

**ANALISIS DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA BUS TRANS JOGJA**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh :**

**SELENA TAMESVARI**

**No. Mhs. : 11074604**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI - PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

**2011**

**ANALISIS DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
BUS TRANS JOGJA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen**

**Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta**

**untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat**

**Guna Memperoleh Gelar**

**Sarjana Bisnis (S1)**

**Disusun oleh :**

**SELENA TAMESVARI**

**No. Mhs. : 11074604**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS BISNIS - PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

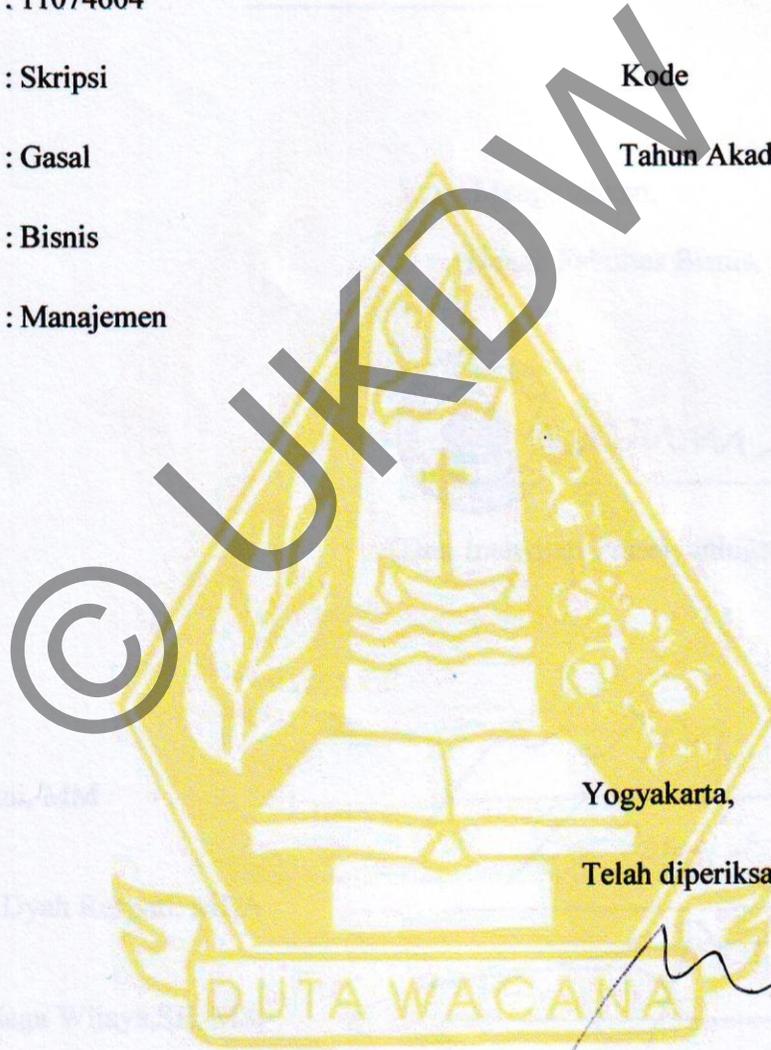
**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2011**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Analisis Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bus Trans Jogja  
Nama : Selena Tamesvari  
NIM : 11074604  
Mata Kuliah : Skripsi Kode : MB0010  
Semester : Gasal Tahun Akademik : 2011/2012  
Fakultas : Bisnis  
Program Studi : Manajemen



Yogyakarta,

Telah diperiksa dan disetujui

( Dra. Ety Istriani, MM. )

**Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Bisnis  
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
dan Dinyatakan Diterima untuk Memenuhi Sebagian  
Syarat-syarat Guna Memperoleh**

**Gelar Sarjana Bisnis**

**Pada Tanggal :**

04 JAN 2012

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Bisnis,



(Dra. Insiwijati Prasetyaningsih, MM.)

Dewan Penguji.

1. Dra. Ety Istriani, MM
2. Dra. Agustini Dyah Respati, MBA
3. Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*Skripsi ini kupersembahkan untuk:*

- ❖ *My Jesus Christ*
- ❖ *Almamaterku Universitas Kristen Duta Wacana*
- ❖ *Dosenku Bu Ety Istriani*
- ❖ *Papa dan Mama Tersayang*
- ❖ *Kakakku mas Adhit dan mbak Rina*

## KATA MUTIARA

“Kecerdasan tanpa ambisi bagaikan seekor burung tak bersayap”

Salvador Dalí

“Jika pikiran saya bisa membayangkannya, hati saya bisa meyakinkannya, saya tahu saya akan mampu menggapainya”.

Jesse Jackson

“Tidak ada rahasia untuk sukses. Ini adalah hasil sebuah persiapan, kerja keras, dan belajar dari kesalahan”.

Colin Powel

“Harapan adalah kebutuhan dalam setiap kondisi”.

Samuel Johnson

”Kualitas bukanlah suatu kebetulan; kualitas selalu berasal dari usaha yang cerdas.”

John Ruskin

”Harapan bukanlah keyakinan bahwa sesuatu akan berubah menjadi baik, namun kenyataan bahwa semua hal itu masuk akal, tergantung bagaimana cara kita mengubahnya.”

Vaclav Havel

“Mencapai kesuksesan bagaikan menaiki puncak yang tinggi karena untuk melewatinya dibutuhkan keberanian dan motivasi yang kuat”

NN

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Kehadirat Tuhan Yesus Kristus karena atas karunia-Nya yang begitu besar penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul, “**ANALISIS DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BUS TRANS JOGJA** ” Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat mendapatkan Derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Penulis menyadari banyak dukungan semangat, doa restu dan bantuan dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberi kekuatan penulis untuk tetap tegar menjalani semua cobaan dalam setiap langkah kehidupan, memberikan berkat-Nya yang melimpah kepada penulis, serta selalu menyadarkan penulis bahwa hidup membutuhkan usaha, kerja keras dan atas kehendak-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini
2. Almamaterku, Universitas Kristen Duta Wacana sebagai tempat mengabdikan dan menuntut ilmu perkuliahan yang luar biasa. *No Place Like Home But Here...Golden Bridge To Reach A Better Future*. Aku bangga menjadi bagian dari keluarga UKDW.

3. Ibu Dra.Ety Istriani, MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang banyak meluangkan waktu untuk mengarahkan dan membimbing dalam proses penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir. Terimakasih banyak ya bu akhirnya saya bisa menyelesaikannya.....
4. Segenap dosen pengajar Universitas Kristen Duta Wacana yang telah banyak memberikan bekal ilmu yang berguna bagi penulisan skripsi ini.
5. Papa Hendu dan Mama Sugiarti orang tua tersayang di rumah yang tidak pernah lelah memberikan semangat, doa restu dan *support* materi dan spiritual dalam menyelesaikan skripsi ini. Maturnuwun nggih ma n pa hanya kata itu yang bisa penulis ucapkan untuk membalas semua pengorbanan Papa dan Mama yang sudah melahirkan, membesarkan, mendidik dan menyekolahkan penulis sampai kuliah meraih gelar sarjana. Semoga ini bisa memberi sedikit kebanggaan Papa dan Mama. Maturnuwun nggih Papa n Mama sayang.....
6. Mas Adhit dan mbak Rina yang selalu memberikan semangat dan nasehat sehingga skripsi ini selesai juga. Makasih nggih mas Adhit n mbak Rina Akhirnya aku sarjana juga hehe.....
7. Buat Eyang Soedirman yang selalu memberikan doa Restu selama ini.
8. Sahabat-sahabatku: Margareth Helmon ( Ethik ), Dhea, Defi, Bety, Fellan, Alex, Vinda, family crazy : Nak mitha (mitha Tamaela), Oma (Elizabeth Paramitha), Emak (Sari), Empok (Tiyas), Nyai (Jesica), Bulik (Pipit), Kak Vina, Kak Itha Akhirnya aku nyusul juga Thx yaa guys.....
9. Anak – anak manajemen '07 : Thx yaa temen – temenku sayang perhatian n kepeduliannya selama ini.....

10. Temen – temen Komisi Anak: Makasih banyak yaa xan slalu pedulikan aku selama ini.
11. Kakakku Heri : Makasih udah kasih dukungan n semangat selama ini.
12. Albert thx yaa selama ini kamu udah banyak bantuin aku n kasih perhatian n semangat hehe

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran sebagai masukan agar penulis mampu mengembangkan kemampuan diri dan menjadikan penelitian di dalam skripsi ini lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi inspirasi bagi semua pembaca serta bermanfaat bagi masyarakat dan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, Desember 2011

Penulis

Selena Tamesvari

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b> .....	i
<b>Halaman Pengajuan</b> .....	ii
<b>Halaman Persetujuan</b> .....	iii
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	iv
<b>Halaman Persembahan</b> .....	v
<b>Halaman Kata Mutiara</b> .....	vi
<b>Kata Pengantar</b> .....	vii
<b>Daftar Isi</b> .....	x
<b>Daftar Tabel</b> .....	xi
<b>Abstrak</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	7

## **BAB II LANDASAN TEORI,STUDI PUSTAKA/LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

2.1	Pengertian Pemasaran .....	8
2.2	Pengertian dan Karakteristik Jasa .....	12
2.3	Sifat – sifat Khusus Pemasaran Jasa .....	13
2.4	Pemahaman Konsep Kualitas .....	14
	2.4.1 Definisi Kualitas .....	14
	2.4.2 Persepsi Terhadap Kualitas .....	15
2.5	Kualitas Jasa .....	17
2.6	Dimensi Kualitas Jasa .....	18
2.7	Kepuasan konsumen .....	20
2.8	Hubungan Antara Kualitas Jasa dengan Kepuasan Konsumen .....	21
2.9	Kerangka Pemikiran .....	21
2.10	Penelitian Terdahulu .....	22
2.11	Pengembangan hipotesis .....	23

### **BAB III METODA PENELITIAN**

3.1	Metode Penelitian .....	25
	3.1.1 Tipe Penelitian .....	25
	3.1.2 Obyek yang diteliti .....	25
3.2	Data .....	26
3.3	Sumber Data .....	27
	3.3.1 Data Sekunder .....	27
	3.3.2 Data Primer .....	27

3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.1	Kuesioner .....	28
3.4.2	Kepustakaan .....	28
3.5	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
3.6	Desain Penelitian.....	32
3.7	Variabel Penelitian.....	33
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	34
3.9	Hipotesis.....	36
3.10	Uji Hipotesis .....	37
3.10.1	Uji t.....	38
3.10.2	Uji F.....	40
3.10.3	Koefisien Determinasi .....	41

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1	Karakteristik Responden .....	43
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.2	Karakteristik responden Berdasarkan Usia .....	45
4.1.3	Karakteristik responden Berdasarkan Pendidikan.....	46
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
4.2	Uji Validitas .....	48
4.3	Uji Reliabilitas .....	49
4.4	Pengujian Hipotesis .....	50
4.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	50

4.4.2 Uji Signifikansi Pengaruh Secara Parsial (t Test) .....	51
4.4.3 Uji Signifikansi Pengaruh Secara Simultan (F Test) .	57
4.4.4 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	59
4.5 Pembahasan.....	60

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	62
5.2 Saran .....	65

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



© UKDWN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	46
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas .....	49
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.19	Hasil Uji Statistik t ( <i>t Test</i> ) .....	52
Tabel 4.11	Hasil Uji Statistik F ( <i>F Test</i> ) .....	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	60



## ABSTRAK

Selena Tamesvari (2011). Analisis Dimensi Kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen pada bus Trans Jogja : Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *reliability* terhadap kepuasan konsumen, menganalisis pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen, menganalisis pengaruh *assurance* terhadap kepuasan konsumen, menganalisis pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan konsumen dan menganalisis pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan konsumen.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling method*. Yaitu penentuan anggota jumlah sampel dituntut berdasarkan ciri tertentu yang dianggap mempunyai hubungan erat dengan populasi.

Penelitian ini mengambil 100 responden umum di kota Yogyakarta, dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat analisis Regresi Linear Berganda maka hasil penelitian yang diperoleh menyatakan bahwa ada satu variabel yaitu *reliability* yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen pada bus Trans Jogja , sedangkan variabel lainnya yaitu *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulannya adalah, *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Trans Jogja, *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Trans Jogja, *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Trans Jogja, *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Trans Jogja dan *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Trans Jogja.

**Kata kunci** : *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, *assurance*, *tangibles*, kepuasan konsumen, regresi linier berganda.

# ” ANALISIS DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BUS TRANS JOGJA”

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Globalisasi telah mendorong dunia bisnis menjadi semakin kompetitif dan mempertajam persaingan yang akhirnya membawa konsekuensi hanya perusahaan yang mempunyai kemampuan bersaing saja yang dapat bertahan. Subhash (1997) menyebutkan “*In free marketeconomy, each company tries to outperform itscompetitors. A competitor is a rival*”. Persaingan yang selalu muncul dalam dunia bisnis mendorong munculnya pemikiran-pemikiran baru yang dapat membangun produk atau jasa yang memberikan nilai lebih kepada pelanggan, kondisi ini menyebabkan perubahan paradigma pemasaran.

Perubahan ini memotivasi para manajer untuk mengembangkan kualitas produk dan jasa agar bersifat global, untuk meningkatkan daya saing (Keegan, 1995). Lebih jauh (Daniels, 2001) menyebutkan bahwa “*A company may have to make new commitments to maintain competitiveness abroad*”. Disamping itu para pengelola organisasi jasa, perlu secara cermat memperhatikan situasi dan kondisi yang dapat mempengaruhi situasi persaingan yang dihadapi organisasi jasa (Yazid, 1999).

Peluang bisnis pada pemasaran jasa tidak dapat dilepaskan dari dinamika situasi dan kondisi faktor eksternal yang melingkupinya. Untuk dapat bertahan hidup dan memperoleh keuntungan yang wajar, organisasi jasa dituntut untuk secara terus menerus menyesuaikan produk jasanya dengan kebutuhan masyarakat pengguna jasanya. Subhash (1997) menyebutkan kemampuan ini sebagai "*Ability to respond to customer needs and cover customer groups differs from its own*". Di sisi lain, kebutuhan konsumen dapat memberikan peluang yang pada gilirannya menumbuhkan pasar. Subhash (1997) menyebutkan bahwa "*Customer need gives rise to a market opportunity and a market emerges*". Hal ini terjadi pula di dunia transportasi. Semakin majunya teknologi informasi dan taraf hidup masyarakat mengakibatkan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanan di bidang transportasi.

Menurut Schnaars dalam (Tjiptono, 1997) tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat (Tjiptono, 1996) seperti:

1. Hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (word-of-mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan dan
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan tentang kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy).

Dalam perkembangan Trans Jogja sehendaknya berlaku adil dan bijaksana dalam memperlakukan semua pengguna jasa Trans Jogja, Kartajaya dan Sula (2006) menjelaskan bahwa, dalam bertransaksi senantiasa berlaku adil, senantiasa jujur, dan berbuat baik kepada siapa saja, keluarga maupun orang lain, menghindari perbuatan-perbuatan tercela, apalagi permusuhan, baik dalam pergaulan bisnis maupun masyarakat secara umum.

Hal ini disadari pula oleh Perusahaan Daerah Jasa Transportasi Kota Yogyakarta sebagai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang menyediakan jasa transportasi bus Trans Yogyakarta sebagai angkutan dalam kota untuk terus menerus meningkatkan kualitas pelayanannya kepada masyarakat pengguna jasa Trans Jogja. Oleh karena itu, pihak manajemen perlu mengoptimalkan bentuk pelayanan yang diberikan baik berupa fasilitas, prosedur maupun perilaku para petugas. Hal ini perlu dilakukan karena selain Trans Jogja masih banyak jenis angkutan lain yang dapat memberikan jasa transportasi darat dalam kota Jogja.

Pelaksanaan sistem angkutan massal berbasis bus merupakan salah satu bagian dari jawaban terhadap adanya ketidakseimbangan antara peningkatan sarana lalu-lintas dengan pertumbuhan prasarana jalan, yang telah menyebabkan munculnya masalah kemacetan lalu lintas diberbagai ruas jalan di kota Jogjakarta.

Menurut penelitian yang dilakukan DLLJA kota Yogyakarta bersama lembaga konsultasi, biaya waktu yang hilang yang disebabkan kemacetan diberbagai ruas jalan di kota Yogyakarta pada tahun 2006 nilai Rp 1,5 miliar per jam, apabila tidak dilakukan langkah-langkah perbaikan kinerja dalam penataan lalu lintas maka pada tahun 2013 angka tersebut bisa mencapai Rp 5,5 miliar per jam. Makanya, kata Diani pilihan untuk beralih pada angkutan moda (model angkutan darat) berbasis bus yang akan dilakukan secara bertahap merupakan solusi penting untuk mengatasi persoalan ini, karena sekaligus upaya efisiensi penggunaan ruang jalan. ([www.kotabogor.go.id/index.php?option=com](http://www.kotabogor.go.id/index.php?option=com), 2010)

Keunggulan Trans Jogja adalah cepat dan relative lebih nyaman dibandingkan angkot. Penumpang agaknya sudah malas berpanas-panasan di dalam angkot, apalagi harus mengetem.( newspaper.pikiran-rakyat.com, 2010)

Namun dari pengamatan penulis penempatan halte Trans Jogja belum merata. Dimana masih terdapat jalan raya yang masih jauh dari fasilitas halte Trans jogja sehingga masyarakat harus berjalan jauh untuk mendapatkannya.

Bertolak pada hal tersebut di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian ilmiah dengan judul **”ANALISIS DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BUS TRANS JOGJA”**

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah variabel reliability mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa bus Trans Jogja?
2. Apakah variabel responsiveness mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa bus Trans Jogja?
3. Apakah variabel assurance mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa bus Trans Jogja?
4. Apakah variabel empathy mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa bus Trans Jogja?
5. Apakah variabel tangibles mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa bus Trans Jogja?

## 1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, untuk mengembangkan pengetahuan yang mendalam mengenai obyek yang diteliti dan dengan tetap mempertahankan keutuhan dari obyek, sehingga data yang dikumpulkan bisa dipelajari sebagai keseluruhan yang terintegrasi perlu diberikan batasan masalah sebagai berikut;

1. Obyek dari penelitian hanya ditujukan kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa bus Trans jogja.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
  - Reliability (Kehandalan)  $X_1$ , yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera /tepat waktu, akurat, dan memuaskan.

- Responsiveness (daya tanggap)  $X_2$ , yaitu kemauan/kesediaan staf perusahaan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan semestinya.
- Assurance (jaminan)  $X_3$ , jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, respek terhadap pelanggan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan perusahaan, bebas dari bahaya, resiko, atau keraguran.
- Emphaty (empati)  $X_4$ , yaitu kemudahan dalam hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.
- Tangibles (produk – produk fisik)  $X_5$  yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi.

Lima dimensi kualitas di atas dirangkum oleh Parasuraman dan kawan-kawan (dalam Fitzsimmons, 1994; Zeithmal dan Bitner, 1996), dikutip oleh Rambat Lupiyoadi (2001 : 148).

Adapun  $Y$  = Kepuasan konsumen yaitu persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui (Richard F. Gerson, Ph.D).

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk menganalisis kualitas pelayanan yang terdapat pada bus Trans Jogja dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan : untuk mengetahui kepuasan konsumen sehingga dapat sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Bagi universitas: merupakan tambahan informasi dan sebagai bahan referensi perpustakaan bagi para peneliti selanjutnya di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
3. Bagi penulis: Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan jasa bus Trans Jogja terhadap kepuasan konsumen



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Setelah melalui beberapa pengujian pada penelitian yang berjudul, ” Analisis Dimensi Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Konsumen pada Bus Trans Jogja”, ini yang menggunakan 100 responden sebagai subyek penelitian. Dari hasil penelitian didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

Kualitas jasa yang diberikan oleh Trans Jogja secara umum telah dapat diterima oleh konsumen dengan baik. Hal ini terbukti dari kepuasan konsumen pada dimensi kualitas jasa yang diberikan melalui hasil penelitian yang telah dilakukan yang semuanya dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Variabel *reliability* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa bus Trans Jogja.
- b. Variabel *responsiveness* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa bus Trans Jogja.
- c. Variabel *assurance* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa bus Trans Jogja.
- d. Variabel *emphaty* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa bus Trans Jogja.
- e. Variabel *tangibles* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa bus Trans Jogja.

### 5.1.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan penelitian mengenai karakteristik responden yang meliputi: jenis kelamin, responden terbanyak adalah responden perempuan yaitu sebesar 76 orang responden.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, Responden yang banyak menggunakan bus Trans Jogja berusia berkisar 20 -25 tahun sebesar 53 orang responden.

Dari hasil pendataan responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir responden, ditunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berpendidikan sebagai SI yaitu sebanyak 64 orang responden.

Dari hasil penelitian berdasarkan tingkat pekerjaan responden, dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah para pelajar / mahasiswa yaitu 40 orang responden.

## 5.2 Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan, yaitu :

Dengan adanya penelitian ini dapat diketahui variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu variabel reliability, responsiveness, empathy, assurance dan tangibles. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Dalam kaitannya dengan reliability, perusahaan sudah menerapkannya di dalam pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan konsumen diantaranya adalah pelayanan yang diberikan selalu akurat tanpa kesalahan, dan petugas selalu memberikan kesan simpatik kepada semua penumpang membuat variabel reliability mempunyai pengaruh yang paling tinggi dalam memuaskan konsumen.
2. Perusahaan sudah menerapkan variabel responsiveness atau daya tanggap dalam memuaskan konsumen dengan baik, diantaranya adalah petugas selalu siap menangani respon yang buruk dari penumpang misalnya tidak memberikan kesan marah saat penumpang memberikan kritik saat pelayanan yang diberikan pada saat itu kurang baik.
3. Dalam kaitannya dengan assurance atau jaminan, PT Tugu Trans Jogja sudah menerapkan variabel assurance dengan baik dalam memuaskan konsumen diantaranya adalah petugas selalu memberikan peringatan keamanan kepada para penumpang agar waspada pada barang – barang pribadi yang dibawa penumpang, terjaminnya keamanan di ruang tunggu dan di dalam bus.

4. PT Tugu Trans Jogja juga sudah menerapkan variabel empathy dalam memuaskan konsumen dengan baik diantaranya adalah petugas memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para penumpang dengan berupaya memahami keinginan penumpang diantaranya adalah petugas sabar dan ramah dalam melayani penumpang.
5. Dalam kaitannya dengan variabel tangible atau fasilitas fisik yang diberikan, PT Tugu Trans sebaiknya meningkatkan kualitas jasa seperti tangibles atau fasilitas fisiknya meliputi belum tersedianya fasilitas khusus yaitu tempat duduk bagi orang – orang cacat dan ibu menyusui seperti tempat khusus di dalam bus yang dimiliki bus lain yang sejenis, selain itu juga pada beberapa bus sudah terdapat fasilitas yang rusak seperti: kursi, jam digital sudah mati, ac sering mati, pintu sering tidak tertutup secara otomatis, sehingga hal ini membuat variabel tangible dalam kualitas jasa pada bus Trans Jogja mempunyai pengaruh yang paling rendah dalam memuaskan konsumen. Baiknya adalah mengganti fasilitas yang rusak seperti kursi, jam digital, ac tersebut dengan yang baru. Hal ini juga akan menambah kenyamanan dan kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hair, Joseph F. Rolph, E. Anderson and Ronald L. Tatham. 1998. *Multivariate Data Analysis, Fifth Edition*. Prentice Hall, Inc. New Jersey.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metode Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok – Pokok Materi Statistik 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. 1998. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: PT Prehallindo.
- Kotler, Philip & Armstrong. 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Gramedia Group.
- Kotler, Philip & Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lewotan, Supriadi. 2005. *Skripsi tentang Analisis Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pada PT Pos Yogyakarta*.
- Saifudin, Azwar 1996. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Penerbit Yogyakarta Liberty.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Sugianto, Donny. 2006. *Skripsi tentang Analisis Kualitas Pelayanan dalam Hubungannya dengan Kepuasan Konsumen pada Glondong Motor Yogyakarta*.
- Stanton, William J. 1991. *Prinsip Pemasaan*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Ulfah, Maria. 2008. *Jurnal tentang analisis Variabel Pembentuk Kepuasan Konsumen Pada Ritel Hipermarket di Depok*. Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.