

**SKRIPSI**  
**ANALISA TINGKAT KEPUASAN PENUMPANG**  
**ANGKUTAN KAPAL LAUT JURUSAN**  
**LEMBAR-SURABAYA**



Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna  
Mencapai Derajat Sarjana S-1

Diajukan Oleh :

**MUHAMAD SHOALIHIN**

**NIM :41411A0093**

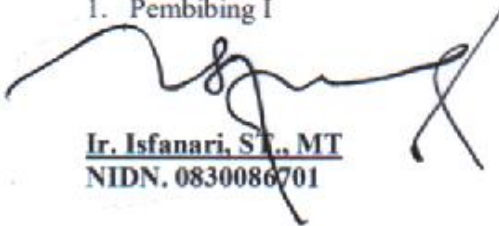
**PROGRAM STUDI TEKNIK SIPIL**  
**FAKULTAS TEKNIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**  
**2019**

**“ANALISAH TINGKAT KEPUASAN PENUMPANG KAPAL LAUT  
JURUSAN LEMBAR - SURABAYA  
(Studi Kasus di PT.ASDP Pelabuhan Lembar)”**



Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing :

1. Pembimbing I



**Ir. Isfanari, ST., MT**  
NIDN. 0830086701

Tanggal : 05 Maret 2019

2. Pembimbing II



**Aulia Muttaqin, ST., M.Eng**  
NIDN. 0802068401

Tanggal : 05 Februari 2019

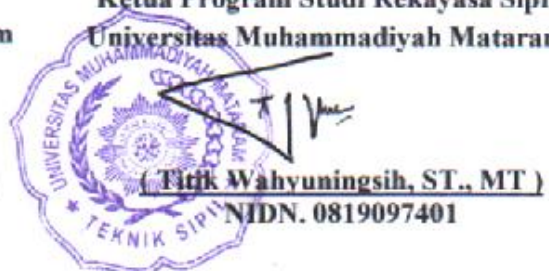
Mengetahui :

**Dekan Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Mataram**



**Ir. Isfanari, ST., MT**  
NIDN. 0830086701

**Ketua Program Studi Rekayasa Sipil  
Universitas Muhammadiyah Mataram**



**Titik Wahyuningsih, ST., MT**  
NIDN. 0819097401

**“ANALISAH TINGKAT KEPUASAN PENUMPANG KAPAL LAUT  
JURUSAN LEMBAR - SURABAYA  
(Studi Kasus di PT.ASDP Pelabuhan Lembar)”**

Yang Dipersiapkan Dan Disusun Oleh :

**Nama : MUHAMAD SHOALIHIN  
NIM : 41411A0093**




Telah dipertahankan di depan tim penguji  
Pada tanggal : 06 Maret 2019  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan tim penguji :

Susunan Tim Penguji

1. Aulia Muttaqin, ST., M.Eng
2. Dr. Eng. Hariyadi, ST., M.Sc
3. Ainun Hayatu Rabinah, ST., M.Eng

Tanda Tangan

.....(Ketua)  
.....(Anggota 1)  
.....(Anggota 2)

Mengetahui :

**Dekan Fakultas Teknik  
Universitas Muhammadiyah Mataram**

  
**(Jp. Isfanari, ST., MT)**  
NIDN. 0830086701

**Ketua Program Studi Rekayasa Sipil  
Universitas Muhammadiyah Mataram**

  
**(Titik Wahyuningsih, ST., MT)**  
NIDN. 0819097401

## ABSTRAK

Dalam kondisi persaingan, hal utama yang perlu diprioritaskan oleh PT.ASDP pelabuhan Lembar Jurusan Lembar - Surabaya adalah Kepuasan Pelanggan/Penumpang agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar, salah satunya yaitu dari kualitas pelayanan yang diberikan sehingga akan tercipta kepuasan terhadap pelanggan/penumpang angkutan penyebrangan Kapal Laut Jurusan sLembar-Surabaya. Terdapat 5 dimensi yang digunakan dalam menilai kualitas pelayanan jasa untuk mencapai kepuasan penumpang, yaitu *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), *tangibles* (bukti fisik). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana tingkat kepuasan penumpang berdasarkan faktor/atribut 5 dimensi (*reliability, assurance, tangibles, empathy, responsiveness*) terhadap kualitas pelayanan (*service quality*) bila ditinjau dari kesenjangan (*GAP*) dan kesesuaian antara tingkat kinerja/pelaksanaan dan tingkat kepentingan/harapan.

Sesuai dengan rumus slovin, Penelitian ini dilakukan dengan cara survey untuk memperoleh data, menyebarkan kuesioner kepada 100 responden/penumpang angkutan penyebrangan Kapal Laut Jurusan Lembar-Surabaya. Untuk mengetahui kuesioner sudah valid dan handal maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas pada Skripsi/Tugas Akhir ini menggunakan bantuan Program Microsoft Excel 2010 dan Program SPSS Versi 16 (*Statistik Product and Service Solution*). Pengolahan data selanjutnya yaitu dengan menggunakan metode *Importance and Performance Anlysis(IPA)* dan *Service quality (SERVQUAL)* yang kemudian akan dimasukkan kedalam *importance and performance matrix* dibahas berdasarkan kuadran masing-masing.

Dari hasil analisa tingkat kepuasan penumpang Berdasarkan lima (5) dimensi yaitu: *tangible* (bukti flsik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Tingkat kepuasan secara keseluruhan berada dikisaran = (2.80 - 3.60), rata-rata nilai dari tingkat kineRja = (3.43). Dinyatakan cukupmemuaskan. ditinjau dari kesenjangan (*GAP*) dan kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingannya, tingkat kesesuaian ada 2 atribut pertanyaan mencapai lebih dari 100% dengan nilai kesenjangan (*GAP*) positif (+) dan ada 19 atribut dengan tingkat kesesuaian yang hampir mencapai 100% dengan nilai kesenjangan (*GAP*) negatif (-), Artinya tingkat kinerja kualitas pelayanan untuk ke-19 atribut ini belum memuaskan secara pelaksanaan, tetapi sudah sesuai dengan harapan/kepentingan penumpang/pelanggan

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Penumpang, *Validitas*, Reliabilitas, *Importance And Performance Analysis (IPA)*, *Service quality (SERVQUAL)*.



## ABSTRACT

In the condition of competition, the main thing that needs to be prioritized by PT. ASDP port of the Department of Sheet - Surabaya is the Customer / Passenger Satisfaction in order to survive, compete and dominate the market share, one of which is the quality of services provided so that customer satisfaction will be created / created ship crossing transportation Department of Surabaya-Surabaya. There are 5 dimensions used in assessing the quality of services to achieve passenger satisfaction, namely reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), assurance (assurance), empathy (empathy), tangibles (physical evidence). This study aims to determine and analyze how the level of passenger satisfaction based on factors / attributes of 5 dimensions (reliability, assurance, responsibility, empathy, responsiveness) to service quality when viewed from the gap (GAP) and the suitability between the level of performance / implementation and level of importance / expectation.

In accordance with the Slovin formula, this research was carried out by means of a survey to obtain data, distributing questionnaires to 100 respondents / passengers transporting ships on the Sheet-Surabaya ship. To find out the questionnaire is valid and reliable, the validity and reliability tests are performed. Test the validity and reliability of this Thesis / Final Project using the help of Microsoft Excel 2010 Program and SPSS Version 16 (Product and Service Solution Statistics). The next data processing is by using the Importance and Performance Analysis (IPA) and Service quality (SERVQUAL) methods which will then be included in the importance and performance matrix discussed according to each quadrant.

From the results of the analysis of passenger satisfaction levels based on five (5) dimensions, namely: tangible (physical evidence), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), assurance (assurance), empathy (empathy). The overall level of satisfaction is in the range = (2.80 - 3.60), the average value of the performance level = (3.43). Stated quite satisfying. in terms of the gap (GAP) and the suitability between the level of performance with the level of importance, the level of conformity there are 2 attribute questions reaching more than 100% with a positive gap value (GAP) (+) and there are 19 attributes with a level of conformity that almost reaches 100% with the value of the gap (GAP) negative (-), meaning that the level of service quality performance for the 19 attributes has not been satisfactory in implementation, but it is in line with the expectations / interests of passengers / customers

**Keywords:** Service Quality, Passenger Satisfaction, *Validity, Reliability, Importance And Performance Analysis (IPA), Service quality (SERVQUAL).*

a

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi dengan judul:

### **ANALISA TINGKAT KEPUASAN PENUMPANG KAPAL LAUT JURUSAN LEMBAR - SURABAYA**

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiasi dari karya orang lain. Ide data hasil penelitian maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam Tugas Akhir/Skripsi ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila terbukti dikemudian hari bahwa Tugas Akhir/Skripsi ini merupakan hasil plagiasi, maka ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat tanpa tekanan dari pihak manapun dan dengan kesadaran penuh terhadap tanggung jawab dan konsekuensi.

Mataram, Februari 2019

Yang membuat pernyataan,  
  
**MUHAMAD SHOALIHIN**  
NIM :41411A0093

## RIWAYAT HIDUP



Penulis Lahir di Pulau Flores Kelurahan Golo Sembea Kec. Mbeliling Kab.Manggarai Barat pada tanggal 8 agustus 1994, anak kelima dari 5 bersaudara keluarga Achmad Zainudin dan ibu Siti Maniaga pendidikan Sekolah Dasar selesai pada tahun 2008 di SDI Inpres Tondong Raja, Sekolah Lanjut Tingkat pertama (SLTP) selesai pada tahun 2011 di SMP Negeri I Mbeliling dan Sekolah Lanjut Tingkat Atas (SLTA) selesai pada tahun 2014 di MA Negeri I Kota Bima.

Pada tahun 2014 penulis mendaftarkan diri di Universitas Muhammadiyah Mataram dengan Jurusan Program Studi Teknik Sipil di Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Mataram. Sampai saat ini penulis masih terdaftar sebagai Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram.

Mataram, Februari 2019

Penulis,

## **MOTTO**

*Ilmu Dan Keteladanan...*

*Andai Kau Punya Lembah Intan Permata Untuk Kau Wariskan Untuk Anak  
Cucumu, Yakinlah Hatimu Tetap Kan Gundah,  
Hingga Kau Tinggalkan Untuk Mereka Ilmu Dan Keteladanan*

*Permata Yang Indah...*

*Permata Bukanlah Kaca Harganya pun Jelas Berbeda.  
Akhirat Bukanlah Dunia, Nilainya pun Tidak Akan Sama.  
Namun Berulang kali Kita Mengatakan Bahwa Akhirat Adalah Permata,  
Dan Dunia Adalah Kaca, Tetap Saja Dunia Yang Di Kejar Dipuja... Kenapa???  
Berenang Di "Gemerlap" Dunia Sama Dengan Berenang Dimuara Buaya,  
Sangat Bahaya, Penuh Tipu Daya...  
Hanya Sedikit Yang Selamat Sampai Ke "Seberang" Sama...*

*Motivasi Hakiki...*

*Sukses Dan Pujian Kadang Memang Memotivasi Tapi Sesaat Saja...  
Justru Kegagalan Dan Caci Makilah Mata Air Motivasi Yang Hakiki...  
Everything, Even Tragedy Is A Gift In Disguise...*

*Gulana Dan Bahagia...*

*Bila Kau Dilanda Gulana, Maka Segera Goreskan Dihamparan Pasir Maya,  
Agar Segera Di Sapa Angina Safa...  
Namun Jika Rahasia Yang Kau Rasa Maka Pahatlah Dibatuk Kara,  
Agar Ia Selamanya Mengharu Sukma*

*Titipan...*

*Apa Yang Berlalu Dalam Dunia Dalah Mimpi...*



*Apa Yang Belum Ada Pada Kita Adalah Angan-Angan...*

*Dan Apa Yang Sekarang Ada D Tangan Adalah Titipan Yang Harus  
Dipertanggung -Jawabkan...*

*Adakalanya Kita Musti Belajar Mendekap Gelak Tawa Dan Duka Lara Dengan  
Kadar Yang Sama Mesranya, Sehingga Tidak Ada Lagi Yang Namanya Siklis  
SukaDuk...*

*Yang Ada Hanya Syukur Tiada Tara...*

*Saatnya Kita Merenung...*

*Sebaik-Baik Perkataan Adalah Yang Mengandung Kebaikan, Penuh Hikmah,  
Dan Mampu Menggerakkan Siapa Saja Menjadi Lebih Baik...*

*-Drs.Syatori AR.*

*Semua Telah Ditulis Diatas Di Atas Langit...*

*Untuk Tiap Lelap Yang Terlambat, Tiap Bangun Yang Lebih Cepat,  
Tiap Keringan Yang Mengeluap Tiap Doa Yang Terlambat...*

*Ke Manapun Takdir Akan Membawaku*

*Aku Dengan Bahagia Menjalaninya...*

*Untuk Apa Ragu ? Karena Semua*

*Telah Tertulis Di Atas Langit*

*Kepastian Paling Pasti Milik Sang Maha Pasti.*

*-J.S.Khairen*

*“Jadilah Orang Jujur, Karena Lebih Sulit Mencari Orang Jujur Dari Pada Orang  
Yang Berpendidikan”*

*-H.Bolot*

## LEMBAR PERSEMBAHAN

*Satu Yang Tiada Duanya Yaitu Allah SWT*

*Dua Yang Tiada Tiganya Yaitu Waktu Pagi Dan Malam Ghari Itulah Tanda  
Kebesaran Allah SWT*

*NAFAS YANG TIADA ROH Atau Tak Bernyawa Yaitu Waktu Subu hHidup Di  
Waktu Fajar*

*-Muhamad Shoalihin*

**KARYA INI KUPERSEMAHKAN KEPADA :**

- 1. Allah SWT karena berkatnyalah semua ini terjadi*
- 2. Nabi Muhammd SAW yang telah menyempumakan arti hidup yang  
sesungguhnya*
- 3. Kedua Orang Tua dan tercinta*
- 4. Kakak-kakaku yang selalu memberikan dorongan dan semangat*
- 5. Adik-adiku yang membakar semangat dalam hidupku*
- 6. Keluarga besarku yang selalu mendukung dan memotivasiku*
- 7. Tempat lahirku*
- 8. Seseorang yang telah menyentuh hatiku*
- 9. Sahabat-sahabat terbaik dan terhebat dalam hidupku*
- 10. Nusa dan bangsa tanah air republik indonesia*

## KATA PENGANTAR

**Assalamu'alaikum Wr, Wb.**

Pada tempatnya yang pertama dan utama di hati ini, penulis panjatkan puji dan rasa syukur kepada Ilahi Rabbi Allah SWT. Kemudian, shalawat serta salam-Nya, semoga terlimpahkan kepada pangkuan baginda Rasulullah SAW, beserta keluarganya, sahabatnya, dan umatnya yang masih turut dengan ajarannya. Amin.

Berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi yang berjudul “**Analisa Tingkat Kepuasan Penumpang Kapal Laut Jurusan Lembar–Surabaya**”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (SI) pada Fakultas Teknik Jurusan Teknik Sipil Universitas Muhammadiyah Mataram dapat di selesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari sempurna dan banyak kekurangannya, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna perbaikan dan kesempumaannya. Harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

**Wassalamu 'alaikum Wr, Wb.**

Mataram, Februari 2019

Penulis

**MUHAMAD SHOALIHIN**

**NIM :41411A0093**

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulisan Tugas Akhir/Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat motivasi dan bimbingan dari berbagai pihak, secara pribadi penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. H. Arsyad Gani, Mpd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Ir. Isfanari, ST., MT, selaku dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Mataram, serta selaku Dosen pembimbing I.
3. Titik Wahyuningih, ST., MT, selaku ketua jurusan Fakultas Teknik Sipil Universitas Muhammadiyah Mataram
4. Aulia Muttaqin, M.Eng selaku dosen Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Mataram, serta selaku Dosen Pembimbing II
5. Seluruh Dosen di Program Studi Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Mataram yang telah mengajar dan mendidik penulis.
6. Keluarga ku kedua orang tuaku, serta Kakak dan Adik tercinta yang selalu melantunkan dan menengadahkan tanganya kepada Allah SWT, untuk memberikan Do'a dan motivasi semangat yang tak putus-putusnya.
7. Semua pihak yang telah memberikan sumbangan pemikiran dan bantuan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Serta rekan-rekan mahasiswa keluarga besar teknik sipil khususnya angkatan 2014 dan untuk semua angkatan terimakasih kawan-kawan dan sahabat atas motivasi, bantuan dan dukunganya dengan semangat juang yang tak berputus asa selama masa perkuliahan.

Semoga Allah Yang Maha Kuasa memberikan imbalan yang setimpal atas bantuan yang telah diberikan kepada penulis.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>UCAPAN TERIMAH KASIH</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Batasan Masalah .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Peta Lokasi Penelitian .....	8
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Definisi Pemasaran .....	10
2.2 Definisi Jasa .....	11
2.3 Karakteristik Jasa .....	12
2.4 Definisi Kualitas Pelayanan .....	13
2.5 Mengelola Kualitas Pelayanan ( <i>Service Quality</i> ) .....	15
2.6 Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan ( <i>SERVQUAL</i> ) .....	17
2.7 Kepuasan Pelanggan .....	21
2.8 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	22

2.9	Konsepsi <i>Importance And Peonance Analysis</i> (IPA)	23
2.10	Kerangka Pemikiran	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		<b>28</b>
3.1	Desain Penelitian	28
3.2	Definisi Operasional	28
3.3	Populasi Dan Sampel	30
3.3.1	Populasi	30
3.3.2	Sampel	31
3.4	Jenis Dan Sumber Data	32
3.4.1	Data primer	32
3.4.2	Data sekunder	32
3.5	Metode Pengumpulan Data	32
3.5.1	Studi pustaka	32
3.5.2	Metode survey ( <i>survey methods</i> )	32
3.5.3	Metode kuesioner ( <i>questionnaires methods</i> )	33
3.5.4	Metode wawancara ( <i>interview methods</i> )	34
3.5.5	Metode observasi ( <i>observation methods</i> )	34
3.6	Metode Analisa Data	34
3.7	Uji Instrumen Pengumpulan Data	39
3.7.1	Uji validitas	39
3.7.2	Uji reliabilitas	41
3.8	Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan ( <i>SERVQUAL</i> )	43
3.9	Bagan Alir Penelitian	45
<b>BAB IV HASIL PEMBAHASAN</b>		<b>47</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	47
4.2	Karakteristik Responden	52
4.3	Analisis Data	58
4.2.1	<i>Validitas</i>	58
4.2.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	60
4.4	Analisa Dan Pembahasan Setiap Atribut	61
4.4.1	Dimensi Kualitas Pelayanan	62

4.4 <i>Importance And Performance Analysis (IPA)</i> .....	77
4.4 Diagram Kartesius.....	84
<b>BAB V HASIL KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>86</b>
5.1 Kesimpulan .....	86
5.2 Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peta Lokasi Penelitian .....	9
Gambar 2.1 Analisa Lima Kesenjangan.....	20
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	22
Gambar 2.3 Diagram Kartesius.....	24
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3.1 Diagram Kartesius.....	38
Gambar 3.2 Bagan Alir Penelitian .....	46
Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	54
Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	56
Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Gambar 4.5 Digram kartesius dari factor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan pelanggan perusahaan PT ASDP Ferry Indonesia (persero).....	84



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia .....	54
4.3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	55
4.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan .....	57
4.5 Hasil Pengujian <i>Validitas</i> .....	59
4.6 Uji <i>Reliabilitas</i> .....	61
4.7 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Dimensi <i>Tangibles</i> .....	64
4.8 Tingkat Kinerja Responden Terhadap Dimensi <i>Tangibles</i> .....	65
4.9 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Dimensi <i>Reliability</i> .....	68
4.10 Tingkat Kinerja Responden Terhadap Dimensi <i>Reliability</i> .....	69
4.11 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	71
4.12 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Dimensi <i>responsiveness</i> .....	71
4.13 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Dimensi <i>Assurance</i> .....	73
4.14 Penilaian Responden Terhadap Kinerja Dimensi <i>Assurance</i> .....	74
4.15 Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Dimensi <i>Empathy</i> .....	75
4.16 Tingkat Kinerja Responden Terhadap Dimensi <i>Empathy</i> .....	76
4.17 Perhitungan rata-rata dari penilaian pelaksanaan dan penilaian kepentingan pada atribut- atribut kualitas pelayanan konsumen jasa penyebrangan kapal laut..	78

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner

Lampiran 2 Data Penelitian

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Lampiran 4 R Tabel

Lampiran 5 Surat Rekomendasi Penelitian

Lampiran 6 Dokumentasi



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan salah satu rantai yang sangat vital dalam suatu kegiatan prekonomian pada suatu negara. Tanpa adanya transportasi sebagai salah satu penunjang maka tidak dapat diharapkan tercapainya suatu hasil yang maksimal dan memuaskan bagi perkembangan ekonomi di negara tersebut. Hal tersebut berkaitan dengan kondisi geografis Indonesia yang membutuhkan ketersediaan alat transportasi yang memadai, baik transportasi darat, laut maupun udara.

Mengingat pentingnya transportasi, maka hal tersebut dapat dijadikan peluang bagi para pengusaha untuk membuka usaha dibidang transportasi sehingga tidak heran jika dari tahun ke tahun usaha jasa transportasi di Indonesia semakin berkembang. Semakin bertambah berat juga usaha perusahaan untuk tetap dapat bertahan dengan kondisi persaingan.

Setiap perusahaan khususnya transportasi diharapkan dapat memberikan jasa yang lebih dari persaingan secara konsisten dengan tujuan akhir memenuhi atau melebihi harapan pelanggan sasaran. Jika hal tersebut telah berhasil dilakukan maka kepuasan pelanggan akan tercapai. Keputusan pelanggan akan terjadi setelah memperoleh dan mempergunakan produk atau jasa sesuai dengan harapan yang diinginkan. Kepuasan pelanggan sendiri dinilai sebagai indikator kesuksesan bisnis di masa depan. Program kepuasan

pelanggan relative mahal dan tidak mendatangkan laba dalam jangka pendek akan tetapi hasil bias dituai dalam jangka panjang dan manfaat tersebut dapat bertahan lama.

Kepuasan konsumen dapat diketahui dengan membandingkan antara persepsi para pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh dengan layanan yang sesungguhnya yang mereka harapkan atau inginkan. Dengan demikian kepuasan konsumen dapat di defisikan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau mereka peroleh. Kepuasan merupakan tingkat prasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja/jasa yang diterima atau yang diharapkan (Lupiyoadi,2001:158)

Indonesia merupakan negara kepulauan, di mana untuk mengadakan aktivitas masyarakat perlu alat transportasi yang menghubungkan suatu daerah dengan daerah yang lain.salah satu angkutan laut yang banyak digunakan oleh konsumen atau penumpang yaitu ferry (KMP Legundi). ferry merupakan sejenis angkutan kapal laut yang dapat digunakan sebagai angkutan penumpang dan barang dengan menggunakan jalur atau trayek tertentu salah satunya adalah jurusan Lembar-Surabaya.

Keuntungan yang di tawarkan dengan menggunakan ferri (KMP Legundi) yaitu para penumpang akan menyebrangi ke daerah yang dibatasi oleh perairan atau laut .kapal ferry (KMP Legundi) tidak hanya mengangkut penumpang saja tetapi bisa mengangkut kendaraan motor, mobil, truk, dan



bus. Untuk membantu masyarakat PT.ASDP Indonesia ferry persero telah memiliki cabang yang tersebar diseluruh Indonesia.

PT.ASDP Indonesia ferry persero adalah Prusahaan jasa angkutan penyebrangan dan pengelola pelabuhan penyebrangan untuk penumpang, kendaraan dan barang. Fungsi utama perseroan adalah menyediakan akses transportasi public antara pulau yang bersebelahan serta menyatukan pulau-pulau besar sekaligus menyediakan akses transportasi public ke wilayah yang belum memiliki penyebrangan guna mempercepat pembangunan (<http://www.indonesiaferry.o.id>)

Perkembangan dan peningkatan pelayanan jasa pelabuhan penyebrangan PT. ASDP ferry (KPM Legundi) penyebrangan jurusan Lembar-Surabaya dari tahun 2016-2018 semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan, promosi, dan harga yang ditawarkan perusahaan PT.ASDP yang satu dengan perusahaan angkutan umum atau sarana transportasi lainnya. Salah satu usaha menyediakan tingkat mobilitas yang tinggi adalah dengan menggunakan penyebrangan transportasi laut jurusan Lembar-Surabaya.

Transportasi penyebrangan harus memiliki pelayanan dan fasilitas yang sangat baik untuk menciptakan keadaan yang aman dan nyaman bagi penumpang.karena itu perlu dilakukan penelitian terkait kepuasan pengguna layanan kapal laut jurusan Lembar-Surabaya untuk mengetahui apakah pengguna layanan penyebrangan ini merasa puas terhadap pelayanan dan fasilitas yang tersedia.dan perlu diadakan analisis tingkat kepuasan

penumpang atau pelanggan dengan mengukur tingkat kepentingan (importance) dan tingkat kinerja (performance) menggunakan metode “*Importance and Performance Analysis (IPA)* dan *Service quality (SERVQUAL)*”. Atas pengaruh lima dimensi kualitas pelayanan. Lima dimensi ini adalah *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati).

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan menjadi topik yang hangat dibicarakan pada tingkat internasional/global, nasional, industry dan perusahaan. Kepuasan pelanggan atau penumpang ditentukan oleh kualitas barang dan jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan dan saat ini dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Keunggulan atau keistimewaan produk dapat diukur dari tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Gaspetz (dalam Tjiptono, 1996) tingkat kepuasan pelanggan adalah mengukur bagaimana baiknya suatu produk yang diserahkan perusahaan.

Meskipun timbul banyak kesulitan dalam menilai kualitas pelayanan jasa, namun pada prinsipnya penilaian tersebut dapat menggunakan pedoman 5 dimensi kualitas pelayanan jasa antara lain: *Tangibles* (Bukti fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Empathy* (Empati), *Assurance* (Jaminan).

Dari kelima dimensi tersebut diperoleh penilaian pelanggan terhadap kinerja suatu perusahaan sehingga dapat diketahui tingkat kepuasannya.

Pengukuran kepuasan pelanggan bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pelanggan merasa puas atau tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dibandingkan dengan tingkat kepuasan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan.

Seberapa besar kualitas pelayanan pelabuhan kapal laut jurusan Lembar-Surabaya, sehingga mendorong penulis untuk melakukan suatu penelitian. Penulis berusaha menganalisis tingkat kepuasan para pelanggan atau penumpang sehingga bisa diketahui bagaimana kualitas pelayanan yang telah diberikan.

Analisis tingkat kepuasan penumpang perlu dilakukan karena selama ini belum terdapat usaha-usaha untuk mengukur kepuasan penumpang kapal laut jurusan Lembar-Surabaya. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengambil judul “ Analisa Tingkat Kepuasan Penumpang Kapal Laut jurusan Lembar-Surabaya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas dapat diketahui bahwa kegiatan pelayanan jasa transportasi salah satunya berorientasi pada terpenuhinya kebutuhan dan harapan penumpang, dan kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi perhatian utama dalam memenangkan persaingan. sehingga penelitian memfokuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan penumpang/pelanggan berdasarkan 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan (*reliabilio*), *assurance*, *tanggibles*, *empathy*, *responsiveness*).

2. Bagaimana tingkat kepuasan penumpang/pelanggan bila ditinjau dan kesenjangan (*GAP*) dan kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan berdasarkan 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan (*reliability, assurance, tanggibles, empathy, responsiveness*).

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui diantaranya yaitu:

1. Tingkat kepuasan penumpang/pelanggan berdasarkan 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan (*reliability, assurance, tanggibles, empathy, responsiveness*).
2. Tingkat kepuasan penumpang/pelanggan bila ditinjau dari kesenjangan (*GAP*) dan kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan berdasarkan 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan (*reliability, assurance, tanggibles, empathy, responsiveness*).

### 1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari ruang lingkup yang terlalu luas sehingga penelitian dapat terarah dengan baik sesuai dengan tujuan penelitian maka di buat batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada penumpang kapal laut jurusan Lembar-Surabaya
2. Pengumpulan data di lakukan dengan kuesioner.
3. Kuesioner di sebarkan kepada 100 responden.

4. Kuesioner dibuat berdasarkan atribut-atribut yang mewakili 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan (*reliability, assurance, tanggblbes, empathy, responsiveness*).
5. Penelitian yang dilakukan hanya terhadap tingkat kepuasan penumpang kapal laut jurusan Lembar-Surabaya
6. Pengujian instrumen yang dilakukan antara lain uji validitas dan uji reliabilitas.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan peneliti terhadap penelitian yang berhubungan dengan tingkat kepuasan penumpang kapal laut jurusan Lembar-Surabaya.

2. Bagi perusahaan

secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan Kapal Laut (Ferry) sebagai pertimbangan dan masukan perusahaan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen atau penumpang.

3. Bagi pihak lain

Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu menambah khasanah penelitian ilmu teknik sipil. Hasil penelitian ini dapat berguna sebagai tambahan informasi bagi penulis yang akan melakukan penelitian yang sama serta dapat digunakan sebagai sarana penyampaian harapan penumpang terhadap kualitas pelayanan jasa yang diharapkan



## 1.6 Peta Lokasi Penelitian

Kegiatan penelitian akan dilaksanakan di PT.ASDP Pelabuhan Lembar yang berada di kabupaten Lombok Barat



Sumber : *google maps*

Gambar 1.1 Peta Lokasi Penelitian

UPT. PERPUSTAKAAN



Sumber : *Google Maps*

Gambar 1.2 peta lokasi penelitian



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Definisi Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang maupun perusahaan jasa dalam upayanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, karenaperusahaannya secara langsung berhubungan dengan konsumen dan berkaitan langsung dengan pasar. Tjiptono (2006) memberikan definisi pemasaran adalah “suatu proses sosial manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptanya, penarwaran dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang atau kelompok lain”. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain (Kotler, 2002). Definisi pemasaran ini bersandar pada konsep inti yang meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan pennismaan (*demands*).

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memenuhi sasaran perorangan dan organisasi (Kotler, 2002). Defenisi ini merupakan suatu proses yang meliputi analisa perencanaan, implementasi dan pengendalian gagasan barang dan jasa

bahwa manajemen pemasaran dilandasi gagasan pertukaran dan tujuannya adalah menghasilkan kepuasan berbagai pihak-pihak yang terlibat.

## 2.2 Defenisi Jasa

Sektor jasa sangat mempengaruhi suatu negara, karena pelayanan yang didapat dari jasa mempengaruhi kelancaran dan mobilitas seorang dalam menghadapi dunia usaha yang makin kompleks dengan tingkat persaingan yang tinggi. Bahkan dewasa ini permintaan akan layanan jasa makin meningkat, seiring dengan meningkatnya perekonomian kita. Adapun definisi jasa adalah sebagai berikut :

1. Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produk Jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak. (Kotler, 2000 dalam Tjiptono dan Chandra, 2005).
2. Jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya, kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi oleh konsumen. (Luppiyadi, 2001).
3. Jasa adalah sebagai *"something which can be bought and sold but which you cannot drop on your feet"* definisi ini menekankan bahwa



jasa bisa dipertukarkan namun kerap kali sulit dialami atau dirasakan secara fisik. (Gummesson, 1987 dalam Tjiptono dan Chandra, 2005).

4. Jasa adalah proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan, karyawan jasa, sumber daya Etik, barang dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan. (Gromoos, 2000 dalam Tjiptono dan Chandra, 2005).

Pada strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertian jasa sangat berbeda dengan produk berupa barang. Cepat atau lambatnya pertumbuhan sektor jasa sangat tergantung penilaian konsumen terhadap kinerja yang ditawarkan oleh pihak penyedia jasa

### 2.3 Karakteristik Jasa

Jasa memiliki karakteristik unik yang membedakan jasa dengan barang sehingga perlu penyesuaian strategi pemasaran atas karakteristik itu. Menurut Philip Kotler (dalam Supranto, 2006) jasa memiliki empat karakter utama, antara lain :

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan serta dinikmati sebelum dibeli konsumen.

2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Pada umumnya jasa diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu yang bersamaan serta apabila dikehendaki oleh seseorang untuk



diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut

3. Keanekaragaman (*Heterogenity*)

Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.

4. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Daya tahan suatu jasa tergantung suatu organisasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

#### 2.4 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama atrategi pemsahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Suatu produk jasa dapat dinilai unggul yaitu tergantung pada keunikan dan kualitas yang ditunjukkan oleh jasa tersebut. Konsumen akan menilai apakah jasa tersebut sudah sesuai dengan harapan dan kepentingan mereka. Menurut Philip Kottler (dalam Supranto, 2006) membagi macam-macam jasa sebagai berikut:

1. Barang nyata murni Disini hanya terdiri dari barang berwujud, tidak terdapat jasa yang mendampingi produk tersebut
2. Barang nyata dan barang tambahan

Disini terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya tarik pelanggan. Contoh : produsen mobil tidak hanya menjual mobil saja melainkan jasa kualitas dan pelayanan kepada pelanggannya.

### 3. Campuran

Disini terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama. Contoh : kotoran yang harus didukung oleh makanan dan pelayanannya.

### 4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan

Contoh : penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi. Para penumpang sampai ditempat tujuan tanpa suatu hal berwujud yang mempedihatkan pengeluaran penumpang. Namun perjalanan tersebut meliputi barang-barang berwujud, seperti makanan dan minuman, potongan tiket dan majalah penerbangan. Jasa tersebut membutuhkan barang padat modal agar terealisasi tetapi komponen utamanya adalah jasa.

### 5. Jasa Mumi

Hanya terdiri oleh jasa saja. Contoh : jasa menjaga bayi.

Akibat dan adanya macam-macam jasa, maka sulit untuk menyamaratakan jasa, kecuali dengan perbedaan lebih lanjut, yaitu :

#### 1. berdasarkan basis peralatan atau basis orang

contoh : pencuci mobil otomatis, jasa akuntan.

#### 2. kehadiran klien

contoh : potong rambut.

3. kebutuhan basis

contoh : dokter akan menetapkan harga berbeda, untuk pasien perorangan

4. penyedia jasa berbeda dalam sasarannya (laba atau nirlaba) dan kepemilikan (swasta atau public)

## 2.5 Mengelola Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Salah satu strategi perusahaan jasa untuk mempunyai diferensiasi dari para pesaing adalah memberikan dengan konsisten jasa yang bermutu lebih tinggi dari pelanggan. Kuncinya dengan menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa pelanggan. Harapan penumpang merupakan hasil dari pengalamannya. Penumpang memilih para penyedia jasa atas dasar pengalaman dan setelah mendapatkan pelayanan jasa. penumpang membandingkan jasa pelayanan yang dirasakan dengan pelayanan yang dikehendaki. Apabila pelayanan yang dirasakan berada dibawah standar pelayanan yang dikehendaki, maka penyedia jasa akan kehilangan kepercayaan penumpang. Apabila pelayanan yang dirasakan sesuai atau lebih tinggi dengan standar pelayanan yang dikehendaki maka penumpang akan menggunakan kembali pelayanan dari penyedia jasa tersebut

Salah satu pendekatan kualitas pemasaran adalah model *SERVQUAL*(*Service Quality*) yang di kembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, *SERVQUAL* di bangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang

nyata mereka terima (*perceived sevice*) dengan layanan yang sesungguhnya di harapkan atau di inginkan (*expected service*).

Dalam mengukur standard pelayanan terdapat dimensi-dimensi jasa yang dapat digunakan sebagai tolak ukur. Menurut Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2001), tadapat lima dimensi kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) yang dirincikan sebagai berikut:

1. Dimensi bukti fisik (*tangible*)

Yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Dimensi tangible meliputi peralatan (teknologi) yang memadai, Fasilitas fisik yang bersih (gedung, gudang dan lain sebagainya), dan penampilan karyawan yang menarik dan rapi.

2. Dimensi kehandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan mulai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dimensi reliability meliputi meberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya. Dalam artian ketepatan waktu pelayanan, prosedur pelayanan yang tidak berbelit-belit, pelayanan yang sama tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Dimensi ketanggapan (*responsiveness*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian infonnasi yang jelas. Dimensi reponsiveness meliputi

pemberian informasi yang jelas, keluhan pelanggan yang selalu diperharuskan sikap karyawan untuk membantu pelanggan/penumpang.

4. Dimensi Jaminan (*assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Dimensi assurance meliputi pengetahuan, kemampuan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.

5. Dimensi empati (*empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimensi empati meliputi keluhan yang selalu diperhatikan, sikap karyawan yang ramah dan sabar.

## 2.6 Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan (*SERQUAL*)

Apabila penyajian kualitas pelayanan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka dapat terjadi kesenjangan. Berdasarkan Pamsuraman, Zeithaml dan Berry (dalam Tjiptono, 2006) memformulasikan sebuah model mutu pelayanan yang menyoroti persyaratan utama agar menyajikan mutu layanan yang dikehendaki. Model dibawah ini mengidentifikasi lima kesenjangan yang menyebabkan penyajian layanan tidak berhasil, yaitu :

1. Kesenjangan antara harapan penumpang dan pandangan manajemen.



Manajemen tidak selalu merasakan dengan tepat apa yang diinginkan oleh penumpang atau bagaimana penilaian penumpang terhadap komponen pelayanan.

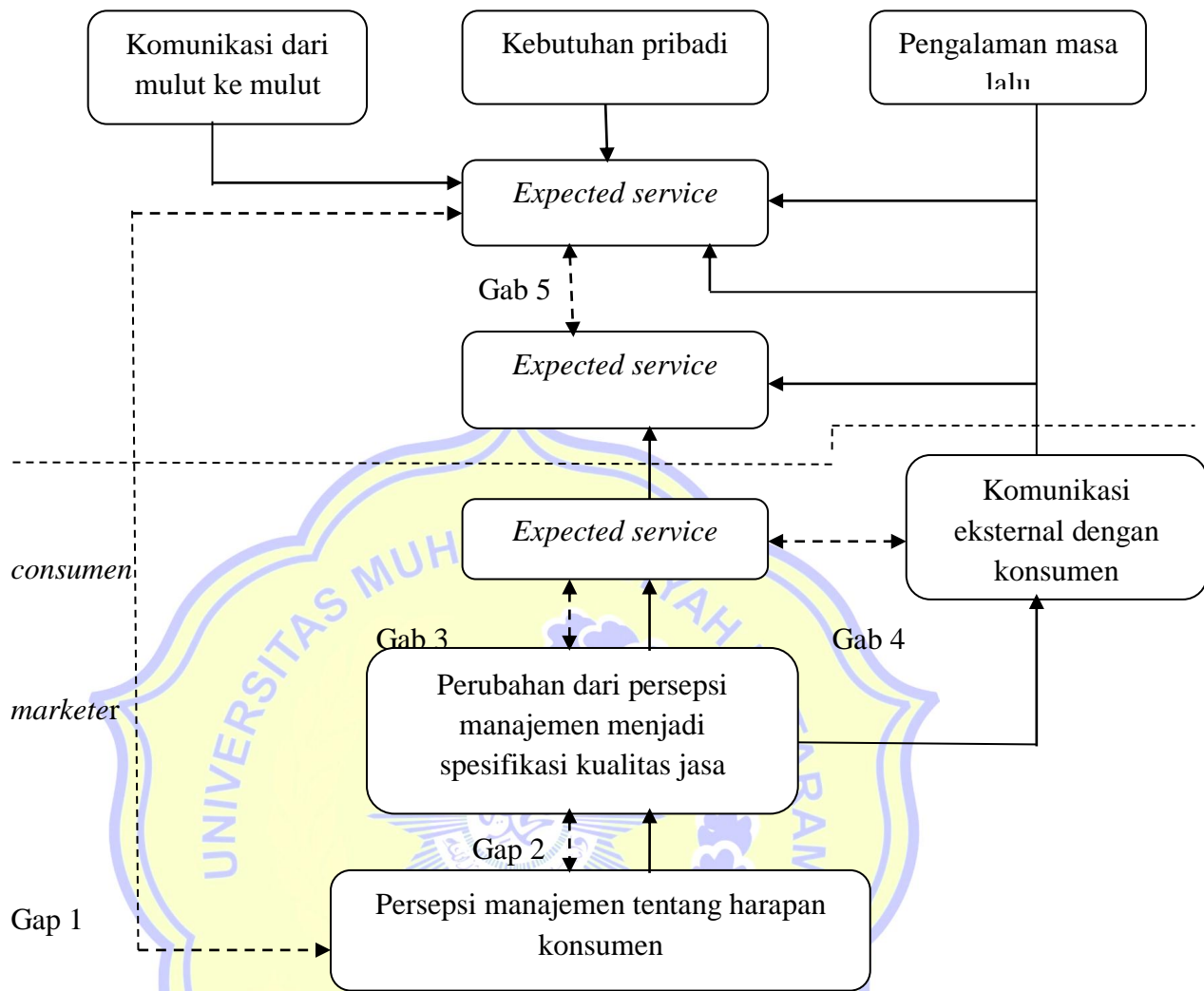
2. Kesenjangan antara pandangan manajemen dan spesifikasi mutu pelayanan. Manajemen mungkin tidak menetapkan standar mutu yang jelas atau hal ini mungkin jelas tetapi tidak realistis, atau hal ini mungkin jelas dan realistis tetapi manajemen tidak berusaha keras untuk memperkuat tingkat mutu pelayanan ini.
3. Kesenjangan antara spesifikasi mutu pelayanan dan sajian pelayanan. Meskipun manajemen memiliki standar mutu pelayanan yang baik, pelayanan yang berkualitas tidak selalu bisa diwujudkan. Standar yang baik harus dilengkapi dengan sumber daya yang mencukupi dan harus diukur agar menjadi efektif, yaitu kinerja karyawan harus diukur dan karyawan diberi kompensasi berdasarkan standar tersebut.
4. Kesenjangan antara penyajian pelayanan dan komunikasi eksternal. Kehendak penumpang dipengaruhi oleh janji-janji yang dibuat oleh komunikasi penyedia jasa.
5. Kesenjangan antara pelayanan yang dijanjikan dan pelayanan yang diharapkan.

Kesenjangan-kesenjangan ini muncul ketika satu atau lebih kesenjangan-kesenjangan lainnya terjadi. Sehingga menjadi jelas mengapa penyedia jasa mengalami kesulitan menyajikan mutu pelayanan yang dikehendaki.

Dimensi kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan adalah model *Service quality (SERVQUAL)* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, Berry. Lima gap (kesenjangan) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan tersebut adalah (Tjiptono, 2005):

1. Gap persepsi manajemen
2. Gap spesifikasi kualitas
3. Gap penyampaian pelayanan
4. Gap komunikasi pemasaran
5. Gap pelayanan yang dirasakan

*Gap analysis* digunakan untuk membandingkan antara tingkat persepsi pelanggan mengenai kepentingan suatu atribut terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Analisis ini menggunakan nilai mean untuk tingkat kinerja dan tingkat kepentingan semua atribut yang ditemukan dalam *Importance Performance Analysis* yang telah dilakukan sebelumnya. Selisih antara nilai mean tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan tersebut merupakan gap yang terjadi untuk atribut tersebut. Nilai positif (+) dari gap tersebut menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil memuaskan harapan pelanggan, sedangkan nilai negatif (-) dari gap tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa bahwa harapannya belum dapat dipenuhi oleh perusahaan.



Gambar 2.1 Analisa Lima Kesenjangan

Sumber : A. Parasuraman, Valeria A. Zeithaml, et al, 1990

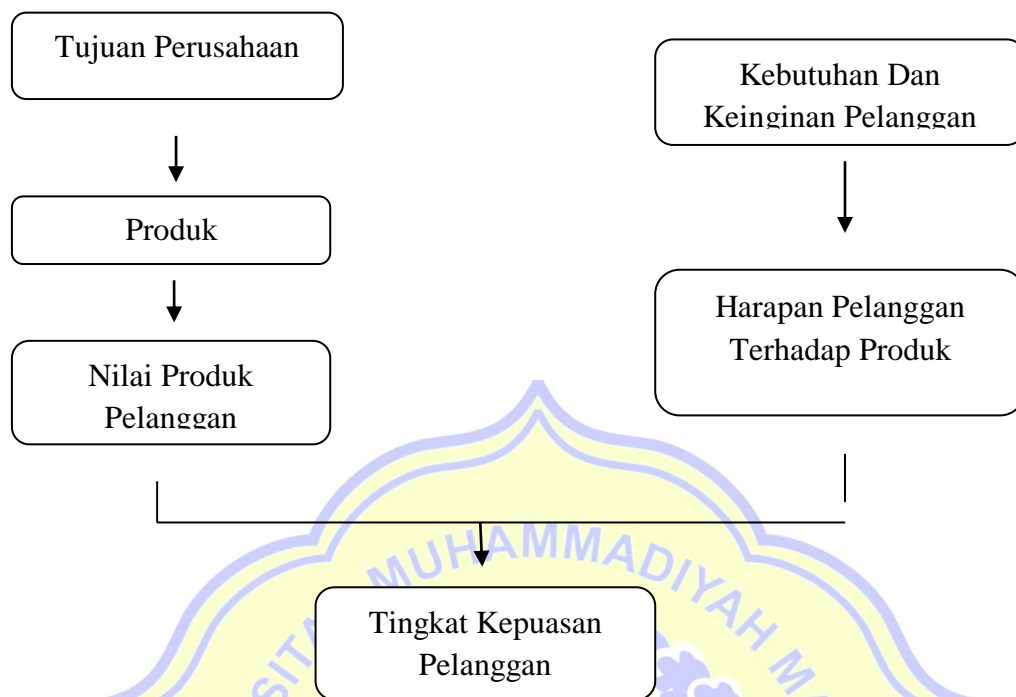
dalam Fandi Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality &*

*Satisfaction*, 2005, Supranto, 2006

## 2.7 Kepuasan Pelanggan

Menurut Oliver (dalam Supranto, 2006) Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya . dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan akan kecewa. Sebaliknya, apabila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas (Supranto,2006). Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masalampau , komentar dari konsumen lain, serta janji atau informasi dari prusahaan. Pelanggan yang puasakan memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi, kurang sensitive terhadap harga dan memberikan komentar yang baik terhadap prusahaan.

Dalam menentukan kepuasan penumpang, terdapat lima factor utama yang harus diperhatikan oleh prusahaan (Lupiyodi ,2001 ) adalah : kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga ,danbiaya.



Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber: *Freddy Rangkuty, Measuring Customer Satisfaction, 2006 ( Dalam Jurnal Study Manajemen Dan Organisasi ) Volume 3, Nomor 1, 2006, Hal. 44.*

## 2.8 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (dalam Tjiptono, 2005) mengemukakan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan penumpang, antara lain:

1. Sistem keluhan dan saran Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan, dan ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran.



2. Survey kepuasan penumpang Perusahaan yang responsif, mengukur kepuasan penumpang dengan mengadakan survey secara berkala.
3. Mempertahankan penumpang Terdapat berbagai cara untuk menarik dan mempertahankan penumpang, antara lain:
  - a. Membentuk suatu keanggotaan(*membership*)
  - b. Memberikan potongan harga kepada anggota (*member*)
  - c. Memberikan pelayanan yang baik
  - d. Memberikan kepuasan konsumen yang tinggi

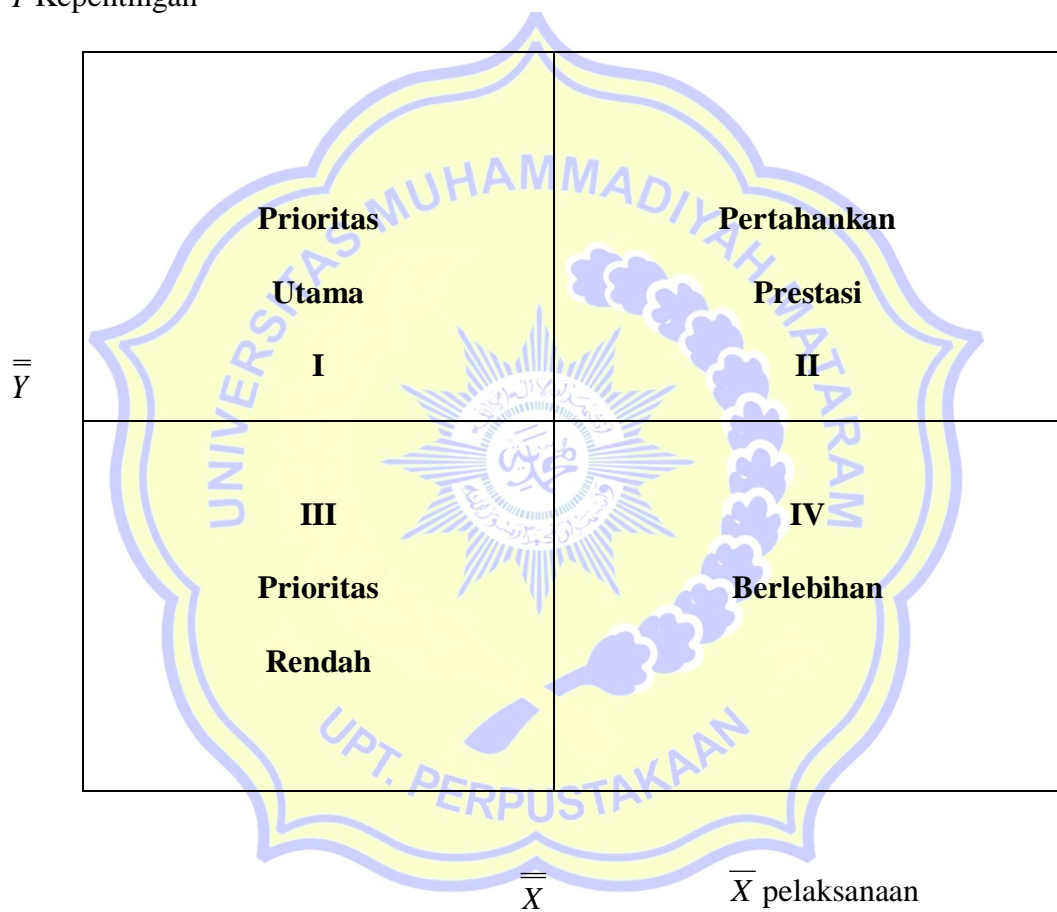
## 2.9 Konsepsi Importance and Performance Analysis (IPA)

Teknik Importance and Performance Analysis dikemukakan pertama kali oleh Maxtilla dan James (1977) yang juga diperkenalkan oleh Magal dan Levenburg (2005). Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian, nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di ImportancePerformance Matrix.

Untuk mengaplikasikan *Important and Perfonnance Analysis*, kita perlu memahami konsep kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Betty. Konsep ini sebenarnya berasal dari konsep *Serviqual*. Intinya, sebagaimana disarankan oleh Parasuraman, tingkat kepentingan pelanggan (*customer expectation*) diukur dalamkaitannya dengan apa yang seharusnya dikerjakan oleh perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi. Namun dalam prakteknya, mengukur kepentingan

pelanggan bukanlah perkara yang mudah. Untuk mempetjelas konsep ini, istilah expectation sebaiknya diganti dengan importance atau tingkat kepentingan menurut persepsi pelanggan. Selanjutnya kita dapat mengkaitkan pentingnya variable ini dengan kenyataan yang dilasakan oleh pelanggan (Rangkuti, 2006).

$\bar{Y}$  Kepentingan



Gambar 2.3 Diagram Kartesius

Sumber: *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Supranto, 2006, hal. 242

Matriks ini terdiri dari empat kuadran :

a. Kuadran 1 Prioritas Utama (*attributes to improve*)

Konsentrasi di sini wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan oleh pelanggan (tingkat kepuasan masih rendah).

b. Kuadran 2 Pertahankan Prestasi (*maintain performance*)

Faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi.

c. Kuadran 3 Prioritas Rendah (*attributes to maintain*)

Faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa.

d. Kuadran 4 Berlebihan / *Superfluous* (*main to priority*)

Faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

## 2.10 Kerangka Pemikiran

Pada kondisi persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan kapal laut saat ini, kerangka pemikiran teoritis dengan menggunakan diagram kartesius yang terdiri atas empat kuadran (I, II, III, IV). Kepuasan pelanggan atau penumpang akan diukur dengan membandingkan tingkat kepentingan konsumen jasa angkutan kapal laut atas pengaruh dimensi

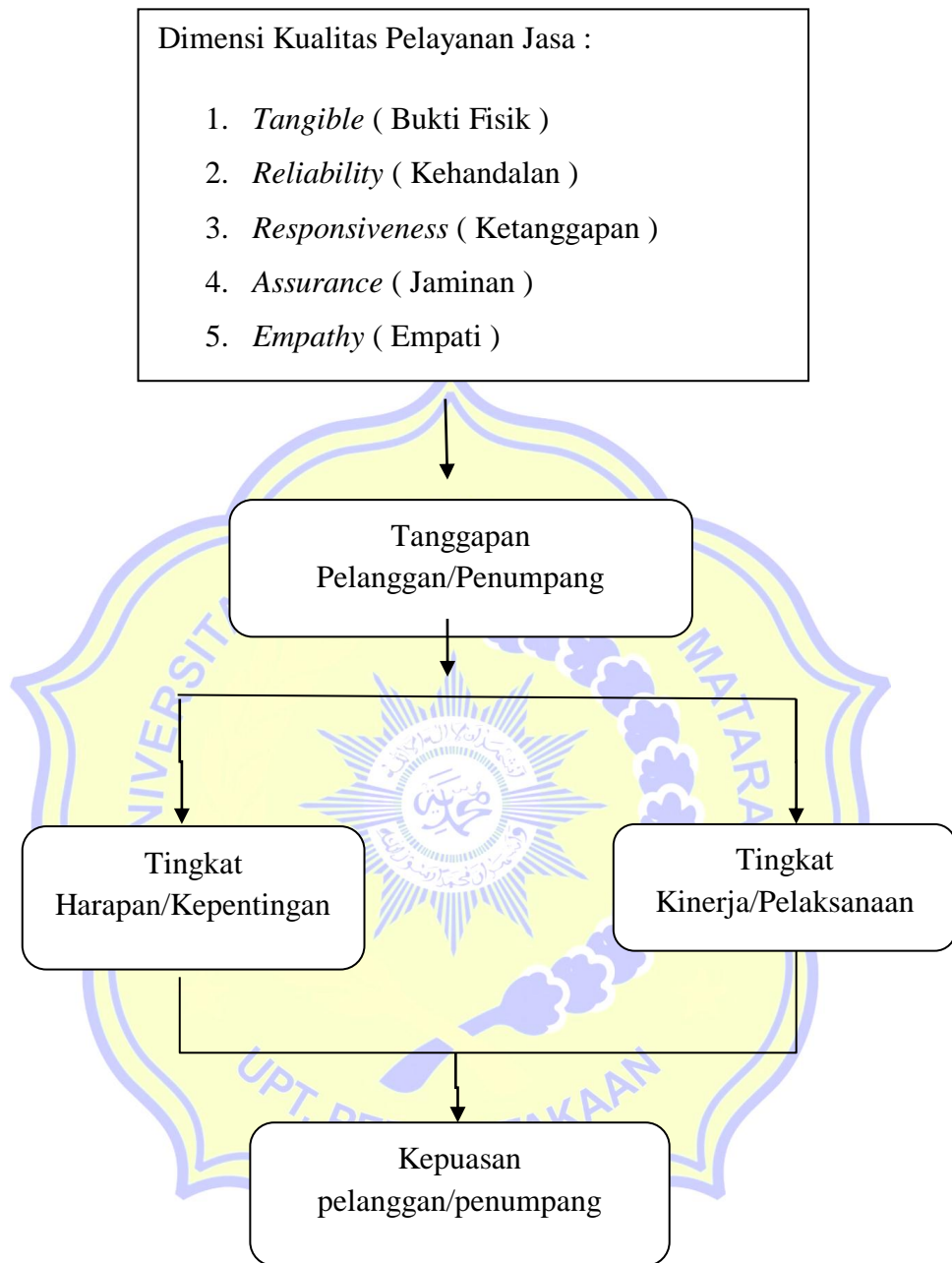
*reliability responsiveness, assurance, empathy*. *Tangible* terhadap kinerja PT.ASDP, merupakan suatu kunci nama dalam keunggulan dan keberhasilan perusahaan. Salah satu untuk menciptakan kepuasan pelanggan adalah memberikan kualitas pelayanan jasa yang memuaskan.

Dalam mencapai kualitas jasa yang baik, menurut Kottlet (dalam Supranto, 2006) terdapat lima dimensi penentu kualitas pelayanan jasa, antara lain yaitu: kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati serta bukti fisik. Pelanggan atau penumpang akan menanggapi atau mengevaluasi kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan.

Kualitas jasa yang diterima diartikan sebagai manfaat aktual yang dirasakan pelanggan atau penumpang. Sedangkan tingkat kepuasan pelanggan dihitung dengan cara membandingkan penilaian pelanggan atau penumpang terhadap tingkat kinerja perusahaan dengan tingkat harapan atau kepentingan penumpang. Tingkat kepentingan dan harapan pelanggan harus sesuai dengan pelaksanaan atau kinerja perusahaan, sehingga perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan agar pelanggan atau penumpang merasa puas.

Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa :

1. *Tangible* ( Bukti Fisik)
2. *Reliability* ( Kehandalan)
3. *Responsiveness* (Ketanggapan)
4. *Assurance* (Jaminan)
5. *Empathy* ( Empati)



Gambar 2.4 Kerangka Pendikiran

Sumber: Philip Kotler, *Marketing Management*, 1994, Hal. 476 (Dalam Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, 2006), Hal. 238.



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah riset survey terhadap penumpang Kapal Laut Jurusan Lembar-Surabaya serta konsumen yang pernah menggunakan Kapal Laut melalui penyajian pertanyaan-pertanyaan. Lokasi penelitian adalah PT.ASDP Ferry Indonesia (persero) Pelabuhan Lembar Kabupaten Lombok Barat.

#### 3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional untuk mengukur variable kualitas pelayanan yang diteliti dalam penelitian ini digunakan dua puluh satu atribut yang merupakan penjabaran dari lima dimensi yaitu: *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empaty* (empati), *tangibles* (buktifisik). indikator diuraikan sebagai berikut meliputi:

- a. *Customer satisfaction* (kepuasan pelanggan)
- b. *Reliability* (Kehandalan)

Indikator *reliability* dalam penelitian ini antara lain

1. Apakah Kapal laut jurusan Lembar-Surabaya telah memenuhi janji yang diberikan sesuai dengan jenis layanannya.
2. Perhatian yang diberikan PT.ASDP pelabuhan Lembar, (perhatian dalam menyelesaikan masalah pelanggan)

3. Apakah pelayanan Kapal laut jurusan Lembar-Surabaya sesuai dengan apa yang di harapkan.

c. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Indikator responsiveness dalam penelitian ini antara ain:

1. Pelayanan petugas kapal laut yang cepat dan tepat
2. Kesedian petugas kapal laut dalam membantu pelanggan
3. Kesungguhan petugas kapal laut dalam mengatasi masalah pelanggan

d. *Assurance* (Jaminan)

Indikator assurance dalam penelitian ini antara lain:

1. Keramahan dan kesopanan petugas Kapal laut
2. Keamanan penumpang dalam menggunakan jasa angkutan Kapal laut
3. Kepercayaan penumpang/masyarakat terhadap transportasi Kapal laut

e. *Empathy* (empati)

Indikator empathy dalam penelitian ini antara lain:

1. Perhatian kantor PT.ASDP terhadap penumpang
2. Pengertian petugas Kapal laut terhadap kebutuhan yang penting bagi penumpangnya
3. Kepentingan penumpang diutamakan oleh kantor PT.ASDP

f. *Tangibles* (Bukti fisik)

Indikator tangibles dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah di dalam kapal laut bersih, nyaman, dan tenang
2. Apakah kebersihan Kapal laut sudah sesuai sebagai transportasi yang di berikan pemerintah

3. Penampilan petugas Kapal Laut
4. Apakah harga tiket Kapal laut sudah sesuai dengan pelayanannya
5. Apakah kapal laut tepat waktu dalam jadwal pemberangkatannya
6. Apakah kapten kapal tertib selama dalam pelayaran
7. Apakah Kapal laut mengikuti rute pelayaran yang sudah di siapkan
8. Apakah kehadiran kapal laut mempermudah pengguna jasa angkutan jurusan Lembar-Surabaya
9. Apakah kapal laut menyediakan fasilitas yang baik sesuai dengan yang dibutuhkan seperti AC, TV, Kasur, Kamar Tidur, Musholah, Tempat Duduk, Kantin/Kafe, Toilet, Safety Equitmen dll.

### **3.3 Populasi Dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, Husein, 2013:386). Dengan demikian populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para penumpang/pelanggan angkutan penyebrangan kapal laut jurusan Lembar-Surbaya pada tahun 2018 untuk data jumlah penumpang 3 tiga bulan terakhir sebanyak 3917 penumpang. Dari jumlah populasi yang relatif besar, maka penulis mengambil sampel dari populasi para penumpang/pelanggan angkutan penyebrangan kapal laut jurusan Lembar-Surabaya tersebut

#### **3.3.2 Sampel**

Banyak pengertian tentang sampel, tetapi secara umum dapat dijelaskan bahwa sampel merupakan bagian kecil dari suatu populasi (Umar,Husein,2013:386).

Metode pengambilan sampel yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini dengan cara *Convenience Sampling*, yang merupakan teknik *non probability* sampling pengambilan sampel yang didasarkan pada kemudahan dari arah penelitian dalam artian menseleksi anggota populasi yang paling mudah untuk diperoleh informasi/datanya (Djarwanto, 2001). Untuk menentukan berapa sampel yang dibutuhkan maka digunakan pendekatan mengacu dengan rumus

Slovin (Umar, Husein, 2013:386) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Dimana :

n = jumlah/ukuran sampel

N = jumlah/ukuran populasi

e = besarnya toleransi penyimpangan, yang digimakan (0,1 atau 10%).

Berdasarkan rumus di atas, dapat diperoleh jumlah sampel pada persamaan 3.2.

$$n = \frac{3917}{1+3917x 0,1^2}$$

$$n = \frac{3917}{1+3917x 0,1^2} = 97,51 \text{ pembulatan menjadi } 100 \dots\dots\dots (3.2)$$

Jadi berdasarkan rumus diatas dalam penelitian ini untuk lebih fit ditetapkan sampel sebanyak 100 responden.

### **3.4 Jenis Dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan antara lain :

#### **3.4.1 Data primer**

Data primer merupakan data yang di peroleh langsung dari responden berupa jawaban terhadap pertanyaan dalam kuesioner.

#### **3.4.2 Data sekunder**

Data sekunder diperoleh melalui studi literatur, baik yang diperoleh dari data dan dokumen perusahaan, studi pustaka, internet, jurnal-jurnal, dan berbagai sumber lainnya.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan dan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

#### **3.5.1 Studi pustaka**

Studi Pustaka dilakukan sebagai landasan teori yang sumbernya berasal dari buku literatur, surat kabar, internet, jurnal-jurnal, dan lain-lain yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

#### **3.5.2 Metode survey (*survey methods*)**

1. Metode survei merupakan metode pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis.



2. Metode ini memerlukan adanya kontak atau hubungan antara peneliti dengan subjek (responden) penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan.
3. Data yang diperoleh sebagian besar merupakan data deskriptif, akan tetapi pengumpulan data dapat dirancang untuk menjelaskan sebab akibat atau mengungkapkan ide-ide.
4. Umumnya digunakan untuk mengumpulkan data yang sama dari banyak subjek.
5. Teknik yang digunakan adalah Kuesioner

### 3.5.3 Metode kuesioner (questionnaires methods)

Pada penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data dengan menggunakan kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Metode kuisisioner digunakan untuk memperoleh data primer dari konsumen yang datang ke pelabuhan Lembar Kabupaten Lombok Barat. Dasar pertanyaan telah disusun untuk mendapatkan informasi yang diperlukan tentang dimensi serta atribut jasa yang akan diolah. Penyusunan kuisisioner berdasarkan metode *service quality*, kuisisioner terdiri dari beberapa pertanyaan yang dibagi dalam beberapa bagian, yaitu:

1. Pertanyaan yang mengenai identifikasi persepsi dan harapan pelanggan, pertanyaan ini mengukur persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang berisi pertanyaan-

pertanyaan yang mewakili kelima variabel dalam kualitas pelayanan penilaian dilakukan oleh responden dengan menggunakan skala Likert sampai 5 untuk setiap pertanyaan.

2. Pertanyaan yang mengukur tingkat kepentingan dari setiap variabel. Responden memberikan nilai sesuai dengan tingkat kepentingan setiap variabel sehingga didapatkan jumlah nilai keseluruhan dari masing-masing variabel.

#### 3.5.4 Metode wawancara (*Interview methods*)

Metode wawancara digunakan peneliti untuk mendapatkan data tentang gambaran umum perusahaan serta memperoleh gambaran secara langsung tentang kepuasan konsumen, sehingga lebih memudahkan bagi peneliti untuk memahami permasalahan yang ada.

#### 3.5.5 Metode observasi (*observation methods*)

Metode observasi dilakukan peneliti melalui pengamatan secara langsung pada objek penelitian yang terdapat di pelabuhan Lembar Kabupaten Lombok Barat untuk memberikan gambaran yang sesungguhnya dari objek yang diteliti.

### 3.6 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini meliputi: metode deskriptif, kualitatif-kuantitatif. Untuk menjawab perumusan masalah mengenai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan/penumpang bila ditinjau dari kesenjangan (*GAP*) dan kesesuaian

antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan (*service quality*) terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan Pelabuhan Kapal Laut Jurusan Lembar-Surabaya, maka pada penelitian ini menggunakan metode *Mean Importance Mean Performance Analysis (IPA)* atau Analisis Tingkat Kepentingan dan kinerja (kepuasan pelanggan) menurut Martile dan James (dalam Supranto 2006) dan *Service quality (SERVQUAL)* menurut Zeithaml (1990) (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005). Metode ini menggunakan asumsi bahwa kepuasan penumpang merupakan fungsi-fungsi dari harapan konsumen akan atribut penting dari suatu dimensi pelayanan dan kenyataan kinerja dari atribut tersebut dengan menggunakan skala *likert* yang terdiri dari : sangat penting, penting, netral, tidak penting dan sangat tidak penting.

Dari kelima penilaian tersebut peneliti memberikan bobot sebagai berikut:

a) Penilaian Atribut Tingkat Kepentingan (*importance*) pelayanan

- |  |     |
|--|-----|
| 1. Jawaban sangat penting diberi bobot       | = 5 |
| 2. Jawaban penting diberi bobot              | = 4 |
| 3. Jawaban netral diberi bobot               | = 3 |
| 4. Jawaban tidak penting diberi bobot        | = 2 |
| 5. Jawaban sangat tidak penting diberi bobot | = 1 |

b) Penilaian Atribut Tingkat Kinerja (*performance*) pelayanan

- |   |   |
|---|---|
| 1. Jawaban sangat penting di beri bobot | = |
|---|---|

- 2. Jawaban penting diberi bobot = 4
- 3. Jawaban netral diberi bobot = 3
- 4. Jawaban tidak penting diberi bobot = 2
- 5. Jawaban sangat tidak penting diberi bobot = 1

Berdasarkan hasil penelitian tingkat kinerja dan hasil kepentingan maka dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja oleh PT.ASDP pelabuhan Lembar. Menurut Supranto (2006) tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian tersebut yang akan menentukan prioritas peningkatan factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang dilambangkan oleh huruf X dan Y, dimana :

X = tingkat kesesuaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan/penumpang.

Y = tingkat kepentingan para pelanggan/penumpang.

Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \dots\dots\dots (3.3)$$

Keterangan :

T<sub>ki</sub> = tingkat kesesuaian responden

X<sub>i</sub> = skor penilaian kinerja perusahaan

$Y_i$  = skor penilaian kepentingan konsumen

Selanjutnya, sumbu-sumbu mendatar ( $\bar{X}$ ) akan diisi skor tingkat pelaksanaan atau kinerja, sedangkan sumbu tegak ( $\bar{Y}$ ) akan diisi oleh skor tingkat harapan kepentingan. Rumus yang digunakan adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \dots\dots\dots ( 3.4)$$

Keterangan :

$\bar{X}$  =Skor rata-rata tingkat kinerja/kepuasan

$\bar{Y}$  =Skor rata-rata tingkat kepentingan

N =Jumlah responden

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang di batas oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titiktitik ( $\bar{X}$ ,  $\bar{Y}$ ) .  $\bar{X}$  adalah rata-rata skor tingkat pelaksanaan seluruh unsur yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Dan  $\bar{Y}$  adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh unsur yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{k=1}^n \bar{X}_k}{k} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{k=1}^n \bar{Y}_k}{k}$$

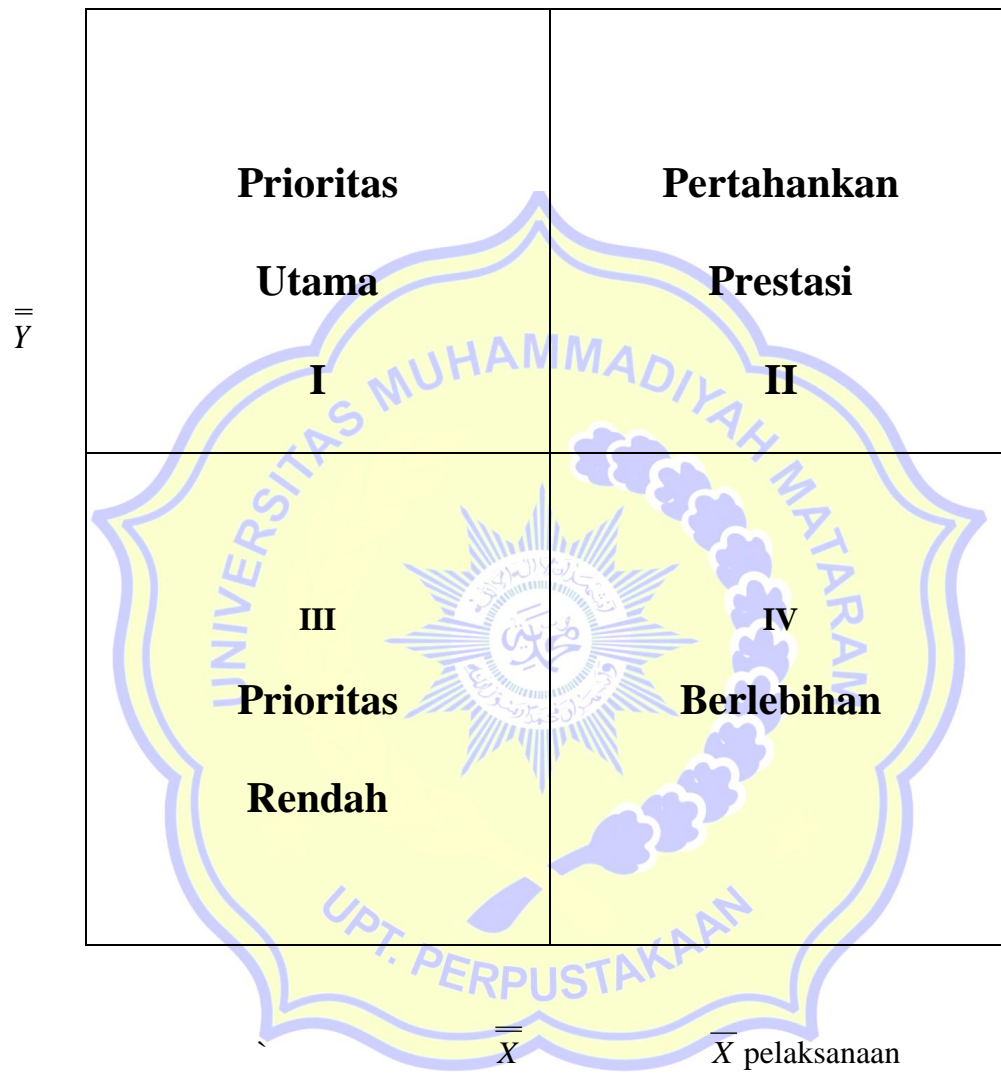
Keterangan :

K = banyaknya unsur atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.



Hasil dari perhitungan tersebut kemudian dipetakan dan dijabarkan dengan Diagram Kartesius seperti di gambar 3.1 berikut:

$\bar{Y}$  Kepentingan



Gambar 3.1 Diagram Kartesius

Sumber: *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Supranto, 2006).

Keterangan:

A. Kuadran I Prioritas Utama

Menunjukkan unsur jasa yang dianggap penting dan mempengaruhi kepuasan konsumen namun perusahaan belum melaksanakannya sesuai dengan harapan konsumen sehingga menimbulkan kekecewaan/rasa tidak puas.

B. Kuadran II Penahankan Prestasi

Menunjukkan unsur jasa pokok yang keberhasilannya telah di laksanakan dengan baik dan wajib di pertahankan di anggap sangat penting dan memuaskan.

C. Kuadran III Prioritas Rendah

Menunjukkan faktor atau unsur yang tidak penting, sehingga perusahaan melaksanakannya secara berlebihan. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

D. Kuadran IV Prioritas Berlebihan

Menunjukkan unsur jasa sangat tidak penting, akan tetapi perusahaan melaksanakannya secara berlebihan. Dianggap sangat tidak penting tapi sangat memuaskan.

### 3.7 Uji Instrumen Pengumpulan Data

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus di buang atau diganti karna dianggap tidak relevan, pengujiannya secara statistik, yang dapat

dilakukan secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan paket komputer SPSS (Umar. Husein, 2013:386). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dapat menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut valid dalam mengukur variabel yang diukur. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut :

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid.

Rumus yang digunakan dalam Uji Validitas Data adalah sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{n(\sum Xi Y) - (\sum Xi \sum Y)}{\sqrt{[n\sum Xi^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots \dots \dots (3.6)$$

Dimana :

$T_{xy}$  : Koefisien korelasi

$N$  : Jumlah sampel

$X_i$  : Jawaban responden

$Y$  : Total jawaban responden

Dengan menggunakan alat bantu program *Microsoft excel* 2010 dan program SPSS versi 16 (*Statistic Product and Service Solutions*)

Jika anda mengumpulkan data yang berasal dari responden, misalnya dengan menggunakan skala Likert, hal pertama yang harus anda lakukan adalah menguji validitas dan reliabilitas data kuesioner tersebut. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sampai sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang diteliti. Dalam survey uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan total skor. Teknik korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment*, dimana instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasinya ( $r$ ) > r tabel.

- a. Input data asli dari kuesioner anda ke dalam worksheet SPSS, jangan lupa sertakan totalnya di bagian paling akhir.
- b. Kemudian pilih variabel view dan beri nama label masing-masing kolom.
- c. Pilih *Analyze –Correlate– bivariate*.
- d. Setelah itu akan muncul kotak dialog *bivariate correlation*, kemudian blok semua variabel beserta total dan pindahkan ke kolom variabel, lalu kemudian pada *correlation coefficient* pilih *pearson*; kemudian *test of significant* pilih *2-tailed–.OK*.
- e. Setelah itu akan muncul *output*.

### 3.7.2 Uji reliabilitas

Azwar (2001) mengatakan bahwa reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang artinya keterpercayaan, keterandalan, konsistensi dan sebagainya. Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur tidak berubah. Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan kedalam lima kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- b. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- c. Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- d. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- e. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel (Triton, 2005)

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *alpha Cronbach* untuk menentukan apakah setiap instrumen reliabel atau tidak. Pengukuran ini menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$



(Nunnally, dalam Ghozali, 2006). Jadi nilai koefisien  $\alpha > 0,60$  merupakan indikator bahwa kuesioner tersebut reliabel (Ghozali, 2006). Rumus uji realibilitas data adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{2 \cdot rb}{1 + rb} \dots \dots \dots (3.7)$$

keterangan :

$r_{11}$  : nilai reliabilitas

$rb$  : nilai koefisien korelasi

Nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah diatas 0,7 (cukup baik), diatas 0,8 (baik)

### 3.8 Analisa Kesenjangan Kualitas (*SERVQUAL*)

Model kualitas jasa yang paling populer dan hingga kini dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa adalah *SERVQUAL* (singkatan dari *service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985, 1988, 1990, 1993, 1994).

*SERVQUAL* ini dikelompokkan dengan istilah *Gap Analysis*. Model ini berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang didasarkan pada ancangan diskon firmasi (Oliver, 1997). Ancangan ini menegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut (*performance*) meningkat lebih besar dari pada harapan (*expectations*) atas atribut bersangkutan, maka persepsi terhadap kualitas jasa akan positif dan sebaliknya.

Metode ini dikembangkan oleh Zeithaml (1990) yang mengukur kualitas secara kuantitatif dalam bentuk kuisisioner yang mengandung dimensi-

dimensi kualitas jasa, yaitu *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* (Philip Kotler, 1994 Dalam Supranto, 2006).

Berry, para suraman dan zeithml mengembangkan rumus berikut ini (tjiptono, 2005) :

$$Q = P - E \dots\dots\dots ( 3.8 )$$

Keterangan :

Q = Kualitas pelayanan

P = Persepsi (Tanggapan) Pelayanan Yang Sesungguhnya Diterima

E = Ekspektasi (Harapan) Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan

Setelah membahas Model Analisis di atas, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry lantas mengajukan Proposisi Ke-7 yang berbunyi: “Pelanggan biasanya bersandar pada unsur pengalaman di saat menilai kualitas pelayanan.”

*Perceived Service Quality* (Kualitas Pelayanan yang Diterima) berkisar pada kontinum kualitas ideal hingga kualitas yang tidak bisa diterima, di mana poin-poin di sepanjang kontinum tersebut mewakili kualitas kepuasan. Pemosisian persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan pada kontinum bergantung pada sifat kesenjangan antara *Expected Service* (ES) dengan *Perceived Service* (PS), yang dirangkum dalam proposisi ke-8, yang bunyinya:

Proposisi 8:

- a) Kala  $ES > PS$ , kualitas diterima lebih kecil ketimbang kepuasan dan akan membawa pada kualitas tidak bisa diterima secara total, dengan meningkatkan kesenjangan antara ES dan PS;

- b) Kala  $ES = PS$ , kualitas diterima adalah memuaskan;
- c) Kala  $ES < PS$ , kualitas diterima lebih dan yang diharapkan dan akan membawa pada kualitas ideal, dengan meningkatkan kesenjangan antara ES dan PS.
1. Jika  $Q > 0$  maka  $ES > PS$ ; pelanggan kurang puas atas pelayanan yang diterima;
  2. Jika  $Q = 0$  maka  $ES = PS$ ; pelanggan puas atas pelayanan yang diterima;
  3. Jika  $Q < 0$  maka  $ES < PS$ ; pelanggan lebih dari puas atas pelayanan yang diterima atau mengalami kondisi ideal.

Gap analysis digunakan untuk membandingkan antara tingkat persepsi pelanggan mengenai kepentingan suatu atribut terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

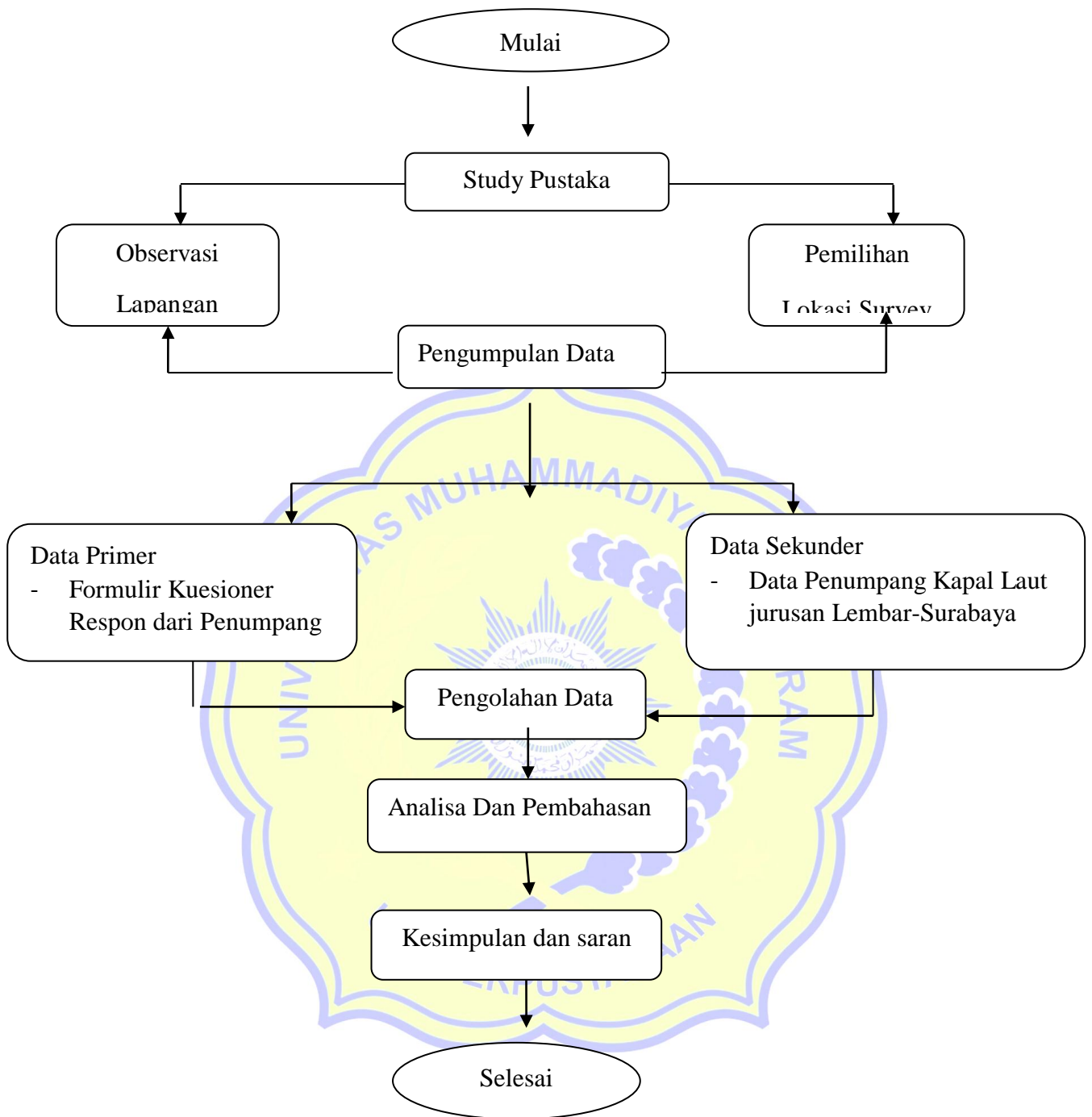
Analisis ini menggunakan nilai mean untuk tingkat kinerja dan tingkat kepentingan semua atribut yang ditemukan dalam *Importance and Performance Analysis* yang telah dilakukan sebelumnya.

Selisih antara nilai mean tingkat kinerja dan tingkat kepentingan tersebut merupakan gap yang terjadi untuk atribut tersebut. Nilai positif(+) dari gap tersebut menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil memuaskan harapan pelanggan, sedangkan nilai negatif(-) dari gap tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasa bahwa harapannya belum dapat dipenuhi oleh perusahaan.

### 3.9 Bagan Alir Penelitian

Tahapan atau langkah-langkah yang digunakan dalam melakukan penelitian untuk dapat berjalan dengan benar seperti yang terlihat di gambar 3.2 berikut:





Gambar 3.2 Bagan Alir Penelitian