas harus mampu melayani setiap konsumennya. Konsumen akan merasa puas jika konsumen bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikannya.

4. Mampu melayani secara cepat dan jelas

Dalam melayani konsumen diharapkan petugas harus melakukan sesuai prosedur yang ada. Pelayanan yang diberikan sesuai

4. Pengertian pelayanan

Pelayanan (*costumer service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan. Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagai proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.

Menurut R.A Supriyono (2015) “pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau service adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

5. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Menurut

(Sunyoto, 2013:35), konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Banyak pakar yang mendefinisikan kepuasan konsumen berdasarkan persepektifnya masing-masing meskipun tidak terdapat satu definisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai kepuasan konsumen, namun pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama tentang kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017:196). Menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014:9) “Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah dari harapan konsumen, maka konsumen merasa tidak puas.

Eksistensi dan kemampuan perusahaan mendapatkan laba dalam jangka panjang secara tidak langsung dipengaruhi oleh perusahaan tersebut dalam memuaskan kebutuhan konsumen, hal yang sering diistilahkan dengan konsep pemasaran. dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen/pelanggan, perusahaan memang di tuntutan kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen/pelanggan yang setiap saat berubah. Pembelian akan bergerak setelah membentuk persepsi nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung kinerja dari penawaran di bandingkan dengan harapannya. Oleh karena itu, konsumen memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen adalah persepsi konsumen mengenai mutu jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa, yaitu *responsiveness*, *reliability*, *emphaty*, *assurance*, dan

tangible. Kepuasan konsumen selain dipengaruhi oleh persepsi mutu jasa, juga ditentukan oleh mutu produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi, serta yang bersifat situasi sesaat.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali tiket.

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2005) adalah “ perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan”. Oleh karena itu mengukur tingkat kepuasan konsumen sangatlah perlu demi kelangsungan perusahaan. Persoalan kualitas jasa dan kepuasan pelanggan jasa, adalah relative lebih sulit dibandingkan pengukuran pada produk fisik atau barang.

6. Manfaat kepuasan konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009:164) yaitu konsumen yang sangat puas biasanya akan tetap setia untuk waktu yang lebih lama. Namun sebaliknya apabila konsumen kecewa dapat membawa dampak buruk bagi perusahaan yaitu menurunkan jumlah konsumen karena konsumen tidak tertarik lagi untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga berdampak pada penurunan pendapatan. Ada dua macam kepuasan yaitu:

- a. Kepuasan fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian.
- b. Kepuasan *psikological*, merupakan kepuasan yang diperoleh dari tidak berwujud atas penggunaan suatu jasa. Misalnya saat kita pergi ke suatu tempat, kita puas dengan diberikan pelayanan yang cepat ramah dan sopan.

Menurut Fandy Tjiptono (2008:98) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak

memenuhi harapan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya:

- a. Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis.
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- c. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan.
- d. Keuntungan yang diperoleh meningkat.

A. Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Rondonuwu dan Komalig dalam jurnal Purnomo Edwin Setyo (2017). Kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan konsumen, yaitu:

1. Terpenuhinya harapan konsumen
Konsumen merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari suatu produk barang atau jasa.
2. Sikap atau keinginan menggunakan produk
Sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari, ini berarti bahwa sikap yang berkaitan dengan perilaku membeli terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain.
3. Merekomendasikan kepada pihak lain
Konsumen akan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang di peroleh dari suatu kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan
4. Kualitas layanan
Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan menyampaikan untuk mengimbangi harapan konsumen.
5. Reputasi yang baik
Upaya bagi suatu perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra

merk (*brand image*), citra perusahaan (*company image*), reputasi merk (*brand reputation*), nama yang terbaik (*the best name*), pelayanan prima (*service excellent*) dan semua yang berhubungan dengan kepuasan konsumen mendapatkan prioritas.

6. Lokasi

Yang dimaksud dengan lokasi adalah tempat dimana perusahaan memperjual belikan produk jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Pengukuran kepuasan konsumen sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan. Setelah Perusahaan Otobus dapat menciptakan sistem pelayanan konsumen yang baik, maka tahap selanjutnya adalah perlunya diadakan sebuah pengukuran tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atas pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan tersebut.

Ukuran kepuasan biasanya dinilai dari:

- a) Kondisi eksterior bus
- b) Kondisi interior bus
- c) Kondisi ruang tunggu agen
- d) Kesiapan petugas dalam melayani konsumen
- e) Kecepatan pelayanan
- f) Keramahan sopir dan kernet
- g) Sikap petugas dalam melayani konsumen
- h) Penyelesaian pengaduan konsumen
- i) Memberikan layanan informasi
- j) Penampilan petugas
- k) Area parker

Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan, dengan memenuhi harapan konsumen akan berdampak dengan meningkatkannya kepuasan konsumen dan secara tidak langsung omzet perusahaan tersebut akan

semakin tinggi. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik (Philip Kotler, 1996) yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada konsumen akan memberikan kesempatan yang luas pada para konsumennya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, nomor pengaduan dan lain-lain. Informasi dari para konsumen ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang ada. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dirasakan atau dikeluhkan oleh para konsumennya dan segera memperbaiki. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran dari konsumen.

b. Survei kepuasan pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dalam mengadakan survei melalui wawancara secara langsung. Dengan dilakukan survei kepada konsumen oleh petugas agen, maka petugas akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan juga akan memberikan tanda bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumen.

c. *Gost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pembeli terhadap jasa dari perusahaan. Kemudian akan melaporkan teman-temannya mengenai kekuatan dan kelemahan. Selain itu juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik dari perusahaan yang bersangkutan maupun dari pesaingnya.

d. Analisa Konsumen yang hilang

Metode yang dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi Kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing.

Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahya konsumen ke perusahaan pesaing. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan konsumen jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya konsumen dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata konsumen, dan hasil yang diperoleh menjadi meningkat.

B. Harapan konsumen

Konsumen memang harus dipuaskan. Konsumen yang tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan akan menjadi konsumen perusahaan lain yang dapat memberikan kepuasan yang lebih baik. makin banyak konsumen yang beralih menjadi konsumen pesaing, dapat diramalkan bahwa hasil penjualan akan menurun.

Dalam perusahaan jasa, seperti halnya ada beberapa hal yang diharapkan oleh konsumen agar mereka terpuaskan sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh (Supranto, 2006) yaitu:

1. Keberadaan pelayanan

Keberadaan dalam hal pelayanan mengacu pada ketepatan waktu yang dilakukan oleh petugas baik dalam hal melayani penjualan tiket atau pengecekan konsumen di dalam bus. Keberadaan pelayanan maksudnya selalu tepat waktu.

2. Ketanggapan para petugas

Ketanggapan para petugas berarti kesigapan dan kecepatan petugas dalam menangani konsumen terutama konsumen yang mau complain.

3. Profesionalisme para petugas

Profesionalisme seorang petugas berarti pemahaman akan semua tugas dan tanggung jawab sehingga tidak kelihatan kebingungan ketika harus melayani konsumen karena petugas sudah tau apa yang harus dikerjakan dan apa saja yang tidak boleh dikerjakan.

7. Konsumen

Konsumen adalah orang yang menjadi pembeli suatu produk yang telah dibuat dan dipasarkan oleh sebuah perusahaan, dimana orang ini bukan hanya sekali membeli produk tersebut tetapi berulang kali.

Menurut Daryono dan Setyobudi (2014) konsumen adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus. Konsumen atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan

Definisi konsumen adalah setiap orang yang menuntut pemberian jasa untuk memenuhi suatu standar kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberi pengaruh pada performansi pemberi jasa tersebut. Dengan kata lain, konsumen adalah orang-orang atau pembeli yang tidak tergantung pada suatu produk, tetapi produk yang tergantung pada orang tersebut. Oleh karena konsumen ini pembeli atau pengguna suatu produk maka harus diberi keselamatan.

8. Jasa

Menurut Lupiyoadi dalam Zakaria (2017), jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

Sedangkan Kotler dan Keller (2016) jasa adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik.

9. Transportasi

Transportasi berasal dari Bahasa latin yaitu *transportare*, dimana trans berarti seberang atau sebelah lain dan portare berarti mengangkut atau membawa. Transportasi adalah pemindahan barang atau manusia dari tempat asal ketempat tujuan. Sedangkan menurut Kader (2018), pengertian transportasi adalah pemindahan dari suatu tempat ketempat lain dengan menggunakan alat pengangkutan, baik yang digerakkan oleh tenaga manusia atau mesin. Konsep

transportasi didasarkan pada adanya perjalanan (*trip*) antara asal (*origin*) dan tujuan (*destination*). Transportasi juga merupakan memindahkan manusia atau barang dari tempat asal ke tempat tujuannya dengan menggunakan alat yang dapat digerakkan oleh mesin.

Beberapa fungsi transportasi diantaranya sebagai berikut.

- a. Untuk memudahkan aktivitas manusia dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Untuk memperlancar arus barang maupun arus manusia.
- c. Untuk menunjang perkembangan pembangunan setiap daerah.
- d. Untuk menunjang perkembangan perekonomian dengan jasa angkutan.

Adapun manfaat dari transportasi adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat ekonomi, bertujuan memenuhi kebutuhan manusia dengan menciptakan manfaat karena transportasi merupakan salah satu jenis kegiatan yang menyangkut peningkatan kebutuhan manusia sehingga akan menimbulkan transaksi.
- b. Manfaat sosial, transportasi menyediakan berbagai kemudahan diantaranya:
 1. Pelayanan untuk perorangan atau kelompok
 2. Penyampaian atau pertukaran informasi
 3. Perjalanan untuk bersantai
 4. Memperlancar penduduk
- c. Manfaat kewilayahan, memenuhi kebutuhan penduduk di kota, desa, atau pedalaman.

10. Fasilitas

Penyedia perlengkapan perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melaksanakan aktivitasnya, sehingga kebutuhan pelayanan dapat terpenuhi selama berada di dalam bus. Segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, dan kebersihan harus diperhatikan terutama yang berkaitan dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Konsumen memang harus dipuaskan, sebab kalau tidak puas akan meninggalkan perusahaan otobus.

Fasilitas meliputi sebagai berikut:

a. Charger Ponsel



Gambar 1

Fasilitas pertama yang wajib ada didalam bus tentu saja charger ponsel. Fasilitas ini penting sekali untuk ditaruh di dalam bus sehingga konsumen bisa mengisi ulang daya baterai ponsel yang habis.

Fasilitas bus yang satu ini biasanya disediakan pada tempat yang berdekatan dengan tempat duduk konsumen. Dengan tersedianya charger, konsumen dapat menghubungi orang orang yang ingin mereka ajak untuk berkomunikasi dengan lancar tanpa terhalang oleh masalah daya baterai.

b. Air Conditioner



Gambar 2

Selanjutnya ada AC atau air conditioner. Pada masa sekarang fasilitas yang satu ini sudah menjadi suatu fasilitas yang wajib untuk ditaruh pada setiap kendaraan dan tempat yang digunakan untuk umum. Sebab AC mampu membuat kualitas udara yang dingin dan segar sehingga konsumen tidak kepanasan.

Namun tidak semua konsumen tahan dengan AC, beberapa diantara mereka mungkin memiliki daya tahan tubuh yang lemah dan tidak menerima udara dari AC.

c. Bagasi lebar



Gambar 3

Tidak hanya AC dan charger, namun bagasi juga menjadi salah satu fasilitas yang wajib dimiliki oleh setiap bus. Bagasi ini terletak pada bagian samping bawah bus dan umumnya bisa dibuka oleh petugas atau sopir bus yang sedang bertugas.

Fasilitas ini memiliki fungsi yang sangat penting yaitu untuk menyimpan barang-barang yang dimiliki oleh konsumen. Tentu saja barang-barang tersebut bisa terdiri atas berbagai macam hal dengan bentuk dan berat yang bervariasi, apabila bagasi yang dimiliki bus terdiri atas ukuran yang lebar maka kemungkinan besar barang-barang itu bisa dimuat pada bagasi yang sudah disediakan oleh pihak bus.

d. Kursi



Gambar 4

Bangku atau kursi menjadi hal pokok yang tidak biasa diabaikan dan harus dipenuhi oleh setiap pihak penyedia bus. Kursi yang nyaman dan dibuat dengan desain tertentu pasti akan membuat para konsumen merasa puas dan tidak keberatan untuk duduk di atasnya selama beberapa jam.

Apabila fasilitas bus ini tidak dipenuhi dengan baik, kemungkinan besar konsumen akan merasa jengkel dan tidak mau untuk menggunakan bus itu lagi. Karena hal itulah, kini bus telah berlomba-lomba untuk menciptakan kursi penumpang yang lebih modern dibandingkan dengan kualitas kursi yang sebelumnya sehingga konsumen bisa duduk dengan nyaman.

e. Wifi

Sekarang hampir mayoritas masyarakat merupakan pengguna internet. Bahkan ketika sedang berada dalam perjalanan Panjang pun, kita tetap membutuhkan keberadaan internet untuk melakukan berbagai macam hal agar tidak merasa bosan dalam perjalanan.

Untuk itu, wifi menjadi fasilitas yang paling sering diincar oleh para konsumen. Wifi yang disediakan juga harus mampu menghadirkan kualitas internet yang cepat dan tidak lemot, sehingga konsumen bisa memanfaatkan dengan baik.

f. Fasilitas Hiburan



Gambar 5

Agar penumpang tidak merasa bosan atau mengantuk, pihak bus biasanya telah menambahkan beberapa fasilitas hiburan tambahan. Beberapa fasilitas tersebut seperti televisi yang ada di dekat sopir, speaker yang mampu memutar musik dengan suara yang bagus. Fasilitas tersebut mampu menghilangkan rasa jenuh pada konsumen sehingga mereka bisa menikmati perjalanan tanpa merasa terbebani lagi. Konsumen bisa mencoba untuk request lagu atau video tertentu kepada pihak crew bus sehingga konsumen bisa memutar sesuai dengan keinginan penumpang.

g. Interior



Gambar 6

Bus tersebut harus memiliki interior yang keren dan tidak ketinggalan zaman. Interior yang terlalu jadul tentu membuat konsumen tidak tertarik untuk menaiki bus tersebut.

Sebaliknya, apabila fasilitas interior sangat modern, maka konsumen pasti akan tertarik untuk merasakan bagaimana sensasi duduk didalamnya.

B. Kajian Empiris

Table
Kajian Empiris

No	Nama	Persamaan	Perbedaan
1	Laily Nur Cholida, (2017), “Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Di Terminal Rajekwesi Bojonegoro”	Penelitian ini dilakukan menggunakan variabel fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.	Perbedaan dalam penelitian ini terdapat pada objeknya yaitu, peneliti terdahulu memilih objek pada terminal Rajekwesi Bojonegoro, sedangkan penelitian saat ini memilih objek Bus Rapid Transit di area oprasi bus kota Palangka Raya
2	Bedakwi Sidik, (2018), “Analisis Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PO. Delima Sri Gemilang (Studi Pada Bus Po. Sri Gemilang Cabang Ponorogo).	Penelitian ini sama sama bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel yang bersangkutan terhadap variabel	Terdapat sedikit perbedaan dalam memilih variabel penelitian, dalam

		kepuasan pelanggan.	penelitian terdahulu menggunakan variabel harga, dan kualitas pelayanan. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel fasilitas dan kualitas pelayanan
3	Lesta Riana Sinaga, (2020), “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri”	Dalam penelitian ini peneliti sama sama menggunakan data yang bersumber dari responden, yaitu dengan cara menyebar kuesioner kepada konsumen pengguna armada bus	Perbedaan dalam penelitian ini terdapat pada objeknya yaitu, peneliti terdahulu memilih objek pengguna jasa transportasi bus Damri, sedangkan penelitian saat ini memilih objek pengguna jasa transportasi Bus Rapid Transit di area

			oprasi bus kota Palangka Raya
--	--	--	----------------------------------

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian dan alasan penggunaannya

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini merupakan tipe penelitian yang menggambarkan atau menjabarkan mengenai suatu objek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya.

B. Tempat Penelitian

Untuk penelitian dengan judul Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna Jasa Transportasi PO Laju Prima dilakukan di Kantor cabang Kabupaten Bojonegoro. Pemilihan lokasi ini didasarkan kepada kepentingan peneliti, untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

C. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:148) menyatakan bahwa instrumen penelitian merupakan suatu cara yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial sedang dicermati. Pada penelitian ini instrumen penelitian utamanya yaitu peneliti sendiri. Tetapi berikutnya sesudah pokok penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan instrumen akan dikembangkan. Instrumen yang digunakan adalah wawancara secara langsung kepada konsumen PO Laju Prima.

Peneliti juga akan menggunakan beberapa alat bantu dalam pengumpulan data, salah satunya adalah pedoman wawancara. Pedoman wawancara digunakan sebagai acuan untuk mengarahkan pewawancara dalam memperoleh data yang dibutuhkan melalui wawancara. Selain itu peneliti juga menggunakan teknik observasi secara langsung serta dokumentasi terhadap objek yang diteliti sehingga peneliti mendapatkan hasil penelitian yang dibutuhkan.

D. Situasi Sosial dan Sampel Sumber Data

a. Situasi sosial

Situasi sosial dalam kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tempat : Terminal Bojonegoro, Jl Veteran, Jambean Kecamatan Bojonegoro Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur.
2. Pelaku : Ibu Yuliatiningsih sebagai petugas Agen, Bapak Heri sebagai Sopir, Bapak Subur sebagai Sopir, Mas Kholiq sebagai Sopir, Bapak Kayat sebagai Konsumen, Mas Kabul sebagai Konsumen, Bapak Sidiq sebagai Konsumen.
3. Aktivitas : Pelayanan jasa Transportasi PO Laju Prima Kepada Konsumen

b. Sampel Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Data primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini adalah para petugas sopir dan konsumen yang menggunakan Transportasi PO Laju Prima.

2. Data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari buku-buku serta dokumen perusahaan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif analisis, karena penelitian ini berkaitan dengan pendapat individu akan kinerja pegawai PO Laju Prima, dimana pengambilan data dilakukan secara observasi langsung dengan konsumen yang menggunakan jasa transportasi PO Laju Prima

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara terstruktur

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara,

pengumpul data menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini pula, pengumpul data mencatatnya. Dengan wawancara terstruktur ini pula, pengumpulan data dapat menggunakan beberapa pewawancara sebagai pengumpul data, supaya setiap pewawancara mempunyai ketrampilan yang sama, maka diperlukan training kepada calon pewawancara. Dalam melakukan wawancara, selain harus membawa instrumen sebagai pedoman untuk wawancara berisi pernyataan mengenai kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, maka pengumpul data juga dapat menggunakan alat bantu seperti tape recorder, gambar, brosur dan materila lain yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar.

Dalam wawancara sudah disiapkan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dibuat. Wawancara dilakukan kepada petugas agent, sopir, dan konsumen PO Laju Prima.

2. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati setiap kejadian yang sedang berlangsung dan mencatatnya dengan alat observasi tentang hal-hal yang akan diamati atau teliti (Ahyar Gunawan, 2021). Dalam hal ini observasi digunakan untuk mengumpulkan data tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi PO Laju Prima dengan menggunakan lembar observasi terstruktur, dimana peneliti terlebih dahulu menentukan kriteria yang diamati.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi dimaksudkan untuk melengkapi data dari observasi partisipan dan wawancara, yang berhubungan dengan focus penelitian. Didalam pelaksanaan metode dokumentasi ini mahasiswa menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, laporan kegiatan, foto-foto dan sebagainya.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif analitik, yaitu mendeskripsikan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Data yang berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, dokuman,

dan sebagainya, kemudian dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan terhadap kenyataan atau realitas. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan.

Analisis data versi Miles dan Huberman, bahwa ada tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi.

1. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data, dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, menulis memo, dan lain sebagainya, dengan maksud menyisihkan data atau informasi yang tidak relevan, kemudian data tersebut diverifikasi.
2. Penyajian data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, dengan tujuan dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah dipahami.
3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan kegiatan akhir penelitian kualitatif. Peneliti harus sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi, baik dari segi makna maupun kebenaran kesimpulan yang disepakati oleh tempat penelitian itu dilaksanakan. Makna yang dirumuskan peneliti dari data harus diuji kebenaran, kecocokan, dan kekokohnya. Peneliti harus menyadari bahwa dalam mencari makna, ia harus menggunakan pendekatan emik, yaitu dari kacamata key information, dan bukan penafsiran makna menurut pandangan peneliti (pandangan etik).

G. Pengujian Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini adalah dengan cara triangulasi data. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan Teknik yang berbeda.

3. Triangulasi Waktu

Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang valid sehingga lebih kredibel.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, M.I, 2022, *Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Transportasi Bus Dampri Trayek Palembang Sekayu.*
- Donni, J.P, 2017. *Perencanaan dan Pembangunan SDM*, Alfabeta, Bandung.
- Fitri A.M, 2020, *Analisis Kepuasan konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Driver Ojek Online (gojek) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.*
- Kader, W. 2018, *Kualitas Pelayanan Transportasi Grab di Kota Makasar*
- Kamsir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler, & Amstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian.*
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip, 1996, “ *Manajemen Pemasaran : Marketing Management 9e*” , Jakarta, PT. Prenhallindo.
- Makruf, A. 2020, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi PT Gojek Makasar.*
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Mitra Wacana Media.
- Mustaqim Nizham, 2021, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online di Banda Aceh.*
- Nasution, M.N, 2004, *Manajemen Jasa Terpadu : Total Service Manajemen Bpgor Galia Indonesia.*

- Nurjanah, 2018, *Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Angkutan Umum Perspektif Etika Bisnis Islam*.
- Philips, Kotler (2005), *Manajemen. Edisi Ke 11 Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia*.
- R Halim- Al, 2021, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di kota Samarinda*.
- Septiandy Arlin, 2019, *Analisa Tingkat Kepuasan Penumpang antara Bus Dampri dengan Bus Umum Sinar Rizki (Rute Mataram Sumbawa)*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Bisnis. Bandung : CV . Alfabeta*.
- Tjiptono, Fandi, (2001), *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen, Yogyakarta : BPFE*.
- Tjiptono, Fandi, (2007). *Strategi pemasaran, Edisi pertama, Andi Offset, Yogyakarta*.
- Tjiptono, Fandy (2011), *Service Manajemen Layanan Prima, Edisi 2, Yogyakarta. Andi*.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3. Jakarta : Andi*.
- Vargo & lusch dalam Tjiptono (2011), *“service is an interactive process of doing something for someone*.
- Yamit, (2010), *Manajemen Kualias Produk & Jasa, Yogyakarta : Ekonisia*.

LAMPIRAN WAWANCARA

Lampiran 1

Informan 1



Gambar 8

Wawancara dengan petugas agen Ibu Yuliatiningsih

Peneliti : Pelayanan seperti apa yang diberikan petugas untuk konsumen yang ingin berpergian menggunakan PO Laju Prima?

Ibu Yuliatiningsih : Memberikan kualitas pelayanan yang ramah, memberikan sapaan ramah, serta selalu memberikan informasi setiap pemberangkatan supaya konsumen tidak salah ketika mau melakukan perjalanan

- Peneliti : Apakah penampilan mempengaruhi kualitas?
- Ibu Yuliatiningsih : Penampilan sangat berpengaruh besar dalam proses pelayanan karena penampilan merupakan salah satu unsur yang mendukung untuk memberikan pelayanan, sikap, dan penampilan petugas merupakan kesan pertama bagi konsumen yang datang. Jika penampilan petugas tidak menarik, maka konsumen juga tidak akan tertarik dengan kualitas pelayanan tersebut.
- Peneliti : Apakah petugas dapat menggunakan alat bantu sebagai proses pelayanan ?
- Ibu Yuliatiningsih : Tidak semua petugas bisa mengoperasikan komputer hanya ada beberapa petugas yang bisa mengoperasikan.
- Peneliti : Apakah kenyamanan tempat juga mempengaruhi proses pelayanan terhadap kepuasan konsumen?
- Ibu Yuliatiningsih : Kenyamanan tempat juga sangat mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen karena jika konsumen datang dengan suasana tidak nyaman, maka konsumen pun menjadi tidak nyaman.
- Peneliti : Apakah penumpang rute Bojonegoro-Merak diharuskan membeli tiket di agen resmi?
- Ibu Yuliatiningsih : Ya, untuk rute tersebut diharuskan membeli tiket di agen resmi dikarenakan rute tersebut sangat banyak peminatnya di bandingkan dengan rute yang lain”
- Peneliti : Apa perbedaan antara pembelian tiket rute Bojonegoro-Merak dengan rute Bojonegoro-Bogor?
- Ibu Yuliatiningsih : Ada beberapa perbedaan dengan rute tersebut, kalo rute Bojonegoro-Merak itu menggunakan bus body SHD dengan

fasilitas kelas executive konfigurasi seat 2-2 legrest dilengkapi dengan bantal, selimut, dan snack. Sedangkan untuk rute Bojonegoro-Bogor menggunakan bus body HDD dengan fasilitas kelas vip seat 2-2 non legrest dilengkapi dengan bantal saja tidak ada snack untuk bus kelas vip.

Peneliti : Apa yang menjadi perbedaan untuk bus rute Bojonegoro Bogor kelas vip dengan peminat sedikit atau bahkan tidak ada sama sekali?

Ibu Yuliatiningsih : Ada beberapa faktor, misalnya seperti sopir dan kernet rute tersebut tidak sabar dalam menunggu, suka membentak konsumen dan ugal ugalan sehingga konsumen menjadi takut dan lebih memilih ikut bus lain.

Lampiran 2

Informan 2



Gambar 9

Wawancara dengan sopir Bapak Heri

- Peneliti : Bagaimana cara bapak sopir dalam menjaga kepuasan konsumen yang menggunakan jasa bus PO Laju Prima?
- Bapak Heri : Memberikan fasilitas dan pelayanan yang sopan dan ramah sehingga konsumen merasa puas.
- Peneliti : Sudah berapa lama bekerja di PO Laju Prima?
- Bapak Heri : Sudah 7 tahun semenjak merintis di jalur purwodadi.
- Peneliti : Pada hari apa saja konsumen ramai memakai PO Laju Prima?
- Bapak Heri : Hampir setiap hari ramai.
- Peneliti : Apa keunggulan PO Laju Prima dibandingkan dengan angkutan umum lainnya?
- Bapak Heri : Kalau menurut saya karena tarif, rata-rata konsumen yang naik PO Laju Prima kebanyakan kuli bangunan.
- Peneliti : Apakah Po Laju Prima memiliki standart pelayanan yang jelas ?
- Bapak Heri : Petugas ini perpegang teguh dengan prinsip bila ada kerusakan yang dialami konsumen dan tidak memerlukan banyak waktu akan segera diperbaiki. Bila memerlukan waktu lama, kami akan membuat konsumen tetap puas dengan pelayanan kami.
- Peneliti : bagaimana kecermatan bapak sopir dalam melayani proses pelayanan?
- Bapak Heri : Selama ini dalam melakukan proses pelayanan, sopir selalu berpedoman pada peraturan yang dibuat oleh perusahaan, sehingga jarang terjadi kesalahan yang dilakukan sopir.
- Peneliti : Apakah selama ini pernah ada kasus terkait dengan pelayanan sopir yang tidak memuaskan untuk konsumen?
- Bapak Heri : Pernah ada, tidak adanya pemberitahuan untuk tujuan tersebut tidak bisa

di lalui karena efek kemacetan dan hanya diturunkan di pinggir jalan tol.

Lampiran 3

Informan 3



Gambar 10

Wawancara dengan sopir Bapak Subur

Peneliti : Bagaimana cara bapak sopir dalam menjaga kepuasan konsumen yang menggunakan jasa bus PO Laju Prima?

Bapak Subur : Memberikan fasilitas dan pelayanan yang sopan dan ramah sehingga konsumen merasa puas.

Peneliti : Sudah berapa lama bekerja di PO Laju Prima?

Bapak Subur : Sudah 5 tahun.

Peneliti : Pada hari apa saja konsumen ramai memakai PO Laju Prima?

Bapak Subur : Hampir setiap hari ramai.

Peneliti : Apa keunggulan PO Laju Prima dibandingkan dengan angkutan umum lainnya?

Bapak Subur : Kalau menurut saya karena tarif dan fasilitas.

Peneliti : Apakah Po Laju Prima memiliki standart pelayanan yang jelas ?

Bapak Subur : Petugas ini perpegang teguh dengan prinsip bila ada kerusakan yang dialami konsumen dan tidak memerlukan banyak waktu akan segera diperbaiki. Bila memerlukan waktu lama, kami akan membuat konsumen tetap puas dengan pelayanan kami.

Peneliti : bagaimana kecermatan bapak sopir dalam melayani proses pelayanan?

Bapak Subur : Selama ini dalam melakukan proses pelayanan, sopir selalu berpedoman pada peraturan yang dibuat oleh perusahaan, sehingga jarang terjadi kesalahan yang dilakukan sopir.

Peneliti : Apakah selama ini pernah ada kasus terkait dengan pelayanan sopir yang tidak memuaskan untuk konsumen?

Bapak Subur : Pernah ada, tidak adanya pemberitahuan untuk tujuan tersebut tidak bisa
di lalui karena efek kemacetan dan hanya diturunkan di pinggir jalan tol.

Peneliti : Apakah ada syarat khusus jika ingin menjadi sopir PO Laju Prima?

Bapak Subur : Tentu yang pertama harus bisa nyetir dan mempunyai sim.

Peneliti : Bagaimana anda memberi pelayanan terhadap konsumen?

Bapak Subur : Ya melayaninya dengan cara tidak mengemudi dengan ugal-ugalan atau mengajak ngobrol konsumen dan memberikan ruang ketika konsumen mau merokok.

Lampiran 4

Informan 4



Gambar 11

Wawancara dengan Sopir Mas Kholiq

Peneliti : Bagaimana cara bapak sopir dalam menjaga kepuasan konsumen yang menggunakan jasa bus PO Laju Prima?

Mas Kholiq : Memberikan fasilitas dan pelayanan yang sopan dan ramah sehingga konsumen merasa puas.

Peneliti : Sudah berapa lama bekerja di PO Laju Prima?

Mas Kholiq : Sudah 3 tahun.

Peneliti : Pada hari apa saja konsumen ramai memakai PO Laju Prima?

- Mas Kholiq : Hampir setiap hari ramai.
- Peneliti : Apa keunggulan PO Laju Prima dibandingkan dengan angkutan umum lainnya?
- Mas Kholiq : Kalau menurut saya karena tarif dan fasilitas.
- Peneliti : Apakah Po Laju Prima memiliki standart pelayanan yang jelas ?
- Mas Kholiq : Petugas ini perpegang teguh dengan prinsip bila ada kerusakan yang dialami konsumen dan tidak memerlukan banyak waktu akan segera diperbaiki. Bila memerlukan waktu lama, kami akan membuat konsumen tetap puas dengan pelayanan kami.
- Peneliti : bagaimana kecermatan bapak sopir dalam melayani proses pelayanan?
- Mas Kholiq : Selama ini dalam melakukan proses pelayanan, sopir selalu berpedoman pada peraturan yang dibuat oleh perusahaan, sehingga jarang terjadi kesalahan yang dilakukan sopir.
- Peneliti : Apakah selama ini pernah ada kasus terkait dengan pelayanan sopir yang tidak memuaskan untuk konsumen?
- Mas Kholiq : Pernah ada, tidak adanya pemberitahuan untuk tujuan tersebut tidak bisa
di lalui karena efek kemacetan dan hanya diturunkan di pinggir jalan tol.
- Peneliti : Apakah ada syarat khusus jika ingin menjadi sopir PO Laju Prima?
- Mas Kholiq : Tentu yang pertama harus bisa nyetir dan mempunyai sim.
- Peneliti : Bagaimana anda memberi pelayanan terhadap konsumen?
- Mas Kholiq : Ya melayaninya dengan cara tidak mengemudi dengan ugal-ugalan atau mengajak ngobrol konsumen.

Lampiran 5

Informan 5



Gambar 12

Wawancara dengan konsumen Bapak Kayat

Peneliti : Apakah itu pelayanan?

- Bapak Kayat : Pelayanan adalah segala usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan orang lain.
- Peneliti : Apakah Bapak sudah merasa puas, jika merasa puas kenapa, jika tidak puas kenapa?
- Bapak Kayat : Selama ini saya merasa puas akan pelayanan yang diberikan petugas, akan tetapi masih ada aspek yang perlu diperbaiki yaitu dalam menyampaikan penjelasan terhadap konsumen, yang dibutuhkan konsumen itu adalah penjelasan harus tepat dan detail supaya kita mengetahui secara pasti.
- Peneliti : Apakah petugas mendahulukan kepentingan konsumen ?
- Bapak Kayat : Saya rasa itu tergantung kepentingannya, petugas pasti akan melihat kepentingannya. Jika ada telepon yang tidak penting maka bisa ditunda dulu untuk mengangkat telepon karena sedang melayani.
- Peneliti : Apakah petugas memberikan kemudahan dalam melayani konsumen untuk memesan tiket?
- Bapak Kayat : Petugas sudah memberikan kemudahan terhadap konsumen yang menggunakan jasa transportasi PO Laju Prima.
- Peneliti : Bagaimana respon yang diberikan oleh Bapak ketika petugas agen dalam memberikan proses pelayanan?
- Bapak Kayat : Respon saya terhadap petugas agen tentu agak berbeda. Kenapa, karena petugas tersebut dalam menyampaikan penjelasan ada yang mudah dimengerti dan ada juga yang kurang dimengerti meskipun dari penjelasan tersebut tujuan dan fungsinya sama.
- Peneliti : Apakah kedisiplinan petugas penting dalam melakukan proses pelayanan?

- Bapak Kayat : Secara umum kedisiplinan penting apalagi disiplin waktu. Kita sudah sama-sama saling mengingatkan supaya tidak terjadi keterlambatan, dan jika ada salah satu petugas yang terlambat maka akan di kenakan sanksi sesuai dengan peraturan perusahaan.
- Peneliti : Apakah Bapak menyimpan sebuah rasa atau apa ketika membeli tiket di agen tersebut?
- Bapak Kayat : Tentulah tidak, sebab konsumen juga memfilter dan menyaring kembali serta meluruskan dari pihak petugas itu sendiri.
- Peneliti : Kira-kira apa yang menjadi alasan Bapak lebih memilih PO Laju Prima ketimbang PO lain yang notabenenya juga sama dengan fasilitas yang serupa?
- Bapak Kayat : Saya memilih PO Laju Prima karena pelayanan yang diberikan cukup baik dibandingkan dengan PO sebelah, dan petugas yang ramah-ramah dan sopan.
- Peneliti : Apa Petugas melakukan pelayanan dengan cepat terhadap konsumen ?
- Bapak Kayat : petugas selalu melayani dengan cepat sehingga saya tidak perlu nunggu lama dalam proses pembayaran.
- Peneliti : Apakah petugas melayani dan menghargai setiap konsumen?
- Bapak Kayat : Petugas ini sudah melayani dan menghargai saya, karena setiap ada keluhan yang saya laporkan pasti cepat penanganannya dan menghargai saya dalam berbicara.
- Peneliti : Apakah petugas melayani dengan ramah dan sopan santun?
- Bapak Kayat : petugas disini ramah, karena yang menjadi petugas itu satu kampung jadi sudah ramah dan santun juga.

Lampiran 6

Informan 6



Gambar 13

Wawancara dengan konsumen Mas Kabul

- Peneliti : Apakah itu pelayanan?
- Mas Kabul : Pelayanan adalah segala usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan orang lain.
- Peneliti : Apakah Bapak sudah merasa puas, jika merasa puas kenapa, jika tidak puas kenapa?
- Mas Kabul : Selama ini saya merasa puas akan pelayanan yang diberikan petugas, akan tetapi masih ada aspek yang perlu diperbaiki yaitu dalam menyampaikan penjelasan terhadap konsumen, yang dibutuhkan konsumen itu adalah penjelasan harus tepat dan detail supaya kita mengetahui secara pasti.
- Peneliti : Apakah petugas mendahulukan kepentingan konsumen ?
- Mas Kabul : Saya rasa itu tergantung kepentingannya, petugas pasti akan melihat kepentingannya. Jika ada telepon yang tidak penting

maka bisa ditunda dulu untuk mengangkat telepon karena sedang melayani.

Peneliti : Apakah petugas memberikan kemudahan dalam melayani konsumen untuk memesan tiket?

Mas Kabul : Petugas sudah memberikan kemudahan terhadap konsumen yang menggunakan jasa transportasi PO Laju Prima.

Peneliti : Bagaimana respon yang diberikan oleh Bapak ketika petugas agen dalam memberikan proses pelayanan?

Mas Kabul : Respon saya terhadap petugas agen tentu agak berbeda. Kenapa, karena petugas tersebut dalam menyampaikan penjelasan ada yang mudah dimengerti dan ada juga yang kurang dimengerti meskipun dari penjelasan tersebut tujuan dan fungsinya sama.

Peneliti : Apakah kedisiplinan petugas penting dalam melakukan proses pelayanan?

Mas Kabul : Secara umum kedisiplinan penting apalagi disiplin waktu. Kita sudah sama-sama saling mengingatkan supaya tidak terjadi keterlambatan, dan jika ada salah satu petugas yang terlambat maka akan di kenakan sanksi sesuai dengan peraturan perusahaan.

Peneliti : Apakah Bapak menyimpan sebuah rasa atau apa ketika membeli tiket di agen tersebut?

Mas Kabul : Tentulah tidak, sebab konsumen juga memfilter dan menyaring kembali serta meluruskan dari pihak petugas itu sendiri.

Peneliti : Kira-kira apa yang menjadi alasan Bapak lebih memilih PO Laju Prima ketimbang PO lain yang notabene juga sama dengan fasilitas yang serupa?

- Mas Kabul : Saya memilih PO Laju Prima karena pelayanan yang diberikan cukup baik dibandingkan dengan PO sebelah, dan petugas yang ramah-ramah dan sopan.
- Peneliti : Apa Petugas melakukan pelayanan dengan cepat terhadap konsumen ?
- Mas Kabul : petugas selalu melayani dengan cepat sehingga saya tidak perlu nunggu lama dalam proses pembayaran.
- Peneliti : Apakah petugas melayani dan menghargai setiap konsumen?
- Mas Kabul : Petugas ini sudah melayani dan menghargai saya, karena setiap ada keluhan yang saya laporkan pasti cepat penanganannya dan menghargai saya dalam berbicara.
- Peneliti : Apakah petugas melayani dengan ramah dan sopan santun?
- Mas Kabul : petugas disini ramah, karena yang menjadi petugas itu satu kampung jadi sudah ramah dan santun juga

Lampiran 7

Informan 7



Gambar 14

Wawancara dengan konsumen Bapak Sidiq

Peneliti : Apakah itu pelayanan?

Bapak Sidiq : Pelayanan adalah segala usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk memenuhi kebutuhan orang lain.

- Peneliti : Apakah Bapak sudah merasa puas, jika merasa puas kenapa, jika tidak puas kenapa?
- Bapak Sidiq : Selama ini saya merasa puas akan pelayanan yang diberikan petugas, akan tetapi masih ada aspek yang perlu diperbaiki yaitu dalam menyampaikan penjelasan terhadap konsumen, yang dibutuhkan konsumen itu adalah penjelasan harus tepat dan detail supaya kita mengetahui secara pasti.
- Peneliti : Apakah petugas mendahulukan kepentingan konsumen ?
- Bapak Sidiq : Saya rasa itu tergantung kepentingannya, petugas pasti akan melihat kepentingannya. Jika ada telepon yang tidak penting maka bisa ditunda dulu untuk mengangkat telepon karena sedang melayani.
- Peneliti : Apakah petugas memberikan kemudahan dalam melayani konsumen untuk memesan tiket?
- Bapak Sidiq : Petugas sudah memberikan kemudahan terhadap konsumen yang menggunakan jasa transportasi PO Laju Prima.
- Peneliti : Bagaimana respon yang diberikan oleh Bapak ketika petugas agen dalam memberikan proses pelayanan?
- Bapak Sidiq : Respon saya terhadap petugas agen tentu berbeda. Kenapa, karena petugas tersebut dalam menyampaikan penjelasan ada yang mudah dimengerti dan ada juga yang kurang dimengerti meskipun dari penjelasan tersebut tujuan dan fungsinya sama.
- Peneliti : Apakah kedisiplinan petugas penting dalam melakukan proses pelayanan?
- Bapak Sidiq : Secara umum kedisiplinan penting apalagi disiplin waktu. Kita sudah sama-sama saling mengingatkan supaya tidak terjadi keterlambatan, dan jika ada salah satu petugas yang terlambat

maka akan di kenakan sanksi sesuai dengan peraturan perusahaan.

Peneliti : Apakah Bapak menyimpan sebuah rasa atau apa ketika membeli tiket di agen tersebut?

Bapak Sidiq : Tentulah tidak.

Peneliti : Kira-kira apa yang menjadi alasan Bapak lebih memilih PO Laju Prima ketimbang PO lain yang notabenenya juga sama dengan fasilitas yang serupa?

Bapak Sidiq : Saya memilih PO Laju Prima karena pelayanan yang diberikan cukup baik dibandingkan dengan PO sebelah, dan petugas yang ramah-ramah dan sopan.

Peneliti : Apa Petugas melakukan pelayanan dengan cepat terhadap konsumen ?

Bapak Sidiq : petugas selalu melayani dengan cepat sehingga saya tidak perlu nunggu lama.

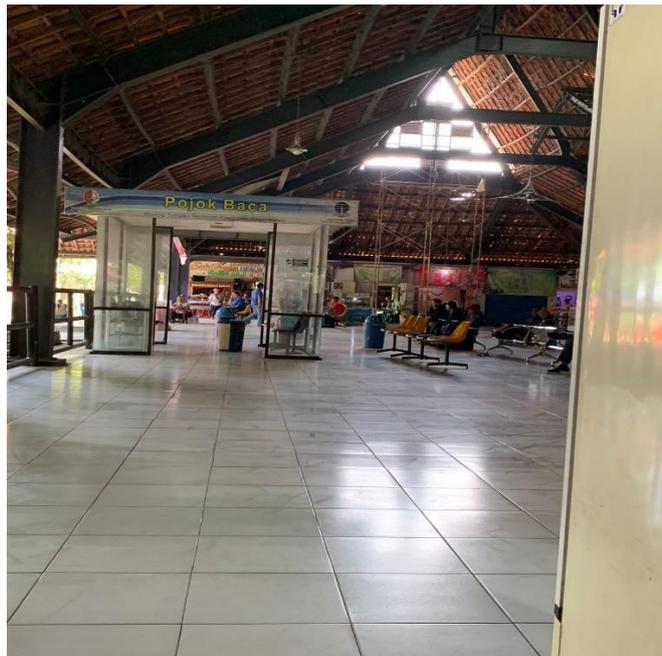
Peneliti : Apakah petugas melayani dan menghargai setiap konsumen?

Bapak Sidiq : Petugas ini sudah melayani dan menghargai saya, karena setiap ada keluhan yang saya laporkan pasti cepat penanganannya.

Peneliti : Apakah petugas melayani dengan ramah dan sopan santun?

Bapak Sidiq : petugas disini ramah dan juga sopan terhadap konsumen.

Lampiran 8 Dokumentasi



Dokumentasi Ruang Tunggu Terminal Bojonegoro



Agen PO Laju Prima Bojonegoro









Armada PO Laju Prima



PO LAJU PRIMA

Jl. Veteran, Terminal bus No 1, Bojonegoro

Website: <http://lajuprima.com>

Telp: (0296)423431

SURAT KETERANGAN

No : 812 / 012 / Π / 211.412 / 2023

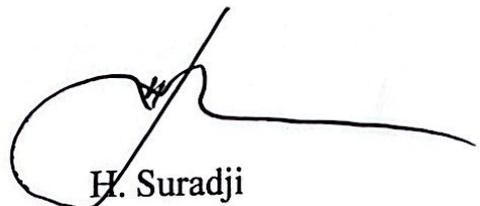
Yang bertanda tangan dibawah ini, Kepala kantor cabang PO Laju Prima Bojonegoro menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Dwi Prasetyo
NIM : 19010070
Jurusan : Manajemen
Instansi : STIE Cendekia Bojonegoro

Yang tersebut di atas benar-benar telah melakukan penelitian guna penyusunan skripsi mulai tanggal 25 Mei – 10 Juni dengan judul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI PO LAJU PRIMA”.

Demikian surat keterangan ini disampaikan, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bojonegoro, 10 Juni 2023



H. Suradji