

SKRIPSI

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN
PENUMPANG
P.O TITIAN MAS JURUSAN SUMBAWA-MATARAM (2018)**

**EFFECT OF SERVICES ON PASSENGER SATISFACTION
PO. TITIAN MAS SUMBAWA-MATARAM DEPARTMENT
(2018)**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis



DISUSUN OLEH :

MEGA KAPINA SARI

NIM. 21512A0035

KONSENTRASI PERBANKAN

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

F3KULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

2019

SKRIPSI

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN
PENUMPANG
P.O TITIAN MAS JURUSAN SUMBAWA-MATARAM (2018)**

**EFFECT OF SERVICES ON PASSENGER SATISFACTION
PO. TITIAN MAS SUMBAWA-MATARAM
DEPARTMENT(2018)**



**KONSENTRASI PERBANKAN
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
F3KULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN
PENUMPANG
P.O TITIAN MAS JURUSAN SUMBAWA-MATARAM TAHUN
2018

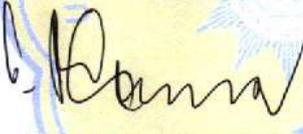
Oleh :

MEGA KAPINA SARI
21512A0035

Telah Memenuhi Syarat dan Disetujui
Pada Tanggal, Agustus 2019

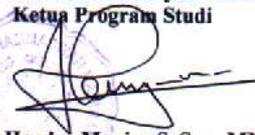
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Drs. H. Abdurrahman, M.M
NIDN. 0804116101


Sulhan Hadi, S.E., M.M
NIDN. 0813038202

Mengetahui,
Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Ketua Program Studi


Lalu Hendra Maniza, S. Sos., MM
NIDN. 0828108404

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang PO. Titian Mas Jurusan Sumbawa-Mataram Tahun 2018". Telah disetujui oleh dewan penguji Skripsi sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis, pada Program Studi Administrasi Bisnis.

Oleh :

MEGA KAPINA SARI
21512A0035

Pada Tanggal, Agustus 2019
Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Dengan Baik
Tim Penguji

Drs. H. Abdurrahman, M.M (PU)
NIDN. 0804116101

Sulhan Hadi, S.E., M.M (PP)
NIDN. 0813038202

Dedy Iswanto, ST., MM (PN)
NIDN. 0818087901

Mengetahui,
Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan Program Studi



Drs. Amil, M.M
NIDN. 0831126204

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya mengatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor), baik di Universitas Muhammadiyah Mataram maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Mataram, 23 Agustus 2019
Yang Membuat Pernyataan



RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Malang pada tanggal 27 November 1996, sebagai putri kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Ir. Sabda Utama dan Ibu Ni Kadek Tamiaranti. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SDN 1Empang pada tahun 2002 dan lulus pada tahun 2008.

Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Empang lulus pada tahun 2011, dan menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Empang lulus pada tahun 2014. Tahun 2015, penulis mengikuti tes masuk perguruan tinggi dan terdaftar sebagai mahasiswa Strata 1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.



PERSEMBAHAN

Dengan Memanjatkan Puji Syukur Ke Hadirat Allah Swt, Skripsi Ini Penulis

Persembahkan Kepada :

1. Yang Utama Dari Segalanya, sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.
2. Teristimewa untuk Ayahanda Ir. Sabda Utama dan Ibunda Ni Kadek Tami Arianti tersayang yang tiada henti-hentinya memberikan dukungan dan dorongan moril maupun materil kepada penulis. Dengan doa restu yang sangat mempengaruhi dalam kehidupan penulis, kiranya Allah SWT membalasnya dengan segala berkah-Nya.
3. Untuk kakak saya Lara Istkharati, terima kasih atas doa dan bantuan selama ini. Saya akan berusaha untuk selalu menjadi yang terbaik.
4. Semua keluarga saya, terima kasih atas doa dan dukungan yang selalu diberikan.
5. Sahabat saya d'Rainbow, Aini Rahayu, Martina, Astuti, Lina Wati, Lalu Ahmad Fawaid terima kasih atas semangat yang selalu diberikan.
6. Almamater Universitas Muhammadiyah Mataram.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”.

(QS Al Baqarah 286)

“Seseorang yang bertindak tanpa ilmu ibarat bepergian tanpa petunjuk. Dan sudah banyak yang tahu kalau orang seperti itu sekiranya akan hancur, bukan selamat.”

(Hasan Al Basri)

“Barang siapa yang menunjuki kepada kebaikan, maka ia akan mendapatkan pahala seperti pahala orang yang mengerjakannya”

(H.R. Muslim)

“Bermimpilah seakan kau akan hidup selamanya. Hiduplah seakan kau akan mati hari ini”

(James Dean)

“Hidup ini seperti sepeda. Agar tetap seimbang, kau harus terus bergerak”

(Albert Einstein)

“Belajar menghargai dan mensyukuri apapun yang dimiliki”

(Mega Kapina Sari)

PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG PO. TITIAN MAS JURUSAN SUMBAWA- MATARAM (2018)

Oleh :

Mega Kapina Sari
21312A0035

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan penumpang di PO. Titian Mas : Kepuasan penumpang PO. Titian Mas jurusan Sumbawa-Mataram, Pelayanan di PO. Titian Mas jurusan Sumbawa-Mataram, Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan penumpang PO. Titian Mas jurusan sumbawa-mataram.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua penumpang di PO. Titian Mas jurusan Sumbawa-Mataram. Sampel penelitian ini terdiri dari 100 responden penumpang PO. Titian Mas jurusan sumbawa-mataram yang ditentukan secara probability sampling dengan simple random sampling. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner yaitu dengan memberikan 18 pernyataan kepada responden. Data yang diperoleh kemudian di analisis secara kuantitatif yaitu berupa analisis regresi linier sederhana dipergunakan untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan penumpang PO. Titian Mas jurusan Sumbawa-Mataram.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang PO. Titian Mas jurusan Sumbawa-Mataram. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh persamaan regresi $Y=1.458+0,161X$, sehingga jika X naik 1 maka Y naik 0,161 satuan.

Kata Kunci : Pelayanan, Kepuasan Penumpang, PO. Titian Mas

***EFFECT OF SERVICES ON PASSENGER SATISFACTION PO.
TITIAN MAS SUMBAWA-MATARAM DEPARTMENT (2018)***

By:

Mega Kapina Sari
21512A0035

ABSTRACT

This study aims to determine passenger satisfaction at PO. Titian Mas: Passenger satisfaction PO. Titian Mas majoring in mathematics, Services at PO. Titian Mas majoring in Sumbawa-Mataram, Effect of service on passenger satisfaction PO. Titian Mas majoring in Sumbawa-Mataram

The population in this study were all passengers at PO. Titian Mas majoring in Sumbawa-Mataram. The research sample consisted of 100 respondents PO. Titian Mas is majoring in sampling, which is determined by probability sampling by simple random sampling. Data collection techniques in this study used questionnaires or questionnaires, namely by giving 18 statements to respondents. The data obtained is then analyzed quantitatively, namely in the form of simple linear regression analysis used to determine the effect of service on passenger satisfaction PO. Titian Mas majoring in Sumbawa

Based on the results of the analysis carried out the service has a positive and significant effect on passenger satisfaction PO. Titian Mas majoring in Sumbawa-Mataram. This can be seen from the significance value of $0,000 < 0,05$. From the results of these calculations obtained a regression equation $Y = 1.458 + 0.161X$, so that if X rises 1 then Y rises 0.161 units.

Keywords : Services, Passenger Satisfaction, PO. Titian Mas

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis persembahkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang P.O Titian Mas Jurusan Sumbawa-Mataram (2018)”. Serta tidak lupa pula shalawat dan salam kepada Rasulullah SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Strata-1 (S1) di Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Penulis menyadari dalam penyusunan Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abdul. Gani, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Drs. Amil, M.M selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Drs. H. Abdurrahman, M.M dan Bapak Sulhan Hadi, S.E., M.E selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah banyak membantu penulis memberikan pengarahan, bimbingan, saran serta dorongan yang sangat berarti kepada penulis dalam menyusun Skripsi ini.

4. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.sos, MM selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis yang telah berkenan memberikan izin dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen dan seluruh Pegawai Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Kepala Perusahaan TitianMas yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan segenap karyawan perusahaan TitianMas yang telah membantu serta memberikan kemudahan dalam pengumpulan data untuk keperluan Skripsi ini.
7. Teristimewa untuk Ayahanda Ir. Sabda Utama dan Ibunda Ni Kadek Tami Arianti tersayang yang tiada henti-hentinya memberikan dukungan dan dorongan moril maupun materil kepada penulis. Dengan doa restu yang sangat mempengaruhi dalam kehidupan penulis, kiranya Allah SWT membalasnya dengan segala berkah-Nya.
8. Dosen-dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan saran untuk penyusunan Skripsi ini.
9. Teman-teman dan sahabat se-Almamater Universitas Muhammadiyah Mataram
10. Dan semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih mempunyai banyak kekurangan, oleh karenanya penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk penyempurnaan proposal penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap semoga

Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan.

Mataram, 23 Agustus 2019

Mega Kapina Sari



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1. PenelitianTerdahulu	6
2.2. KajianTeori	8
2.2.1.Pelayanan	8
1. PengertianPelayanan	8

2. Tujuan Pelayanan	9
3. Dimensi Kualitas Pelayanan	11
2.2.2. Kepuasan	13
1. Pengertian Kepuasan	13
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	15
3. Mengukur Kepuasan Pelanggan	16
4. Survey Kepuasan Pelanggan	17
5. Harapan Pelanggan	18
2.3. Kerangka Berfikir	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1. Metode Penelitian	20
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
3.3. Teknik Pengumpulan Data	20
3.4. Jenis dan Sumber Data	21
3.4.1. Jenis Data	21
3.4.2. Sumber Data	22
3.5. Definisi Operasional Variabel	22
3.5.1. Pelayanan	23
3.5.2. Indikator Pelayanan	23
3.5.3. Kepuasan Konsumen	23
3.5.4. Indikator Kepuasan Konsumen	24
3.6. Populasi dan Sampel	24
3.6.1. Populasi	24
3.6.2. Sampel	25
3.7. Jenis Variabel Penelitian	27
3.8. Teknik Analisis Data	28
3.9. Instrumen Penelitian	29

3.10. Teknik Analisis Data.....	42
3.10.1.Uji Validitas	31
3.10.2.Uji Rehabilitas.....	32
3.11.Analisis Regriasi Linear Sederhana	32
3.12.Uji Hipotesis.....	33
3.12.1.Uji Parsial.....	33
3.12.2.Koefisien Determinasi.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	35
4.1.2. Sarana dan Prasarana.....	36
4.1.3. Lokasi Kantor.....	36
4.1.4. Visi dan Misi Perusahaan.....	37
4.2. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	37
4.2.1. Responden Berdasarkan Kelamin	38
4.2.2. Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.2.3. Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.3.Distribusi Jawaban Responden	40
4.4.Analisis Uji Validitas	48
4.5.Analisis Uji realibilitas.....	50
4.6. Deskripsi Data Hasil Penelitian	51
4.7. Analisis Data Dan Uji Hipotesis	56
4.8. Uji Hipotesis.....	58
1. Uji t.....	58
4.9. Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	59
4.10. Pembahasan.....	61
BAB V PENUTUP.....	64

5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan jumlah penumpang PO Titian Mas.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 4.1 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakter Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Indikator Pelayanan.....	41
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Kepuasan Penumpang	47
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Untuk Variabel Kepuasan Pelayanan	49
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Untuk Variabel Kepuasan Penumpang.....	49
Tabel 4.8 Frekuensi Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang PO. Titian Mas	52
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Faktor Bukti Langsung	53
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Faktor Keandalan	53
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Faktor Daya tanggap	54
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Faktor Jaminan	55
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Faktor Empati	56
Tabel 4.14 Coefficient sa	57
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Faktor Empati	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	19
-----------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi seperti sekarang ini, dalam bidang manapun sudah semakin maju tak terkecuali dunia bisnis, persaingan bisnis yang semakin ketat membuat para pelaku bisnis harus selalu siap dalam menghadapi perubahan pasar, baik pebisnis makanan, properti, jasa dan lain sebagainya. Ketinggalan sedikit saja dalam membuat bisnis kita terdepan tentu ini akan berakibat fatal, pesaing akan terus maju, dan bisnis kita akan ketinggalan jika tidak adanya kemajuan dalam diri untuk mengembangkan bisnis, terutama dalam bisnis jasa transportasi, dalam era dewasa ini sudah semakin banyak ide-ide kreatif yang muncul, seperti Gojek, Grab Bike, *Grab Car* dan *Uber*, dengan adanya kemunculan transportasi tersebut juga semakin menambah persaingan dalam dunia jasa transportasi.

Transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi ada dua unsur yang terpenting yaitu pemindahan/pergerakan dan secara fisik mengubah tempat dari barang dan penumpang ke tempat lain (Menurut Salim:2000). Keberadaan kegiatan pengangkutan juga tidak dapat dipisahkan dari kegiatan atau kehidupan manusia sehari-hari. Mulai dari zaman kehidupan manusia yang paling sederhana sampai kepada taraf kehidupan manusia yang *modern* senantiasa didukung oleh kegiatan pengangkutan. Bahkan salah satu barometer penentu kemajuan kehidupan dan peradaban suatu masyarakat

adalah kemajuan dan perkembangan kegiatan maupun teknologi yang dipergunakan masyarakat tersebut dalam kegiatan pengangkutan.

Semakin banyaknya transportasi yang muncul, setiap perusahaan berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaannya, Pelayanan (*Service*) ialah sebagai suatu tindakan ataupun kinerja yang bisa diberikan pada orang lain (Kotler:2003:464), dalam dunia bisnis pelayanan sangat penting, tak terkecuali dalam bisnis jasa, pelayanan yang tidak baik tentu akan sangat berdampak bagi jalannya bisnis, para pelanggan akan lari, dan bahkan tidak akan pernah menggunakan jasa kita lagi jika tidak merasa puas dengan pelayanan yang perusahaan berikan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler:2006:177). Banyak strategi yang dilakukan setiap perusahaan untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan di perusahaannya agar pelanggan puas dan bisa kembali memakai jasa yang perusahaan tawarkan, tak terkecuali di perusahaan jasa PO. Titian Mas Kabupaten Sumbawa..

PO. Titian Mas merupakan salah satu bus yang melayani rute Empang-Sumbawa, Sumbawa-Mataram, dan Sumbawa-Mataram-Surabaya-Malang untuk Bus Besar. Berawal dari angkutan antar desa di sekitar Sumbawa Besar-Nusa Tenggara Barat, yang dirintis oleh Bapak Chandra Wirianto sejak

tahun 1960-an, sejak tahun 1994 PO. Titian Mas berkembang menjadi sebuah jasa pelayanan transportasi antar kota dalam propinsi yang melayani jurusan Mataram ke Sumbawa dan sebaliknya.

Pada tahun 1995 seiring dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat atas layanan jasa transportasi, Titian Mas mulai melakukan perluasan layanannya menjadi jasa bus antar kota antar propinsi, dan kemudian diperluas lagi menjadi antar propinsi, khususnya jalur transportasi Jawa Timur, Bali, Mataram dan Sumbawa. Semakin tingginya dukungan dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang diberikan Titian Mas, pada tahun 2002 Titian Mas membuka cabang baru di kota Malang, dan pada tahun 2006 Titian Mas mendirikan divisi pariwisata. Berikut salah satu bukti perkembangan yang terjadi pada perusahaan PO Titian Mas :

Tabel. 1.1.

Perkembangan jumlah penumpang PO Titian Mas dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018

Tahun	Jumlah Penumpang (Orang)
2016	20.517
2017	23.326
2018	26.637

Sumber : Pra-Survey PO Titian Mas

Dari tabel 1.1 di atas terlihat bahwa antara tahun 2016 sampai dengan 2018 jumlah penumpang meningkat setiap tahunnya yakni dari 20.517 orang pada tahun 2016 menjadi 23.326 orang pada tahun 2017, peningkatan penumpang tahun 2017 sebesar 2.809 orang dengan persentase 12% dan pada tahun 2018

jumlah penumpang sebesar 26.637 orang, mengalami peningkatan sebesar 3.311 orang dengan persentase 14%. Data ini berdasarkan laporan penumpang PO. Titian Mas tahun 2018.

PO. Titian Mas mengalami peningkatan penumpang secara signifikan disebabkan karena pada hari tertentu misalnya hari liburan, mayoritas penumpang banyak sebagai pekerja, mahasiswa dan lain-lain yang banyak menggunakan jasa PO. Titian Mas.

PO. Titian Mas sukses memberikan pelayanan yang baik kepada penumpang, dengan cara meningkatkan pelayanan kepada penumpang melalui layanan PO. Titian Mas. Berbagai fasilitas beserta pelayanan akan terus di tingkatkan, sehingga jumlah pelanggan terus bertambah, dan semakin banyak pula penumpang yang beralih ke transportasi umum tersebut.

Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk kemudian dijadikan sebagai penelitian dengan judul “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang PO. Titian Mas Jurusan Sumbawa-Mataram”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, yang menjadi rumusan masalah proposal ini adalah apakah ada Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang PO. Titian Mas Jurusan Sumbawa-Mataram?

1.3 Batasan masalah

Agar penelitian ini dapat terarah dan bisa mencapai sasaran, maka bahasan dalam penelitian ini hanya di fokuskan pada hal-hal berikut:

1. Pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hanya berlaku pada PO. Titian Mas Jurusan Sumbawa-Mataram.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang PO. Titian Mas Jurusan Sumbawa-Mataram

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Akademis

Manfaat akademis dalam penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Administrasi Bisnis pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

2. Secara Teoritis

Menambah wawasan pengetahuan pentingnya pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan bisnis manapun untuk selalu meningkatkan pelayanan yang baik agar konsumen menjadi puas.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan	Persamaan	Hasil
1	SAFIRA (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets	Pelayanan: 1. Reabilitiy 2. Responsiveness 3. Empat 4. Assurance 5. Tangibles Kepuasan : 1. Mutu Produk atau Jasa 2. Mutu Pelayanan 3. Harga 4. Waktu 5. Keamanan	Menggunakan penelitian kuantitatif	1. Tempat penelitian berbeda 2. Variabel kepuasan (y) berbeda	1. Sama-sama meneliti tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. 2. Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif 3. Variabel pelayanan (x) Sama	Menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang meliputi; tangibles reliability, responsiveness, assurance, empathy berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2	Wildan (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta	<p>Pelayanan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tangible 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Emphaty <p>Kepuasan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Produk 2. Kualitas Pelayanan 3. Emosional 4. Harga 5. Biaya 	Menggunakan penelitian kuantitatif	Tempat penelitian berbeda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sama-sama meneliti tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. 2. Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif 3. Variabel pelayanan (x) Sama 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif pada konsumen sebesar 81,4% sedangkan sisanya sebesar 18,6% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini
3	Nuraeni (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Pt. PIn (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kabupaten Sinjai (Studi Kasus Pelanggan Rumah Tangga Tarif 900 Va)	<p>Pelayanan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tangible 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Emphaty <p>Kepuasan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebersihan dan kelengkapan ruangan 2. Mudah memperoleh informasi yang jelas 3. Mutu pelayanan 4. Bersikap ramah 5. Sikap petugas dalam menanggapi 	Menggunakan penelitian kuantitatif	Tempat penelitian berbeda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sama-sama meneliti tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai t hitung lebih besar dari t table dan persentasenya sebesar 66%, 34% dipengaruhi oleh factor lain diluar variable kualitas pelayanan 2. Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif 3. Variabel pelayanan (x) Sama 	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena nilai t hitung lebih besar dari t table dan persentasenya sebesar 66%, 34% dipengaruhi oleh factor lain diluar variable kualitas pelayanan

			6. Keramahan petugas 7. Fasilitas lengkap 8. Cepat merespon pelanggan				
--	--	--	---	--	--	--	--

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan nasabah adalah rangkaian kegiatan sikap dan perilaku petugas bank dalam menerima kehadiran atau berkomunikasi dengan nasabah secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Moenir (2006:47), Beliau menjelaskan bahwa pelayanan ialah sebuah proses dari pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.

Brata (2003 : 9), Beliau mengeluarkan definisi yang tidak sama atau berbeda di dalam karyanya yang mempunyai judul dasar-dasar pelayanan prima, beliau mengatakan bahwa “Suatu pelayanan akan terbentuk dikarenakan adanya sebuah proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan pada pihak yang dilayaninya”. Dan selain itu juga brata menambahkan bahwa suatu pelayanan bisa

terjadi diantara seseorang dengan seseorang yang lain, seseorang dan juga dengan kelompok, atau juga kelompok dengan seseorang seperti halnya orang-orang yang berada didalam sebuah organisasi. Yang juga memberikan pelayanan pada orang-orang yang ada di sekitarnya yang juga membutuhkan sebuah informasi organisasi itu sendiri.

Loina (2001:138), di dalam bukunya yang bertajuk hubungan masyarakat membina hubungan baik dengan publik. Yang beranggapan bahwa sebuah pelayanan ialah suatu proses keseluruhan sebuah pembentukan citra dari perusahaan, baik dengan melalui media berita, membentuk sebuah budaya perusahaan secara internal, ataupun melakukan sebuah komunikasi mengenai pandangan perusahaan pada para pemimpin pemerintahan seta publik yang lainnya yang berkepentingan.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan bisa diartikan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Pada dasarnya melayani adalah kegiatan yang bersifat tidak berwujud yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, dan pelayanan yang baik akan membawa dampak positif terhadap perusahaan maupun pelanggan.

2. Tujuan Pelayanan

Selain melakukan pola tertentu dalam service ada dua kualitas layanan yaitu :

- 1) Kualitas Layanan Internal: kualitas pelayanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai organisasi/perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia.
- 2) Kualitas Layanan External: mengenai kualitas layanan kepada pelanggan external.

Setelah melakukan pola pelayanan dan mengetahui pelayanan, kita juga perlu mengevaluasi layanan kita, dalam evaluasi layanan bila kinerja pelayanan ini dikaitkan dengan harapan (*expectation*) dan kepuasan (*Satisfaction*) dengan gambaran sebagai berikut :

- 1) Kinerja < Harapan (*performance < Expectation*) dimana bila kinerja layanan menunjukkan keadaan di bawah harapan pelanggan, maka pelayanan kepada pelanggan dapat dianggap tidak memuaskan.
- 2) Kinerja = Harapan (*Performance = Expectation*) dimana bila kinerja layanan menunjukkan sama atau sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka pelayanan dianggap memuaskan, tetapi tingkat kepuasannya adalah minimal karena pada keadaan seperti ini dapat dianggap belum ada keistimewaan layanan, jadi pelayanan dianggap biasa atau wajar-wajar saja.
- 3) Kinerja > Harapan (*Performance > Expectation*) Bila kinerja layanan menunjukkan lebih dari yang diharapkan pelanggan, maka pelayanan yang di berikan ada pada tahap yang optimal.

3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dalam salah satu studi mengenai kualitas pelayanan oleh Parasuraman (1988) yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dalam empat perusahaan) berusia 25 tahun ke atas, disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi kualitas pelayanan (Tjiptono, Chandra dan Adriana:2008) :

1) Bukti Fisik (*tangible*)

Merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh para pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh : gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya).

2) Keandalan (*reliability*)

Adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

3) Ketanggapan (*responsiveness*)

Yakni suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.

4) Jaminan dan kepastian (*assurance*)

Adalah pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*).

5) Empati (*empathy*)

Maknanya memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan. Jika

kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas, dan sebaliknya. Singkat kata kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelayanan pelanggan yang mereka terima (Parasuraman, dkk: 1998).

2.2.2 Kepuasan

1. Pengertian Kepuasan

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:9), Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2000:75), definisi kepuasan adalah :Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:177), yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Umar (2005:65), Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah ketercapaian hal yang diinginkan seseorang, jika dalam dunia bisnis dan berposisi sebagai pelanggan, dapat di simpulkan bahwa kepuasaan adalah situasi dimana tercapainya pelayanan yang baik dari sebuah perusahaan untuk pelanggan.

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.

Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada pelangganlah yang dapat memberikan nilai Superior kepada mereka, dan memenangkan persaingan. Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan pelanggannya karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik pelanggan baru akan lebih tinggi

dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru.

Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Zeithmal dan Bitner (2003) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
- 2) Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 3) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
- 4) Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.

- 5) Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi.

Menurut Irawan (2004 : 37) faktor – faktor yang mendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas jasa, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan jasa tersebut ternyata kualitasnya baik.
- 2) Harga, untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
- 3) *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah *servqual*.
- 4) *Emotional Factor*, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya *emosional value* yang diberikan oleh jasa tersebut.
- 5) Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan jasa atau pelayanan.

3. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2005) ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu “ sistem keluhan dan saran, pelanggan

bayangan, *lost customer analysis*, dan *survey* kepuasan pelanggan.”

Untuk lebih jelasnya diuraikan sbb:

- 1) Sistem Keluhan dan Saran. Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.
- 2) *Ghost Shopping* (Pelanggan Bayangan). Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berpesan atau bersikap sebagai pelanggan atau calon pembeli produk perusahaan dan pesaing.
- 3) *Lost Customer Analysis*. Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting karena *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei baik dengan survei pos, telepon, maupun wawancara pribadi.

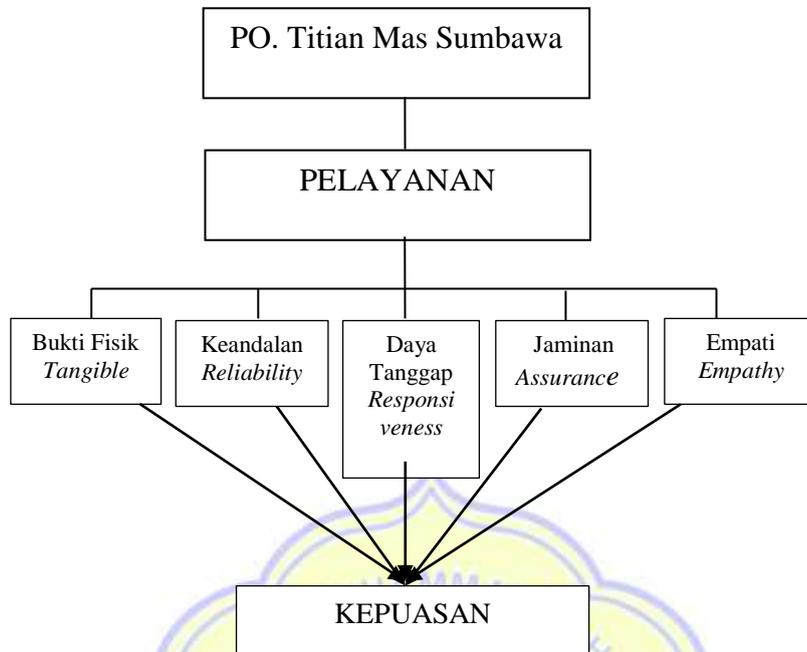
5. Harapan Pelanggan

Konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan, telah tercapai consensus bahwa harapan pelanggan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan. Menurut Olson dan Dover (2001) bahwa “Harapan Pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.”

Menurut Rangkuti ((2003) untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi melalui dua komponen antara lain adalah *Desire Service* dan *Adequate Service*, untuk lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut:

- 1) *Desire Service* adalah suatu pelayanan yang diharapkan akan diterima. Berupa tanggapan pelanggan sebelum menerima pelayanan.
- 2) *Adequate Service* adalah pelayanan yang cukup dapat diterima berupa tanggapan pelanggan setelah menerima pelayanan.

2.3 Kerangka Berfikir



Gambar 1.1 Kerangka Berfikir

Berdasarkan kerangka berfikir di atas, penelitian ini bertujuan ingin mengetahui pengaruh Pelayanan terhadap penumpang PO. Titian Mas Sumbawa-Mataram. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan yang diteliti didasarkan pada beberapa faktor yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung sebagai angka atau bilangan (Sugiyono, 2003:14)

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada PO. Titian Mas yang berlokasi di Kabupaten Sumbawa. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini pada bulan Juni 2019 hingga selesai.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

1. Angket (Kuesioner)

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket atau kuesioner. Angket atau Kuesioner adalah Teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis, 2008).

2. Dokumentasi

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data dengan menggunakan metode dokumentasi. Menurut Sugiyono (2014: 240) Mengatakan bahwa dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*Life Histories*), biografi, peraturan kebijakan, dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang berupa, film dan lain-lain.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

1. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk angka atau dengan kata lain data yang berbentuk kalimat, kata atau gambar. Dalam penelitian ini berupa latar belakang sejarah organisasi, struktur organisasi, dan data-data lain yang diambil dari dokumen organisasi (Sugiyono, 2003: 14).

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung sebagai angka atau bilangan (Sugiyono, 2003:14)

3.4.2 Sumber Data

1. Data Primer

Pada penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2013: 16). Responden dalam penelitian ini adalah Penumpang PO. Titian Mas studi kasus Kabupaten Sumbawa.

2. Data Skunder

Pada penelitian ini penulis menggunakan sumber data skunder. Data skunder merupakan sumber yang tidak langsung diperoleh dari catatan, buku, artikel, sebagai teori, dan lain sebagainya (Wiratna Sujarweni, 2014: 74). Sumber data skunder dalam penelitian ini diperoleh melalui dokumen berupa laporan buku, dokumentasi, sumber literature, buku-buku dan internet.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah objek penelitian atau sesuatu yang menjadi titik perhatian. Adapun dalam penelitian ini sebagai variabel dependen adalah Pelayanan (Y), sedangkan variabel independen adalah Kepuasan Konsumen (X).

3.5.1 Pelayanan (X)

Menurut Moenir (2006:47) pelayanan ialah sebuah proses dari pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.

3.5.2 Indikator Pelayanan

Menurut Tjiptono (2006: 219) indikator kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut :

- 1) *Reability*, adalah kemampuan memberikan pelayanan yang di janjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- 2) *Responsiveness*, yakni keinginan para karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan dengan baik.
- 3) *Emphaty*, meliputi kemudahan dalam hubungan komunikasi yang baik. perhatian yang baik. dan memenuhi kebutuhan konsumen.
- 4) *Assurance*, adalah mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan dari bahaya, dan resiko dan keragu-raguan.
- 5) *Tangibles*, meliputi fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

3.5.3 Kepuasan Konsumen (Y)

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:9) kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya amat puas dan gembira.

3.5.4 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Hessel Nogi S. Tangkilisan, 2005. Manajemen Publik Jakarta: PT.Gramedia Pustaka. 101), antara lain sebagai berikut :

1. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang di harapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.

2. Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.

3. Kesediaan Merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Dalam penelitian ini penulis menggunakan populasi untuk meneliti. Menurut Sugiyono (2009: 117) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Penumpang PO.Titian Mas jurusan Sumbawa-Mataram yang semuanya berjumlah 26.637 penumpang yang di ambil pada bulan Januari-Desember 2018.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah subjek dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Sebjek ini di ambil karena banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang di sebut sampel (Sugiyono, 2013:91). Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena Keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Apa yang di pelajari dari sampel itu kesimpulannya akan dapat di berlakukan untuk populasi, untuk itu sampel yang di ambil dari populasi harus betul-betul repsentatif atau mewakili (Sugiyono, 2008:116).

Teknik sampling yang di gunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan *simple random sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk di pilih menjadi anggota sampel. *Simple random sampling* adalah pengambilan anggota sample dan populasi yang di lakukan secara acak tanpa memperhatikan yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2011:92-93).

Dalam pengambilan sampel biasanya peneliti menentukan terlebih dahulu besarnya jumlah sampel. Apabila jumlah sampel kurang dari 100 orang maka lebih baik di ambil semua, jika subyeknya besar bisa di ambil 10-15%, atau 20-25% atau lebih (Arikunto, 2010 :117-120). Dari berbagai rumus yang ada, salah satu rumus yang dapat di gunakan untuk

menentukan besaran sampel menurut Kurniawan (2014:34) yaitu rumus Slovin.

Berikut ini rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Besaran Sampel

N = Besaran Populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang di inginkan (persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan penarikan sampel).

Untuk mengetahui rumus ini, pertama di tentukan berapa batas toleransi kesalahan, batas toleransi kesalahan ini di nyatakan dengan presentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Dalam pengambilan sampel biasanya peneliti menentukan terlebih dahulu besarnya jumlah sampel. Apabila jumlah kurang dari 100 orang maka lebih baik di ambil semua, jika subyeknya besar bisa di ambil 10-15%, atau 20-25% atau lebih (Arikunto, 2010:117).

Dalam penelitian ini standar eror adalah 10% dengan taraf kepercayaan 90%. Karena penelitian ini merupakan penelitian sosial, bukan penelitian eksak jadi persen kelonggaran ketidak percayaan 10% dan tingkat kepercayaan 90% sudah memenuhi dalam pengambilan sampel, Sehingga dari populasi di atas dapat di hitung :

Rumus:

$$\begin{aligned}n &= \frac{26.637}{1 + 26.367 (0,1)^2} \\&= \frac{26.637}{1 + 26.637(0,01)} \\&= \frac{26.637}{1 + 266,37} = \frac{26.637}{267,37} = 99,62\end{aligned}$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99,62 di bulatkan menjadi 100 penumpang.

3.6 Jenis Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2014: 38). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan variabel diantaranya:

1. Variabel Independen atau Variabel Bebas (Variabel X)

Variabel Independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *preditor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau

terikat (Sugiyono, 2014: 39). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pelayanan (X).

2. Variable Dependen atau Variabel Terikat (Y)

Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014: 39). Variabel dependen atau terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Penumpang (Y).

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan menggunakan alat bantu berupa *software* computer program SPSS. SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*) adalah SPSS versi 22. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif adalah analisis yang memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*Mean*), standar deviasi, varian maksimum, minimum (Ghozali, 2011). Analisis ini digunakan untuk menganalisa data satu persatu berdasarkan jawaban responden dari kuesioner yang diberikan selama penelitian berlangsung.

3.8 Uji Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui data yang diperoleh dengan Kuesioner dapat Valid dan Reliable maka perlu dilakukan uji validitas dan Reabilitas kuesioner terhadap butir-butir pertanyaan. Dari hasil uji validitas dan uji Reabilitas dapat diketahui layak tidaknya data yang terkumpulkan. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliable (Sugiyono, 2009).

Menurut Suharsimi Arikunto (2005: 101) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya, kemudian jenis instrument penelitian sendiri yaitu angket, ceklis atau daftar centang, pedoman wawancara, dan pedoman pengamatan. Instrument yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada penumpang untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai pengaruh pelayanan terhadap kepuasan penumpang yang nantinya akan diberikan kepada para penumpang PO. Titian Mas studi kasus Kabupaten Sumbawa.

Ali Maksum (2012: 130) mengatakan “Angket adalah serangkaian pertanyaan yang digunakan untuk mengungkap informasi, baik menyangkut fakta atau pendapat.” Menurut Nasution (2000: 128) “angket adalah daftar pertanyaan yang di distribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti”.

Angket disajikan dalam bentuk tertutup dan terbuka kemudian dijawab langsung oleh responden. Jawaban diberikan dengan tanda check list (√) pada

lembar jawaban yang sudah disediakan, khusus kolom dengan menuliskan angka-angka dari jumlah yang tersedia. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup yang harus diisi oleh penumpang di PO. Titian Mas Sumbawa Adapun kisi-kisi pernyataan yang akan digunakan dalam membuat angket dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Butir	Jumlah
Pelayanan	1. Bukti Fisik	a. Fasilitas fisik	1,2	2
		b. perlengkapan	3,4	2
		a. Sarana komunikasi	5,6	2
	2. Keandalan	a. kesesuaian	7,8	2
		b. Penyampaian jasa tepat waktu	9	1
	3. Daya tanggap	a. Respon dan kesiapan karyawan	10,11	2
		b. Keluasan waktu pelayanan	12	1
	4. Jaminan	a. pengetahuan dan kemampuan SDM	13	1
	5. Empati	a. Memahami kebutuhan anggota	14	1
		b. Perhatian perusahaan kepada konsumen	15	1

Untuk mendapatkan data yang baik, sebelum angket digunakan untuk pengambilan data sesungguhnya sebaiknya dilakukan uji coba untuk mengetahui validitas dan reliabilitas, kemudian akan diperoleh alat atau instrumen yang betul-betul dapat digunakan dalam survei yang sebenarnya.

3.9 Teknik Analisa Sata

3.9.1 Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014: 121). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono, 2011: 121).

Langkah selanjutnya adalah secara statistic, angka korelasi yang diperoleh dengan melihat tanda bintang pada hasil skor total. Atau membandingkan dengan angka bebas korelasi nilai r yang menunjukkan valid. Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*). Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan table r *product moment*.

Kriteria penilaian uji validitas :

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid.

3.9.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2014: 121). Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah kuesioner atau stabil dari waktu ke waktu (Husein, 2011: 170).

Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*). Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tidak reliabel.

3.9.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara Linear antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya bersekala rasio. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y' = a + Bx$$

Keterangan :

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X=0$)

B = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

3.9.4 Uji Hipotesis

3.9.4.1 Uji Parsial (uji t)

Uji parsial atau uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan (Sugiyono, 2014: 184).

Uji hipotesis ini dilakukan untuk menyatakan bahwa koefisien regresi dari model adalah signifikan atau tidak sama dengan nol (Augusty, 2006). Pengambilan keputusan mengenai hipotesis ini didasarkan pada angka probabilitas signifikansi, yaitu :

- a. Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

- b. Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

3.9.4.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketetapan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu), koefisien diterminasi (R^2) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

