

MEN

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

SKRIPSI

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN
TRAVEL PO. LANTRA JAYA PALEMBANG**



**Diajukan Oleh :
OLDA SUSTRA
01013110013**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**

307

1/

S
658.834 307
Sus
a
e-050934
2005

R. 12427
Ng. 12709

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN



SKRIPSI

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN
TRAVEL PO. LANTRA JAYA PALEMBANG



Diajukan Oleh :
OLDA SUSTRA
01013110013

Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : OLDA SUSTRA
Nomor Induk Mahasiswa : 01013110013
Jurusan : MANAJEMEN
Mata Kuliah Pokok : PERILAKU KONSUMEN
Judul Skripsi : ANALISIS TINGKAT KEPUJASAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN TRAVEL
PO. LANTRA JAYA PALEMBANG

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI :

Tanggal 16 April 2015 Ketua Panitia


Drs. H. Syamubi HM Sayid

Tanggal 16 April 2015 Anggota Panitia


Drs. H. A. Nazaruddin, MM

Motto

" Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan"

(QS. Alam Nasyrah : 6)

"Tuntutlah dari ilmu apa yang kamu kehendaki. Sesungguhnya ilmu yang kamu dapati itu akan ada manfaatnya disisi Allah SWT, jika kamu mengamalkan apa yang kamu pelajari".

(H.R Ibnu Adi)

Kupersembahkan Kepada :

- ***"Kedua orang tuaku tercinta"***
- ***"Saudara-saudaraku tersayang"***
- ***"Almamater"***

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Dalam melakukan penulisan skripsi ini penulis berusaha dengan segala kemampuan yang dimiliki, namun penulis menyadari bahwa sebagai manusia biasa tentunya tidak luput dari kesalahan, kekurangan dan keterbatasan. Karena itu, jika dalam skripsi ini ada kejanggalan, kekurangan dan keliruan penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran dari pembaca guna menambah pengetahuan penulis dimasa yang akan datang. Penulis juga menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, bantuan dan petunjuk dari berbagai pihak tidaklah mungkin skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Maka dari itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta yang dengan tulus selalu memberikan doa, bimbingan dan kasih sayang yang tak terkira.
2. Dr. Syamsurijal AK selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
3. Drs. Yuliansyah M. Diah, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
4. Drs. H. Syarnubi HM Sayid selaku Dosen Pembimbing I dalam penulisan skripsi ini.

5. Drs. H. A. Nazaruddin, MM selaku Dosen Pembimbing II dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen serta staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
7. Saudara-saudaraku tersayang yang telah memberikan semangat, dorongan dan doanya.
8. Bapak Riskan Deny Ibrahim selaku pimpinan PO. Lantra Jaya Palembang serta seluruh karyawan PO. Lantra Jaya Palembang yang telah banyak membantu penulis selama proses penelitian.
9. Teman- teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen angkatan 2001 yang banyak membantu baik pikiran maupun tenaga.
10. Sahabat terbaikku Lian, Bethy semoga apa yang kita cita-citakan tercapai.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca terutama mahasiswa Jurusan Manajemen.

Palembang, Mei 2005

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Metode Penelitian.....	8
1.5.1 Desain Penelitian.....	8
1.5.2 Objek penelitian.....	8
1.5.3 Populasi dan Sampel.....	8
1.5.4 Variabel Penelitian.....	9
1.5.4.1 Batasan Operasional Variabel	9
1.5.4.2 Pengukuran Variabel.....	12
1.5.5 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	13
1.5.5.1 Jenis Data.....	13



	1.1.1.1 Metode Pengumpulan Data.....	13
	1.1.2 Metode Analisis Data.....	14
	1.2 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II	LANDASAN TEORI.....	18
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	40
	3.2 Struktur Organisasi.....	42
	3.3 Personalia.....	47
	3.4 Jadwal Keberangkatan dan Daftar Harga Tiket.....	49
BAB IV	ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN	
	4.1 Karakteristik Responden.....	53
	4.2 Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen.....	57
	4.2.1 Analisis Dimensi Wujud.....	58
	4.2.2 Analisis Dimensi Handal.....	63
	4.2.3 Analisis Dimensi Tanggap.....	67
	4.2.4 Analisis Dimensi Jaminan.....	71
	4.2.5 Analisis Dimensi Empati.....	75
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1 Kesimpulan.....	90
	5.2 Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Nama-Nama Perusahaan Pesaing dan Daerah Tujuannya	6
Tabel 3.1	Tingkat Pendidikan Karyawan PO. Lantra Jaya Palembang	43
Tabel 3.2	Jadwal Keberangkatan Mobil	49
Tabel 3.3	Daftar Harga Tiket	50
Tabel 3.4	Volume Penjualan tiket Pada PO. Lantra Jaya Palembang	51
Tabel 3.5	Batas-Batas Pengantaran dan Penjemputan Penumpang	52
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.2	Usia Responden	54
Tabel 4.3	Pendidikan Responden	55
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	56
Tabel 4.5	Penghasilan Responden	57
Tabel 4.6	Penilaian konsumen terhadap desain eksterior dan interior mobil (kondisi mobil)	59
Tabel 4.7	Tingkat kepentingan konsumen terhadap desain eksterior dan interior mobil (kondisi mobil)	59
Tabel 4.8	Penilaian konsumen terhadap fasilitas penunjang (tape, AC, radio)	60
Tabel 4.9	Tingkat kepentingan konsumen terhadap fasilitas penunjang (tape, AC, radio)	60

Tabel 4.10	Penilaian konsumen terhadap kebersihan mobil dan kerapian Karyawan	61
Tabel 4.11	Tingkat kepentingan konsumen terhadap kebersihan mobil dan kerapian karyawan	61
Tabel 4.12	Penilaian konsumen terhadap penawaran harga tiket yang layak	62
Tabel 4.13	Tingkat kepentingan konsumen terhadap penawaran harga tiket yang layak	62
Tabel 4.14	Penilaian konsumen terhadap ketepatan waktu keberangkatan dan waktu tiba mobil ketempat tujuan	63
Tabel 4.15	Tingkat kepentingan konsumen terhadap ketepatan waktu keberangkatan dan waktu tiba mobil ketempat tujuan	64
Tabel 4.16	Penilaian konsumen terhadap Pengantaran dan penjemputan yang sesuai dengan permintaan penumpang	65
Tabel 4.17	Tingkat kepentingan konsumen terhadap Pengantaran dan penjemputanyang sesuai dengan permintaan penumpang	65
Tabel 4.18	Penilaian konsumen terhadap kenyamanan saat melakukan Perjalanan	66
Tabel 4.19	Tingkat kepentingan konsumen terhadap kenyamanan saat melakukan perjalanan	66
Tabel 4.20	Penilaian konsumen terhadap kecepatan pada saat penanganan	67
Tabel 4.2	Bagasi	67

Tabel 4.21	Tingkat kepentingan konsumen terhadap kecepatan pada saat penanganan bagasi	67
Tabel 4.22	Penilaian konsumen terhadap pembatalan/penggantian tiket oleh konsumen	68
Tabel 4.23	Tingkat kepentingan konsumen terhadap pembatalan/penggantian tiket oleh konsumen	68
Tabel 4.24	Penilaian konsumen terhadap tindakan yang diambil oleh karyawan pada saat keadaan darurat	69
Tabel 4.25	Tingkat kepentingan konsumen terhadap tindakan yang diambil oleh karyawan pada saat keadaan darurat	70
Tabel 4.26	Penilaian konsumen terhadap kecepatan pada saat pemesanan Tiket	70
Tabel 4.27	Tingkat kepentingan konsumen terhadap kecepatan pada saat pemesanan tiket	71
Tabel 4.28	Penilaian konsumen terhadap jaminan keselamatan penumpang	72
Tabel 4.29	Tingkat kepentingan konsumen terhadap jaminan keselamatan penumpang	72
Tabel 4.30	Penilaian konsumen terhadap rasa tanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan penumpang	73
Tabel 4.31	Tingkat kepentingan konsumen terhadap rasa tanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan penumpang	73
Tabel 4.32	Penilaian konsumen terhadap profesionalisme sopir	74

Tabel 4.33	Tingkat kepentingan konsumen terhadap profesionalisme sopir	74
Tabel 4.34	Penilaian konsumen terhadap tempat duduk dan waktu keberangkatan sesuai pesanan	75
Tabel 4.35	Tingkat kepentingan konsumen terhadap tempat duduk dan waktu keberangkatan sesuai pesanan	75
Tabel 4.36	Penilaian konsumen terhadap respon yang diberikan perusahaan pada saat pelanggan komplain	76
Tabel 4.37	Tingkat kepentingan konsumen terhadap respon yang diberikan perusahaan pada saat pelanggan komplain	76
Tabel 4.38	Penilaian konsumen terhadap kemauan karyawan untuk mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen	77
Tabel 4.39	Tingkat kepentingan konsumen terhadap respon yang diberikan perusahaan pada saat pelanggan komplain	77
Tabel 4.40	Penilaian konsumen terhadap kemudahan memperoleh informasi tentang PO. Lantra Jaya Palembang	78
Tabel 4.41	Tingkat kepentingan konsumen terhadap kemudahan memperoleh informasi tentang PO. Lantra Jaya Palembang	78
Tabel 4.42	Perhitungan Komulatif Kesesuaian antara Tingkat Harapan dengan kinerja pada Angkutan Travel PO. Lantra Jaya Palembang	79
Tabel 4.43	Perhitungan Rata-rata Pelaksanaan/Kinerja dan Penilaian Kepentingan pada masing-masing Dimensi Pelayanan	81

Tabel 4.42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Karakteristik Jasa	25
Gambar 2.2	Tiga jenis Pemasaran dalam Industri Jasa	27
Gambar 2.3	Konsep Kepuasan Pelanggan	33
Gambar 3.1	Struktur Organisasi PO. Lantra Jaya Palembang	45
Gambar 4.1	Diagram Kartesius Tingkat harapan dan pelayanan variabel kualitas jasa pada PO. Lantra Jaya Palembang	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam era globalisasi sekarang ini pemerintah melakukan pembangunan di berbagai bidang. Pembangunan yang dilakukan pemerintah ini meliputi pembangunan dibidang pertanian, pendidikan, perdagangan, pariwisata dan lain-lainnya. Pembangunan ini sendiri bertujuan untuk lebih mensejahterakan masyarakat. Salah satu sektor pembangunan yang tidak kalah pentingnya adalah pembangunan di sektor transportasi. Transportasi itu penting karena merupakan alat penghubung. Dengan adanya transportasi maka jarak antara suatu daerah dengan daerah lainnya dirasakan menjadi lebih dekat, sehingga memberi kemudahan dalam melakukan suatu hubungan atau kegiatan

Transportasi itu sendiri adalah :*“Kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain “*¹

Dalam transportasi terdapat dua unsur yang penting yaitu :

- a. Pemindahan/pergerakan (movement)
- b. Secara fisik mengubah tempat dari barang (komoditi) dan penumpang ke tempat lain.

¹ Drs H. Abbas Salim, *Manajemen Transportasi*, 1993, Cetakan pertama, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, hal, 6

Suatu barang atau komoditi mempunyai nilai menurut tempat dan waktu, jika barang tersebut dipindahkan dari satu tempat ke tempat lain. Dalam hal ini dengan menggunakan transportasi dapat menciptakan suatu barang atau komoditi berguna menurut waktu dan tempat (time utility and place utility).

Seiring dengan kemajuan zaman maka kebutuhan akan semakin bertambah pula salah satunya adalah kebutuhan akan jasa transportasi. Dengan kemajuan zaman ini maka menimbulkan peluang yang menguntungkan bagi dunia bisnis. Pelaku bisnis dapat menyediakan lebih banyak lagi jasa transportasi karena orang-orang akan membutuhkan lebih banyak lagi sarana transportasi untuk mendukung kegiatan mereka.

Sekarang ini banyak jenis transportasi baik itu melalui darat, udara, laut maupun pipa. Dengan banyaknya sarana transportasi tersebut maka secara otomatis perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi ini akan bersaing dalam mendapatkan peluang. Akibat dari kenaikan harga BBM yang otomatis juga meningkatkan biaya transportasi maka orang-orang akan lebih mengurangi kegiatan mereka, namun pelaku bisnis juga harus melihat sisi lain bahwa orang-orang sudah sangat bergantung dengan transportasi dalam memudahkan kegiatan mereka sehingga mau tidak mau mereka tetap menggunakan jasa transportasi dalam menunjang kegiatan mereka. Oleh karena itu prospek usaha untuk transportasi akan tetap baik.

Saat ini perhatian terhadap kualitas produk dan kepuasan pelanggan semakin besar. Tidak hanya perusahaan yang menghasilkan produk barang saja yang menaruh perhatian terhadap hal ini, tetapi perusahaan yang menghasilkan produk jasa pun melakukan hal yang sama. Salah satunya adalah dalam bidang transportasi, khususnya

transportasi darat. Persaingan dalam bisnis jasa transportasi ini semakin ketat karena selain harus bersaing dengan perusahaan sejenis juga harus bersaing dengan perusahaan jasa angkutan lainnya seperti perusahaan jasa angkutan melalui udara. Hal ini sudah ditandai dengan kecenderungan orang-orang untuk lebih memilih naik pesawat terbang karena selain dari ongkosnya yang tidak kalah jauh beda waktu tempunya juga lebih cepat. Hal tersebut menjadi tantangan bagi perusahaan transportasi darat untuk mengatasinya.

Pada saat ini, konsep kualitas layanan telah menjadi salah satu faktor yang sangat dominan dalam mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, karena tinggi rendahnya permintaan akan suatu jasa tergantung pada pelayanan yang diberikan kepada pengguna jasa.

Kebutuhan dan keinginan pelanggan yang terealisasikan dalam harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuannya.

Menurut Philip Kotler kepuasan seorang konsumen merupakan ;

“Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya”²

² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Prenhallindo, Jakarta, 2000, hal. 42

Seperti dijelaskan dalam definisi diatas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Banyak perusahaan yang memfokuskan pada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya hanya pas mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu bukan hanya kesukaan. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Menganalisa kepuasan konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, hal ini dikarenakan kepuasan konsumen bersifat relatif dan sangat erat hubungannya dengan psikologis dari manusia, dan selera serta keinginan manusia selalu berubah menurut perkembangan disekitarnya. Pada perusahaan yang memasarkan produk dalam bentuk jasa, tingkat kepuasan konsumen akan menjadi lebih rumit dalam menganalisisnya, karena produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut tidak berwujud dan hanya dirasakan manfaatnya oleh konsumen. Maka dari itu konsumen biasanya lebih memperhatikan bagaimana cara perusahaan memberikan pelayanan terhadap jasa yang mereka tawarkan, disamping dari produk jasa itu sendiri.

Kurang baiknya kualitas pelayanan terhadap konsumen atau pelanggan bukan hanya melahirkan kekecewaan bagi konsumen atau pelanggannya tetapi lebih jauh lagi akan menyebabkan perusahaan tersebut akan ditinggalkan. Begitupula halnya dengan perusahaan dibidang transportasi dan pengangkutan. Apabila kualitas layanan yang

mereka berikan kurang baik maka akan melahirkan kekecewaan bagi penumpang dan lebih jauh lagi perusahaan jasa angkutan tersebut akan ditinggalkan oleh penumpangnya dan akan berdampak pula pada calon-calon penumpang lainnya.

PO. Lantra Jaya Palembang merupakan salah satu dari perusahaan yang bergerak dibidang pengangkutan. PO. Lantra Jaya ini mempunyai dua jenis usaha pengangkutan yaitu bis dan travel. Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada angkutan travel. Travel PO. Lantra Jaya Palembang mempunyai trayek Palembang- Muara Enim- Lahat pulang pergi. Dengan makin banyaknya perusahaan yang sejenis dengan PO. Lantra Jaya Palembang maka menuntut perusahaan untuk mampu bersaing agar dapat merebut pangsa pasar. Selain travel PO. Lantra Jaya, ada juga alat transportasi yang mempunyai daerah tujuan atau trayek yang sama seperti bus dan kereta api.

Walaupun banyak bus yang trayeknya sama serta bus-bus tujuan Pagar Alam yang otomatis juga melewati tujuan dalam hal ini Kota Lahat serta kereta api, namun perlu diketahui bahwa setiap konsumen selalu ingin merasa puas dengan segala sesuatu yang dipakai atau digunakannya, maka dalam usaha memuaskan konsumennya. Angkutan travel PO. Lantra Jaya Palembang memberikan fasilitas antar jemput pelanggannya sesuai dengan batas-batas area yang ditetapkan oleh perusahaan. Dengan adanya fasilitas antar jemput ini maka banyak orang yang akan memilih jasa travel karena dianggap lebih praktis dibanding naik bis atau kereta api.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan beberapa perusahaan yang sejenis dengan travel PO. Lantra Jaya Palembang.

Tabel 1.1
Nama-Nama Perusahaan Pesaing dan Daerah Tujuannya
Tahun 2005

Nama Perusahaan	Trayek (daerah tujuan)	Jumlah Kendaraan	Kapasitas penumpang
PO. Lekipali Wisata	Palembang - Lahat	4	44
PO. Triva	Palembang - Lahat	6	69
PO. Bahtera	Palembang - Lahat	12	124

Sumber : data primer

Berdasarkan uraian di atas maka setiap perusahaan yang bergerak dibidang produksi maupun jasa harus memiliki strategi-strategi yang baik agar dapat bersaing dengan perusahaan lain, sehingga mereka dapat meraih keuntungan dan mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya. Jika ia tidak mengikuti perkembangan ini maka perusahaan itu akan kalah bersaing dalam dunia usaha dan bisnis. Berdasarkan uraian singkat diatas penulis merasa tertarik untuk menganalisa :

“ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN ANGKUTAN TRAVEL PO. LANTRA JAYA PALEMBANG”

1.2. PERUMUSAN MASALAH

Dari keterangan dan uraian di atas maka perumusan masalah yang akan menjadi fokus bagi peneliti dalam melakukan penulisan ini adalah :

“Seberapa jauh tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan angkutan yang diberikan oleh travel PO. Lantra Jaya Palembang “

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa jauh kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang telah diberikan travel PO. Lantra Jaya Palembang
2. Untuk mengetahui seberapa jauh kesesuaian antara tingkat kepentingan dari unsur-unsur pelayanan menurut pelanggan dengan kinerja yang telah dilakukan oleh travel PO. Lantra Jaya Palembang.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1. **Bagi pihak perusahaan**, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi travel PO. Lantra Jaya Palembang mengenai kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikannya. Dengan demikian pihak perusahaan dapat mengetahui sejauh mana perusahaan telah memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Selanjutnya pihak perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang pada gilirannya akan membuat pelanggan menjadi loyal. Selain

itu, pihak perusahaan dapat lebih mempersiapkan diri dalam rangka untuk menarik calon konsumen baru.

2. Bagi kalangan akademisi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sedikit sumbangsi pengetahuan mengenai perilaku konsumen terhadap layanan PO. Lantra Jaya Palembang dan sebagai bahan penelitian lanjutan bagi pihak yang berkepentingan.

1.5 METODE PENELITIAN

1.5.1 Desain Penelitian

Tipe desain riset yang akan digunakan adalah riset deskriptif. Riset deskriptif adalah tipe desain yang bertujuan mendiskripsikan karakteristik suatu keadaan yang ada. Riset deskriptif mengasumsikan bahwa peneliti memiliki pemahaman awal mengenai situasi masalah yang dihadapi.

1.5.2 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah PO. Lantra Jaya Palembang. Perusahaan ini bergerak dibidang jasa pengangkutan atau lebih dikenal dengan istilah travel yang beralamat di Jalan Kolonel Atmo No. 1259/10 Telp. (0711)361858 Palembang.

1.5.3 Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian yang akan dilakukan adalah keseluruhan konsumen travel PO. Lantra Jaya Palembang yang kemudian diperkecil menjadi beberapa orang

sampel penelitian yaitu sebanyak 100 orang karena mengingat keterbatasan waktu, biaya dan tenaga.

Pemilihan masing-masing responden atau sampel ditentukan dengan cara non Probability Sampling dengan bentuk *convenience sample* yaitu sampel yang diambil berdasarkan yang paling mudah didapat maksudnya yaitu konsumen PO. Lantra Jaya Palembang yang pernah memakai jasanya.

1.5.4 Variabel Penelitian

1.5.4.1 Batasan Operasional Variabel

Analisis tingkat kepuasan konsumen (pelanggan) terhadap kualitas layanan dapat diketahui dengan membandingkan kinerja layanan yang diterima konsumen atau pelanggan dengan kinerja yang diberikan oleh perusahaan dalam hal ini kinerja travel PO. Lantra Jaya Palembang yang terdiri dari lima kualitas layanan yaitu :

a. *Tangibility* (berwujud)

1. Desain eksterior dan interior mobil (kondisi mobil)
2. Fasilitas penunjang (tape, AC, radio)
3. Kebersihan mobil dan kerapian karyawan
4. Penawaran harga tiket yang layak oleh perusahaan

b. *Reliability* atau keandalan

1. Ketepatan waktu keberangkatan dan waktu tiba
2. Pengantaran dan penjemputan penumpang sesuai dengan permintaan konsumen.

3. Kenyamanan saat melakukan perjalanan

c. *Resvonsiveness* (daya tanggap)

1. Kecepatan pada saat penanganan bagasi
2. Pembatalan atau pergantian tiket oleh konsumen
3. Ketanggapan/tindakan yang diambil oleh karyawan pada saat **keadaan darurat**
4. Kecepatan saat pemesanan dan pembelian tiket

d. *Assurance* (jaminan)

1. Jaminan keselamatan penumpang
2. Rasa tanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan penumpang
3. Profesionalisme sopir
4. Tempat duduk dan waktu keberangkatan sesuai pesanan

e. *Empathy* (empati)

1. Respon yang diberikan perusahaan pada saat pelanggan komplain
2. Kemauan karyawan untuk mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen
3. Kemudahan memperoleh informasi tentang PO. Lantra Jaya Palembang

Sedangkan kepuasan konsumen atau pelanggan juga menggunakan kelima dimensi SERVQUAL yaitu :

a. *Tangibility* (berwujud)

1. Desain eksterior dan interior mobil (kondisi mobil)
2. Fasilitas penunjang (tape, AC, radio)
3. Kebersihan mobil dan kerapian karyawan

4. Penawaran harga tiket yang layak oleh perusahaan
- b. *Reliability* atau keandalan
1. Ketepatan waktu keberangkatan dan waktu tiba
 2. Pengantran dan penjemputan penumpang sesuai dengan **permintaan** konsumen.
 3. Kenyamanan saat melakukan perjalanan
- c. *Resvonsiveness* (daya tanggap)
1. Kecepatan pada saat penanganan bagasi
 2. Pembatalan atau pergantian tiket oleh konsumen
 3. Ketanggapan/tindakan yang diambil oleh karyawan pada saat **keadaan** darurat
 4. Kecepatan saat pemesanan dan pembelian tiket
- d. *Assurance* (jaminan)
1. Jaminan keselamatan penumpang
 2. Rasa tanggung jawab terhadap kenyamanan dan keamanan penumpang
 3. Profesionalisme sopir
 4. Tempat duduk dan waktu keberangkatan sesuai pesanan
- e. *Empathy* (empati)
1. Respon yang diberikan perusahaan pada saat pelanggan complain
 2. Kemauan karyawan untuk mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen
 3. Kemudahan memperoleh informasi tentang travel PO. **Lantra Jaya Palembang**

1.5.4.2 Pengukuran Variabel

Agar memungkinkan responden menjawab dalam berbagai tingkatan bagi **setiap** butir pertanyaan maka jawaban dari responden dibuat dengan menggunakan skala **Likert** yang terdiri dari 5 tingkatan yaitu :

- a. Jawaban sangat penting diberi bobot 5
- b. Jawaban penting diberi bobot 4
- c. Jawaban cukup penting diberi bobot 3
- d. Jawaban kurang penting diberi bobot 2
- e. Jawaban tidak penting diberi bobot 1

Sedangkan untuk penilaian kinerja perusahaan digunakan skala Likert dengan penilaian sebagai berikut :

- a. Jawaban sangat baik diberi bobot 5
- b. Jawaban baik diberi bobot 4
- c. Jawaban cukup baik diberi bobot 3
- d. Jawaban kurang baik diberi bobot 2
- e. Jawaban tidak baik diberi bobot 1

Responden diminta memberi jawaban sesuai dengan salah satu pilihannya dari lima jawaban yang disediakan dengan petunjuk yang diberikan.

1.5.5 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

1.5.5.1 Jenis Data

a. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau suatu organisasi langsung melalui objeknya. Jadi data primer merupakan data yang didapatkan dari sumber pertama.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah dikumpulkan atau diolah oleh orang lain. Data sekunder sangat penting bagi suatu penelitian sebab data ini menjadi dasar bagi pengambilan data primer serta bagi penelitian pada umumnya sebagai suatu rumusan latar belakang masalah sekaligus sebagai pendukung penilaian variabel penelitian. Adapun sumber data sekunder berasal dari literatur, artikel, buku, majalah, lembaga-lembaga yang terkait dan sumber lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

1.5.5.2 Metode Pengumpulan Data

a. Metode Observasi

Teknik pengumpulan data yang dilakukan secara terencana dan sistematis, dimana penulis langsung mengamati perusahaan dan responden yang menjadi objek penelitian. Untuk mendapat gambaran secara langsung dari kondisi yang relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian.

a. Wawancara/interview — c.k.

Metode wawancara yaitu pengumpulan data melalui tanya jawab secara langsung antara penulis dengan pihak yang berkompeten untuk mendapatkan data, dalam hal ini pimpinan PO. Lantra Jaya Palembang beserta staf karyawan yang terkait.

b. Kuisisioner

Kuisisioner adalah suatu alat pengumpulan informasi dengan cara memeberikan atau menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis dan dijawab secara tertulis pula oleh responden.

c. Studi pustaka

Adalah suatu pengumpulan data yang didapat melalui beberapa literatur di perpustakaan.

1.5.6 Metode Analisis Data

Metode penyajian data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif-kuantitatif, yang diawali dengan melakukan analisis terhadap tingkat kepuasan konsumen travel PO. Lantra Jaya Palembang. Alat analisis yang dipergunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen adalah menggunakan analisis tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen atau *Importance Performance*

Analysis (oleh John A. Martila and John C. James, 1997: 77-79) atau **Analisa** Tingkat Kepentingan dan Kinerja atau Kepuasan Pelanggan¹.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diwakilkan oleh huruf **X dan Y**, dimana **X** merupakan tingkat pelayanan dari PO. Lantra Jaya Palembang dan **Y** merupakan tingkat kepentingan konsumen. Adapun rumus-rumus yang dipakai **adalah** :

$$1. \quad Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100$$

Dimana :

Tki = Tingkat kesesuaian konsumen

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian tingkat kepentingan konsumen terhadap layanan

$$2. \quad X = \frac{\sum Xi}{n} \quad Y = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana :

X = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/ kinerja perusahaan

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden



³ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan ; Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Edisi Baru*, Rieneka Cipta, Jakarta, hal. 239

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Agar di dalam penulisan ini lebih terarah maka penulis membaginya dalam lima bab yaitu sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan tentang latar belakang **masalah**, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian **dan** sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis membaginya kedalam bagian yang menyangkut pengertian pemasaran, pengertian jasa, karakteristik jasa, klasifikasi jasa, strategi pemasaran jasa, konsep kualitas layanan dan konsep kepuasan pelanggan serta strategi kepuasan pelanggan.

BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, pembagian tugas pada PO. Lantra Jaya Palembang dan personalianya.

BAB IV. PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bagian untuk menganalisis seberapa jauh tingkat kepuasan pelanggan atas layanan yang diberikan oleh PO. Lantra Jaya Palembang dilihat dari kualitas layanannya. Data-data dari kuesioner dianalisis secara kuantitatif menggunakan rumus tingkat kepentingan antara kinerja dan

harapan serta menggambarkan secara kualitatif variabel-variabel apa yang dianggap penting oleh konsumen.

BAB. V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis menarik kesimpulan dan mengemukakan saran-saran sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk masa yang akan datang.

Daftar Pustaka

- Alma Buchari,, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, 1998, Edisi Kedua, CV. Alfabeta, Bandung.
- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, 2000, Edisi kedua, ANDY Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 1997. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, ANDY Yogyakarta.
- Kotler Philip, 2000, *Manajemen pemasaran*, Edisi Milenium, Prenhallindo: Jakarta.
- Salim Abbas, H. A, 1993, *Manajemen Transportasi*, PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta
- Salahudin, 2002, *Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan PO. Lorena Cabang Palembang*, Universitas Sriwijaya.
- Santoso Singgih, Fandy Tjiptono, 2002, *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT. Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Stanton William, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 1993, Jilid Dua, Erlangga, Jakarta.
- Supranto, J. M.A, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta: Jakarta.
- Swasta Basu, Irawan, M.B.A, *Manajemen Pemasaran Modern*, 1986, Cetakan ketiga, Liberty, Jakarta
- Vincent Gaspersz, *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*, 1997, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.