

Tugas Akhir

**KEPUASAN PENUMPANG TERHADAP FASILITAS DAN PELAYANAN
PADA TRANSPORTASI EKONOMIS MUDAH ANDAL DAN NYAMAN
(TEMAN) BUS MAKASSAR**

Diajukan untuk Memperoleh Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
pada Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Hasanuddin



OLEH :

NURUL AFIFAH SYAFRUDDIN

D071181023

**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
GOWA
2022**

Tugas Akhir

**KEPUASAN PENUMPANG TERHADAP FASILITAS DAN PELAYANAN
PADA TRANSPORTASI EKONOMIS MUDAH ANDAL DAN NYAMAN
(TEMAN) BUS MAKASSAR**

Diajukan untuk Memperoleh Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
pada Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Hasanuddin



OLEH :

NURUL AFIFAH SYAFRUDDIN

D071181023

**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
GOWA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir :

KEPUASAN PENUMPANG TERHADAP FASILITAS DAN PELAYANAN PADA TRANSPORTASI EKONOMIS MUDAH ANDAL DAN NYAMAN (TEMAN) BUS MAKASSAR

Disusun Oleh :

NURUL AFIFAH SYAFRUDDIN


D071 18 1 023

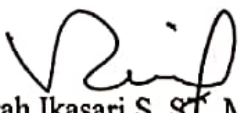
Tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi guna memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.

Telah diperiksa dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Eng. Ir. Ilham Bakri, S.T., M.Sc., IPM
NIP.19750929 199903 1 002


Ir. Nadzirah Ikasari S., ST., MT., IPM
NIP.19891029 201809 2 001

Mengetahui,

Ketua Departemen Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Hasanuddin




Dr. Ir. Saiful, S.T., MT., IPM
NIP. 19819696 200604 1 004

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Afifah Syafruddin
NIM : D071181023
Program Studi : Teknik Industri
Jenjang : S1
Judul Skripsi : Kepuasan Penumpang Terhadap Fasilitas Dan Pelayanan
Pada TEMAN Bus Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain atas sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Hasanuddin atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Hasanuddin.

Demikian pernyataan saya ini buat.

Gowa, 24 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Nurul Afifah Syafruddin

ABSTRAK

Hadirnya transportasi Teman Bus Makassar menarik minat masyarakat Makassar untuk memilih menggunakan Teman Bus Makassar dibanding dengan transportasi lainnya. Banyaknya pengguna tidak menutup kemungkinan terdapatnya hal-hal yang menjadi sumber keluhan dari pengguna. Teman Bus Makassar tentunya perlu untuk terus memperhatikan kepuasan penumpangnya sehingga bisa mempertahankan pelanggan bagi kelancaran pengoperasiannya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan penumpang terhadap fasilitas dan pelayanan Teman Bus Makassar. Penelitian ini menggunakan menggunakan data primer yang berasal dari kuesioner dengan melibatkan 323 responden yang merupakan penumpang Teman Bus Makassar. Metode analisis yang digunakan yakni *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Berdasarkan analisis data menggunakan metode IPA terdapat 6 atribut yang masih perlu diperbaiki, yaitu ketersediaan sandaran tangan pada kursi, posisi *handgrip*, ketersediaan bus selama 24 jam, kesesuaian waktu keberangkatan dan tiba bus dengan jadwal, keakurasian informasi jadwal/pemberhentian bus, serta jarak antar kursi penumpang. Berdasarkan analisis menggunakan metode CSI, tingkat kepuasan pengguna saat ini sebesar 84,57%.

Kata kunci: Kepuasan Penumpang, Teman Bus Makassar, IPA, CSI

ABSTRACT

[Title: Passenger Satisfaction with Facilities and Services on Transportasi Ekonomis Mudah Andal dan Nyaman (TEMAN) Bus Makassar] The existence of the Teman Bus Makassar transportation has attracted the interest of the Makassar people to choose to use the Teman Bus Makassar compared to other transportation. The number of users doesn't rule out the existence of complaints from passengers. Teman Bus Makassar certainly needs to continue to pay attention to the satisfaction of its passengers for the smooth running of its operation. The purpose of this study was to determine how much the level of passenger satisfaction with the facilities and services of Teman Bus Makassar. This study uses primary data derived from questionnaires involving 323 respondents. The analytical methods used are Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). Based on data analysis using the IPA method, there are 6 attributes that still need to be improved, they are availability of armrests on the seats, handgrip positions, bus availability for 24 hours, compatibility of bus departure and arrival times with schedules, accuracy of bus schedule/stop information, and the distance between passenger's seats. Based on analysis using the CSI method, the current level of user satisfaction is 84.57%.

Keywords: *Passenger Satisfaction, Teman Bus Makassar, IPA, CSI*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul “Kepuasan Penumpang Terhadap Fasilitas dan Pelayanan pada Transportasi Ekonomis Mudah Andal dan Nyaman (TEMAN) Bus Makassar”.

Tugas akhir ini dapat selesai berkat bantuan baik pikiran, tenaga, dukungan, maupun doa dari banyak pihak. Pada halaman kata pengantar ini penulis ucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT sebagai pemberi rahmat dan pengabul doa-doa penulis hingga penulis masih bisa ada dan sanggup bertahan sampai saat ini.
2. Orang tua sebagai pendukung yang selalu memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi dan selaku perantara rezeki berupa dana dari Tuhan. Serta anggota keluarga lainnya yang selalu bertanya “kapan selesai?”.
3. Bapak Dr. Ir. Saiful, S.T., M.T., IPM selaku Ketua Departemen Teknik Industri FT-UH.
4. Bapak Dr. Eng. Ilham Bakri, S.T., M.Sc., IPM selaku pembimbing I dan Ibu Ir. Nadzirah Ikasari S, S.T., M.T., IPM selaku pembimbing II yang senantiasa dengan sabar meluangkan waktu serta memberi bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen serta Staf Departemen Teknik Industri FT-UH yang telah berjasa dalam membantu penulis menyelesaikan masa studinya.

6. Sahabat-sahabat EDF, Ica, Reka, Melati, Gita, Uta, Nilam, Fatul, Dinda, dan Alda sebagai rumah untuk berkeluh kesah penulis sejak SMP.
7. Sahabat-sahabat BT, Ilma, Nabila, Kak Yul, Alqad, Aswin, Ainul, Eril, Mul, Ikki, Ocit, Pao dan Gilang sebagai teman nongkrong di sekolah maupun di soreabi dan sebagai perkumpulan yang katanya senang *travelling* tapi mager kemana-mana.
8. Teman-teman IKATTE 2T18 yang sampai sekarang masih sering berhubungan satu sama lain, terutama Rezky sobat ngambis sejak SMA dan sampai sekarang selalu menjadi tempat penulis untuk bertanya masalah pelajaran maupun skripsi.
9. Teman-teman asisten Laboratorium Ergonomi dan Perancangan Sistem Kerja, terima kasih atas bantuannya menyelesaikan kegiatan lab untuk adik-adik 2019 walaupun di akhir kalian semakin malas ngampus.
10. Teman-teman pengurus BE HMTI FT-UH Periode 20/21, terima kasih atas warna merah baru yang diberikan kepada penulis selama masa jabatannya. Terutama untuk pengurus inti, Syifa, Niluh, Fadil, Fitrah, Ai, dan Agi serta rekan-rekan 2019 Azzah, Caca, Izzul, Qalbi. Tidak lupa juga untuk kakak-kakak pengurus BE HMTI FT-UH Periode 19/20, kita keren walaupun terjebak pandemi.
11. Teman-teman Calon Sarjana, Mine, Alvir, Mustafa, Riski, Mamat, Ikram, Anca, Cua, Fahmi sebagai teman makan, teman nongkrong, dan teman haha hihi di kampus.
12. Teman-teman Peserta Sidang, sebagai tempat berkeluh kesah dan saling menjemput kalau ada pengumpulan.

13. Teman-teman KKN Gelombang 106 Tamlan 24, walaupun KKN nya tidak seru karna tidak di desa-desa, setidaknya bisa bertemu teman-teman yang “lumayan” seru walaupun ber-KKN di kota, dan terima kasih virus covidnya.
14. Teman-teman Pejuang Muda, Vivit, Wili, Uni, Pingky, Zikri, Faiz, Anca, Syawal, dan Ical. Terima kasih 50 hari berharganya walaupun penulis banyak bolosnya, setidaknya penulis bisa merasa seperti ber-KKN di daerah lain selama mengikuti kegiatan PM dengan kalian.
15. Teman-teman FEAZ18LE, I’m grateful to have you guys. Semoga apa yang diajarkan senior bisa senantiasa diterapkan kedepannya.
16. Teman-teman TEKNIK 2018, terima kasih untuk kerja samanya sejak zaman penulis menjadi koordinator logistik KMT XXVII sampai menjadi *Steering Committee* KMT XXIX. Kita semua keren sejak maba.
17. Terakhir, tentunya untuk diri sendiri. IFAH KEREENNNN.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan untuk membangun dan menyempurnakan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Gowa, 22 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| <i>ABSTRACT</i> | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4 Batasan Masalah | 4 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1 Kepuasan Pelanggan | 7 |
| 2.2 Kualitas Pelayanan | 12 |
| 2.3 Fasilitas | 16 |
| 2.4 Kenyamanan | 18 |
| 2.5 Teman Bus Makassar | 21 |
| 2.6 <i>Importance Performance Analysis</i> | 22 |
| 2.7 <i>Customer Satisfaction Index</i> | 26 |
| 2.8 Penelitian Terdahulu | 27 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 32 |
| 3.1 Objek dan Waktu Penelitian | 32 |
| 3.2 Jenis Data | 32 |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data | 33 |

| | | |
|--|---|-----|
| 3.4 | Prosedur Penelitian..... | 33 |
| 3.5 | Kerangka Pikir Penelitian..... | 38 |
| 3.5.1 | Variabel Operasional | 39 |
| 3.6 | Diagram Alur Penelitian..... | 39 |
| BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA | | 40 |
| 4.1 | Pengumpulan Data..... | 40 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum TEMAN Bus Makassar..... | 40 |
| 4.1.2 | Fasilitas TEMAN Bus Makassar | 41 |
| 4.1.3 | Hasil Uji Instrumen..... | 46 |
| 4.1.4 | Karakteristik Responden..... | 49 |
| 4.2 | Hasil Pengolahan Data | 52 |
| 4.2.1 | Analisis Deskripsi Variabel | 52 |
| 4.3 | <i>Importance Performance Analysis</i> | 71 |
| 4.3.1 | Tingkat Kesesuaian..... | 71 |
| 4.3.2 | Diagram Kartesius | 76 |
| 4.4 | <i>Customer Satisfaction Index</i> | 80 |
| BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN | | 82 |
| 5.1 | Analisa Hasil Uji Instrumen | 83 |
| 5.1.1 | Analisa Uji Validitas..... | 83 |
| 5.1.2 | Analisa Uji Reliabilitas..... | 84 |
| 5.2 | Analisa Karakteristik Responden | 84 |
| 5.2.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 84 |
| 5.2.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 85 |
| 5.2.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan | 85 |
| 5.3 | <i>Importance Performance Analysis</i> | 86 |
| 5.3.1 | Tingkat Kesesuaian..... | 86 |
| 5.3.2 | Diagram Kartesius | 89 |
| 5.4 | <i>Customer Satisfaction Index</i> | 102 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | 104 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 104 |
| 6.2 Saran..... | 105 |
| DAFTAR PUSTAKA | 108 |
| LAMPIRAN | 111 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Data Jumlah Pengguna Teman Bus Makassar..... | 2 |
| Tabel 2.1 Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i> | 27 |
| Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu | 27 |
| Tabel 3.1 Variabel Operasional..... | 41 |
| Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin..... | 49 |
| Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia..... | 50 |
| Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan | 51 |
| Tabel 4.4 Uji validitas tingkat kepentingan | 46 |
| Tabel 4.5 Uji validitas tingkat kepuasan terhadap kinerja saat ini..... | 47 |
| Tabel 4.6 Uji reliabilitas tingkat kepentingan | 48 |
| Tabel 4.7 Uji reliabilitas tingkat kepuasan terhadap kinerja saat ini | 49 |
| Tabel 4.8 Tanggapan responden mengenai ketersediaan AC | 52 |
| Tabel 4.9 Tanggapan responden mengenai ketersediaan CCTV | 53 |
| Tabel 4.10 Tanggapan responden mengenai ketersediaan sabuk pengaman pada kursi bus | 53 |
| Tabel 4.11 Tanggapan responden mengenai ketersediaan sandaran tangan pada kursi | 54 |
| Tabel 4.12 Tanggapan responden mengenai ketersediaan <i>handgrip</i> untuk penumpang berdiri | 54 |
| Tabel 4.13 Tanggapan responden mengenai ketersediaan papan informasi rute perjalanan | 55 |
| Tabel 4.14 Tanggapan repsonden mengenai ketersediaan <i>reclining seat</i> | 55 |
| Tabel 4.15 Tanggapan responden mengenai ketersediaan <i>barcode scanner</i> | 56 |
| Tabel 4.16 Tanggapan responden mengenai ketersediaan fasilitas P3K | 57 |
| Tabel 4.17 Tanggapan responden mengenai ketersediaan <i>GPS Track Bus</i> yang akurat (<i>real time</i>)..... | 57 |
| Tabel 4.18 Tanggapan responden mengenai ketersediaan alat K3 | 58 |
| Tabel 4.19 Tanggapan responden mengenai ketersediaan Wi-Fi | 58 |
| Tabel 4.20 Tanggapan responden mengenai ketersediaan bel | 59 |
| Tabel 4.21 Tanggapan repsonden mengenai ketersediaan pegangan pada tangga/pintu bus | 60 |
| Tabel 4.22 Tanggapan responden mengenai ketersediaan tempat sampah di dalam bus | 60 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.23 Tanggapan responden mengenai ketersediaan bangku khusus di dalam bus | 61 |
| Tabel 4.24 Tanggapan responden mengenai keterampilan pengemudi menjalankan bus | 61 |
| Tabel 4.25 Tanggapan responden mengenai sifat sopan dan ramah petugas..... | 62 |
| Tabel 4.26 Tanggapan responden mengenai ketersediaan bus selama 24 jam | 63 |
| Tabel 4.27 Tanggapan responden mengenai waktu keberangkatan dan tiba bus sesuai dengan jadwal..... | 63 |
| Tabel 4.28 Tanggapan responden mengenai penerapan pembatasan jumlah penumpang | 64 |
| Tabel 4.29 Tanggapan responden mengenai ketersediaan aplikasi untuk memantau bus | 64 |
| Tabel 4.30 Tanggapan responden mengenai ketersediaan informasi jadwal keberangkatan/pemberhentian bus | 65 |
| Tabel 4.31 Tanggapan responden mengenai kebersihan di dalam bus | 66 |
| Tabel 4.32 Tanggapan responden mengenai kondisi kendaraan yang layak | 66 |
| Tabel 4.33 Tanggapan responden mengenai desain interior dan eksterior yang menarik | 67 |
| Tabel 4.34 Tanggapan responden mengenai suhu yang pas dalam bus | 67 |
| Tabel 4.35 Tanggapan responden mengenai dudukan serta sandaran kursi yang empuk dan nyaman | 68 |
| Tabel 4.36 Tanggapan responden mengenai pengguna bus bersikap tertib..... | 68 |
| Tabel 4.37 Tanggapan responden mengenai aroma ruangan dalam bus..... | 69 |
| Tabel 4.38 Tanggapan responden mengenai jarak antar kursi penumpang | 70 |
| Tabel 4.39 Tanggapan responden mengenai pencahayaan yang cukup di dalam bus | 70 |
| Tabel 4.40 Tingkat Kesesuaian | 72 |
| Tabel 4.41 Tabel <i>Hold and Action</i> | 74 |
| Tabel 4.42 Nilai rata-rata tiap atribut..... | 76 |
| Tabel 4.43 Atribut di kuadran A | 78 |
| Tabel 4.44 Atribut di kuadran B | 78 |
| Tabel 4.45 Atribut di kuadran C | 79 |
| Tabel 4.46 Nilai <i>Customer Satisfaction Index</i> | 80 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 <i>Importance Performance Analysis Matrix</i> | 24 |
| Gambar 3. 1 Kerangka Pikir Penelitian..... | 38 |
| Gambar 3. 2 Variabel Operasional..... | 48 |
| Gambar 3. 3 Diagram Alur Penelitian..... | 39 |
| Gambar 4.1 AC di dalam Teman Bus Makassar..... | 41 |
| Gambar 4.2 CCTV di dalam Teman Bus Makassar..... | 41 |
| Gambar 4.3 Alat P3K..... | 42 |
| Gambar 4.4 Alat Pemukul Kaca..... | 42 |
| Gambar 4.5 Sabuk Pengaman pada Kursi..... | 43 |
| Gambar 4.6 <i>Barcode Scanner</i> | 43 |
| Gambar 4.7 Aplikasi Teman Bus | 44 |
| Gambar 4.8 Papan Informasi di dalam Teman Bus Makassar | 44 |
| Gambar 4.9 <i>Handgrip</i> untuk penumpang berdiri..... | 45 |
| Gambar 4.10 Bel | 45 |
| Gambar 4.11 Kursi Prioritas | 45 |
| Gambar 4.12 Diagram karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin..... | 49 |
| Gambar 4.13 Diagram karakteristik responden berdasarkan usia..... | 50 |
| Gambar 4.14 Diagram karakteristik responden berdasarkan pekerjaan..... | 51 |
| Gambar 4.15 Diagram Kartesius..... | 77 |
| Gambar 5.1 Diagram Kartesius..... | 90 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk yang sangat banyak. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk tahun 2020 Kota Makassar adalah 1.423.877 jiwa. Dengan semakin meningkatnya laju pertumbuhan penduduk di Kota Makassar, keberadaan infrastruktur transportasi berpengaruh terhadap kemudahan mobilitas masyarakat dari satu tempat ke tempat lainnya.

Pada tahun 2021, di Kota Makassar telah tersedia Transportasi Ekonomis Mudah Andal dan Nyaman (TEMAN) Bus. Namun dalam pelaksanaannya sempat mengalami pemberhentian operasi sementara dan kembali dioperasikan pada 16 Januari 2022. Kehadiran Teman Bus di Kota Makassar merupakan implementasi program *Buy the Service* (BTS) yang keenam oleh Kementerian Perhubungan Republik Indonesia dengan operator Trans Mamminasata menjadi operator yang menjalankan operasional Teman Bus di Kota Makassar.

Teman Bus Makassar tersedia sebanyak 87 unit dengan rute layanan di 4 koridor, yaitu Panakkukang Square-Pelabuhan Galesong (Koridor 1), Mall Panakkukang-Bandara Internasional Sultan Hasanuddin (Koridor 2), Kampus 2 PNUP-Kampus 2 PIP (Koridor 3), dan Kampus Teknik Unhas Gowa-Panakkukang Square (Koridor 4) (Kementerian Perhubungan RI, 2020).

Sejak awal diresmikan hingga saat ini transportasi Teman Bus di Kota Makassar masih tidak dipungut biaya. Hal ini membuat masyarakat banyak yang lebih memilih menggunakan transportasi ini dibanding dengan alat transportasi umum lainnya seperti *pete-pete* (salah satu nama transportasi di Kota Makassar) yang juga sebelumnya banyak diminati oleh masyarakat. Selain itu, kelebihan dari Teman Bus Makassar ini jika dibandingkan dengan *pete-pete* adalah kapasitas penumpang yang lebih banyak serta beberapa fasilitas lainnya yang lebih lengkap.

Adapun jumlah pengguna Teman Bus Makassar hingga Juni 2022 adalah 200.449 orang dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengguna Teman Bus Makassar

| Rute | Jumlah Pengguna (orang) |
|---|------------------------------------|
| Panakkukang Square-Pelabuhan Galesong | 65.662 |
| Mall Panakkukang-Bandara Sultan Hasanuddin | 37.447 |
| Kampus 2 PNUP-Kampus 2 PIP | 47.697 |
| Kampus Teknik UNHAS Gowa-Panakkukang Square | 49.643 |

Salah satu hal yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini adalah adanya keluhan dari beberapa pengguna mengenai fasilitas yang terdapat pada Teman Bus Makassar, salah satunya adalah posisi *handgrip* yang terlalu tinggi. Sebagai moda transportasi baru, Teman Bus Makassar tentunya perlu untuk terus memperhatikan kepuasan penumpangnya sehingga bisa mempertahankan pelanggan bagi kelancaran pengoperasiannya. Masyarakat pasti berharap agar jasa transportasi yang mereka gunakan dapat mengoptimalkan layanan dan fasilitas sesuai dengan keinginan mereka. Pelayanan yang berkualitas dan

fasilitas yang mendukung dapat meningkatkan kepuasan kepada masyarakat sebagai penumpang.

Hal inilah yang menjadi landasan sehingga dilakukan penelitian dan pembahasan mengenai seberapa besar tingkat kesesuaian antara harapan dengan kepuasan yang dirasakan penumpang Teman Bus Makassar yang dapat menentukan tingkat kepuasan penumpang terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh Teman Bus Makassar.

Pada penelitian ini, dilakukan analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Metode *Importance Performance Analysis* ini dapat digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap harapan dengan kepuasan yang mereka rasakan selama menggunakan Teman Bus Makassar (Purnama, 2006). Sedangkan metode *Customer Satisfaction Index* digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pengguna jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dan kepuasan dari tiap-tiap atribut (Aritonang, 2005). Dengan menggabungkan kedua metode tersebut, dapat diketahui atribut apa saja yang perlu diperbaiki serta tingkat kepuasan penumpang secara menyeluruh.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Seberapa besar tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh penumpang terhadap fasilitas dan pelayanan Teman Bus Makassar?
- b. Seberapa besar tingkat kepuasan penumpang terhadap fasilitas dan pelayanan Teman Bus Makassar?
- c. Bagaimana harapan penumpang terhadap fasilitas dan pelayanan Teman Bus Makassar?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan antara lain :

- a. Mengukur kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh penumpang Teman Bus Makassar
- b. Mengukur tingkat kepuasan penumpang terhadap fasilitas dan pelayanan Teman Bus Makassar
- c. Mengidentifikasi harapan penumpang terhadap fasilitas dan pelayanan Teman Bus Makassar

1.4 Batasan Masalah

- a. Penelitian dilakukan pada transportasi Teman Bus Makassar
- b. Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan penumpang terhadap fasilitas dan pelayanan Teman Bus Makassar

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat dipergunakan oleh berbagai pihak diantaranya

:

a. Bagi Perguruan Tinggi

Dapat digunakan sebagai tambahan referensi mengenai kualitas jasa terhadap kepuasan penumpang di sektor jasa transportasi khususnya transportasi darat.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas jasa Teman Bus Makassar

c. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kepuasan penumpang yang diberikan oleh Teman Bus Makassar

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir dibutuhkan sistematika penulisan yang benar agar pembaca dapat memahami isi dari tugas akhir. Adapun sistematika penulisan tugas akhir yang dimaksud adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, diuraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini, diuraikan mengenai tinjauan pustka dari penelitianpenelitian terdahulu, landaan teori yang digunakan dalam memecahkan masalah dan masalah-masalah yang ada

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini, diuraikan mengenai objek penelitian, data penelitian yang digunakan, metode pengumpulan data dan instrument penelitian beserta diagram alur penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab ini, berisi mengenai gambaran umum perusahaan serta pegnolahan data yang didapatkan.

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, berisi mengenai hasil penelitian yang didapatkan dari penelitian berdasarkan metode yang digunakan,

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini, berisi mengenai kesimpulan dari penelitian dan saran untuk perusahaan agar nantinya perusahaan dapat mempertimbangkan hasil penelitian guna kepentingan perusahaan kedepannya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Pelanggan

2.1.1 Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan menurut Kamus Bahasa Indonesia adalah puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya). Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa (Maulana, 2016).

Kotler (2000, 36) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka atau tidak seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harapannya. Wilkie (1994) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional yang positif pada evaluasi terhadap pengalaman dalam menggunakan suatu produk atau jasa. Engel (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah pembelian dimana produk yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Dari berbagai definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan prestasi atau hasil yang dirasakan (Mardalis, 2005).

Howard dan Sheth (1969) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antar hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Menurut Swan, *et al.* (1980) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produktif relatif bagus atau jelek atau apakah kinerja produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan pemakainya. Sedangkan Mowen (1995) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya (Agustina, 2012).

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh adanya kesesuaian antara harapan awal sebelum pelanggan mengonsumsi barang atau jasa tersebut. Jika manfaat didapatkan oleh pelanggan dibawah harapan yang mereka inginkan maka pelanggan akan merasa tidak puas, begitu pula sebaliknya apabila manfaat yang didapatkan sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan maka mereka akan merasa puas terhadap jasa yang mereka gunakan.

2.1.2 Konsep Kepuasan Pelanggan

Menurut Hasan (2008) konsep teoritis kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan dapat dikaji dari teori *experien affective feelings* dan *expectancy disconfirmation theory*.

a. *Experien affective feelings*

Pendekatan *experien affective* (pengalaman=perasaan) menyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi perasaan positif dan negatif yang diasosiasikan pelanggan dengan barang atau jasa tertentu setelah pembelian. Dengan kata lain, selain pemahaman kognitif mengenai diskonfirmasi harapan, persamaan yang timbul dalam proses pembelian memengaruhi perasaan puas atau tidak terhadap produk yang dibeli.

b. *Expectancy disconfirmation theory*

Metode ini mendefinisikan kepuasan pelanggan menunjukkan evaluasi pengalaman yang dirasakan sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan pemakaian merek lainnya dalam kelas produk yang sama, pelanggan membentuk harapan mengenai kinerja seharusnya dari merek bersangkutan. Harapan atas kinerja dibandingkan dengan kinerja aktual produk, yakni persepsi terhadap kualitas produk. Ada tiga kemungkinan yang dapat terjadi, yaitu :

- 1) Apabila kinerja > harapan maka pelanggan sangat puas
- 2) Apabila kinerja = harapan maka pelanggan puas
- 3) Apabila kinerja < harapan maka pelanggan kecewa

Menurut Nursalam (2012:327) ada enam faktor yang menyebabkan timbulnya rasa tidak puas pelanggan terhadap suatu produk yaitu :

- a. Tidak sesuai harapan dan kenyataan
- b. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
- c. Perilaku personel kurang memuaskan

- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan yang tidak menunjang
 - e. *Cost* terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai
 - f. Promosi atau iklan tidak sesuai dengan kenyataan
- (Isa & Lubis, 2019).

2.1.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Fornell (dalam Agustina, 2012) sejumlah studi menunjukkan bahwa ada tiga aspek penting yang perlu ditelaah dalam kerangka pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu :

- a. Kepuasan general atau keseluruhan (*overall satisfaction*)
- b. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), yaitu tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi
- c. Perbandingan dengan situasi ideal (*comparison to ideal*), yaitu kerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen.

Menurut Andreassen (1998) beberapa indikator dalam mengukur kepuasan pelanggan antara lain :

- a. *Overall Satisfaction*, yaitu kepuasan secara keseluruhan pelanggan setelah mengonsumsi produk
- b. *Expectation Satisfaction*, yaitu harapan kepuasan yang ingin diperoleh pelanggan setelah mengonsumsi produk
- c. *Experience Satisfaction*, yaitu tingkat kepuasan yang dialami oleh pelanggan selama mengonsumsi produk (Susanti, 2019).

Menurut Kotler 2007 (dalam Adam 2015) metode-metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut

a. *Complaint and Suggestion System* (sistem keluhan dan saran)

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan biasanya meliputi kotak saran yang ditempatkan di suatu tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus (*customer hotline*), dan lain-lain.

b. *Customer Satisfaction Survei* (survei kepuasan pelanggan)

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos ataupun telepon maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

c. *Ghost Shopping* (pembeli bayangan)

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka

dalam pembelian mereka dalam produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

d. *Lost Customer Analysis* (analisis pelanggan yang lari)

Dalam metode ini perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut (Adam, 2015).

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Sugiarto (2003) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaianya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Kualitas disebut baik jika penyedia jasa memberikan pelayanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Sedangkan pengertian kualitas menurut Heizer & Render (2001) mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan produk atau jasa memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan (Lupiyadi, 2006). Sedangkan menurut Parasuraman, dkk (1995) kualitas pelayanan

merupakan persepsi pelanggan atas jasa yang mereka terima. Kualitas layanan secara sederhana bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2007).

Menurut Tjiptono (2007) ada dua faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan, yaitu :

a. Pelayanan yang dirasakan

Apabila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan.

b. Pelayanan yang diharapkan

Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan dianggap sangat memuaskan sedangkan jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan konsumen maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang buruk.

Dengan demikian, baik buruknya kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan konsumen maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang buruk.

James A. Fitzsimmons dan Mona J (1994) menjelaskan bahwa konsumen akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan sebagai tolak ukurnya, yaitu :

a. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan secara konsisten dan dapat diandalkan (akurat). Kinerja ini

harus sesuai dengan harapan pelanggan. Dimensi *reliability* ini mencakup :

1. Ketepatan waktu pelayanan (jam kerja) sesuai dengan peraturan
2. Kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan prosedur yang telah ditetapkan untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan
3. Menyediakan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan
4. Sikap simpatik dan akurat yang tinggi

b. *Responsiveness* (cepat tanggap), yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan penyedia jasa/pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas serta mendengar dan mengatasi keluhan/komplain yang diajukan oleh konsumen. Dimensi ini meliputi :

1. Kejelasan informasi waktu penyampaian jasa
2. Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan administrasi
3. Kesiapan dan cepat tanggap pegawai selalu membantu konsumen
4. Keleluasaan waktu pegawai untuk menanggapi permintaan konsumen dengan tepat

c. *Assurance* (kepastian), mencakup pengetahuan dan keramah-tamahan para karyawan dan kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Dimensi ini meliputi :

1. Komunikasi (*communication*)

2. Kredibilitas (*credibility*), kepercayaan terhadap perusahaan, reputasi, prestasi
 3. Keamanan (*security*)
 4. Kompetensi (*competence*), pengetahuan yang dimiliki karyawan
 5. Sopan santun (*courtesy*)
- d. *Empathy* (empati), meliputi pemahaman pemberi perhatian secara individual kepada pelanggan, kemudahan dalam melakukan komunikasi yang baik, dan memahami pelanggan. Dimensi empati ini mencakup :
1. Perhatian pegawai perusahaan kepada konsumen
 2. Kemudahan memperoleh pelayanan
 3. Pemahaman akan kebutuhan ataupun keluhan konsumen
 4. Kesungguhan pegawai dalam memberikan pelayanan
- e. *Tangible* (berwujud), meliputi penampilan fisik dari fasilitas, peralatan, karyawan, dan alat-alat komunikasi. Dimensi *tangible* ini meliputi :
1. Kemutakhiran peralatan, perlengkapan dan teknologi
 2. Kondisi sarana, kenyamanan, keleluasaan tempat usaha dan kebersihan gedung (tempat usaha)
 3. Tata letak peralatan dan barang yang menjadi fasilitas
 4. Kondisi SDM perusahaan dan keselarasan fasilitas fisik dengan jenis pelayanan yang diberikan

Kelima dimensi tersebut merupakan suatu item ringkas dengan reliabilitas dan validitas yang tinggi yang dapat digunakan untuk memahami

persepsi dan harapan kualitas pelayanan dari konsumen, dan sebagai hasilnya dapat digunakan untuk merancang peningkatan kualitas pelayanan.

2.3 Fasilitas

Fasilitas merupakan sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditubuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas juga merupakan alat untuk membedakan program lembaga yang satu dari pesaing yang lainnya. Pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa bersangkutan di mata pelanggan (Lupiyoadi, 2006).

Menurut Tjiptono (1997) fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan tersebut. Fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam suatu jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Tjiptono juga berpendapat bahwa desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Pada sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Adapun faktor-faktor yang berpengaruh signifikan terhadap desain fasilitas jasa adalah sebagai berikut :

a. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Sebagai contoh desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi

yang memadai, ruang peralatan medis yang representative, ruang tunggu pasien yang nyaman, dan lain-lain. Desain fasilitas yang baik dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya perusahaan mudah dikenali dan didesain interior bisa menjadi ciri khas atau petunjuk mengenai sifat jasa didalamnya.

b. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat

Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan finansial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah, dan lain-lain.

c. Faktor estetis

Fasilitas jasa yang tertata rapi, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkat. Aspek – aspek yang perlu ditata meliputi berbagai aspek. Misalnya tinggi langit-langit bangunan, lokasi jendela dan pintu, bentuk pintu beraneka ragam dan dekorasi interior.

d. Masyarakat dan Lingkungan Sekitar

Masyarakat (terutama masalah sosial dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan. Apabila perusahaan tidak mempertimbangkan faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan bisa terancam (Buring, 2018).

2.4 Kenyamanan

Pikkirainen *et al.* (2004) berpendapat bahwa kenyamanan merupakan sejauh mana individu melakukan aktivitas menggunakan suatu teknologi yang dianggap menyenangkan dirinya sendiri. Kenyamanan adalah bagian dari salah satu sasaran karya arsitektur. Kenyamanan terdiri atas kenyamanan psikis dan kenyamanan fisik. Kenyamanan psikis yaitu kenyamanan kejiwaan (rasa aman, tenang, gembira) yang terukur secara subyektif. Kenyamanan fisik dapat terukur secara obyektif yang meliputi kenyamanan spasial, visual, auditorial dan termal (Rilatupa, 2014).

Menurut Hakim (2012), kenyamanan ditentukan oleh beberapa unsur pembentuk dalam perancangan yaitu :

a. Sirkulasi

Kenyamanan dapat berkurang karena sirkulasi yang kurang baik, seperti tidak adanya pembagian ruang yang jelas untuk sirkulasi manusia dan kendaraan bermotor, atau tidak ada pembagian sirkulasi antara ruang satu dengan lainnya. Sirkulasi dibedakan menjadi dua yaitu sirkulasi di dalam ruang dan sirkulasi di luar ruang atau peralihan anatara dalam dan luar seperti lobi, koridor, atau hall.

b. Temperatur

Temperatur berpengaruh bagi aktivitas kerja. Temperature yang terlalu dingin akan menurunkan gairah kerja dan temperature yang terlampau panas dapat membuat kelelahan dalam bekerja dan cenderung banyak

membuat kesalahan. Maka dari itu diperlukan temperatur optimal untuk orang dapat beraktivitas dengan baik.

c. Kebisingan

Kebisingan adalah salah satu masalah yang bisa mengganggu kenyamanan orang-orang di sekitarnya. Kebisingan bisa bersumber dari mesin, suara kendaraan, musik, dan sebagainya. Banyak cara untuk mengurangi kebisingan, salah satunya dengan menggunakan alat pelindung diri seperti *ear muff* atau *ear plug*. Kebisingan juga dapat direduksi dengan memberi penghalang antara sumber kebisingan dengan pengguna ruang.

d. Aroma atau bau-bauan

Aroma yang mengganggu dapat mengurangi kenyamanan orang yang berada di sekitarnya. Aroma yang dirasakan oleh manusia cenderung berbeda-beda tergantung persepsi dari manusia itu sendiri. Aroma dalam bus sangat mempengaruhi kepuasan penumpang terhadap bus itu sendiri. Apabila penumpang merasa tidak suka dengan aroma di dalam bus, maka penumpang bisa merasa tidak puas dan memilih untuk tidak menggunakan bus tersebut di kemudian hari.

e. Bentuk

Bentuk dari perancangan harus disesuaikan dengan ukuran standar manusia agar dapat menimbulkan rasa nyaman. Antropometri dalam ilmu ergonomi bisa diterapkan dalam perancangan bentuk suatu produk/barang.

f. Keamanan

Keamanan merupakan masalah terpenting. Keamanan yang kurang dapat mengganggu dan menghambat aktivitas yang akan dilakukan. Keamanan bukan saja berarti dari segi kejahatan (criminal), tapi juga termasuk kekuatan konstruksi, bentuk ruang, dan kejelasan fungsi.

g. Kebersihan

Kebersihan menjadi suatu hal yang dapat menambah daya tarik dari suatu tempat/lokasi. Kebersihan menambah rasa nyaman karena bebas dari kotoran sampah dan mengeliminasi bau-bauan yang tidak sedap yang ditimbulkannya.

h. Keindahan

Keindahan merupakan hal yang perlu diperhatikan untuk memperoleh kenyamanan karena mencakup masalah kepuasan batin dan pancaindra. Menilai keindahan cukup sulit karena setiap orang memiliki persepsi yang berbeda. Dalam hal kenyamanan, keindahan dapat diperoleh dari segi bentuk ataupun warna.

i. Penerangan

Penerangan yang baik dalam ruang dapat menimbulkan rasa nyaman dari pengguna. Penerangan bisa bersumber dari beberapa hal seperti penerangan alami maupun yang bersumber dari lampu. Beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk memperoleh penerangan yang baik adalah cahaya alami, kuat penerangan, kualitas cahaya, daya penerangan, serta pemilihan dan peletakan lampu.

2.5 Teman Bus Makassar

Teman Bus merupakan singkatan dari Transportasi Ekonomis Mudah Andal dan Nyaman. Teman Bus merupakan implementasi program *Buy the Service* dari Kementerian Perhubungan Republik Indonesia untuk pengembangan angkutan umum di kawasan perkotaan berbasis jalan yang menggunakan teknologi telematika yang andal berbasis non tunai untuk meningkatkan keselamatan dan keamanan serta kenyamanan mobilisasi penumpang. Sesuai dengan namanya, tujuan utama dari adanya Teman Bus ini adalah memberikan Transportasi Ekonomis, Mudah, Andal dan Nyaman bagi masyarakat Indonesia.

Teman Bus merupakan kendaraan bus sedang yang berkapasitas 40 penumpang dengan 20 tempat duduk dan bus besar yang berkapasitas 60 penumpang dengan 30 tempat duduk. Serta masing-masing terdapat 1 area untuk prioritas. Teman Bus dilengkapi dengan CCTV dan sensor alarm pengemudi yang merupakan salah satu upaya untuk memberikan rasa aman bagi penumpang. Layanan Teman Bus juga mengedepankan kenyamanan penumpang dengan selalu menjaga kebersihan area di dalam bus dan mengikuti protokol kesehatan dengan mewajibkan penumpang memakai masker, *social distancing* dengan menjaga kapasitas 50% dan menyediakan *hand sanitizer*.

Teman Bus ini mengedepankan 3 prinsip, yaitu hemat, mudah dan nyaman. Hemat yang dimaksud itu karena dengan Teman Bus penumpang tidak perlu khawatir tidak mempunyai saldo kartu non tunai karena naik

Teman Bus gratis. Mudah yang dimaksud adalah penumpang tidak perlu khawatir ketinggalan Teman Bus karena jadwal perjalanan Teman Bus bisa langsung diakses dengan aplikasi Teman Bus. Sedangkan untuk nyaman yang dimaksud karena Teman Bus dilengkapi dengan layanan terbaik, mendukung protokol kesehatan, serta memberikan keamanan, keselamatan dan kenyamanan bagi penumpang.

Kehadiran Teman Bus di Kota Makassar merupakan implementasi program *Buy the Service* yang keenam oleh Kementerian Perhubungan Republik Indonesia dengan Operator Trans Mamminasata menjadi operator yang menjalankan operasional Teman Bus di Kota Makassar. Diharapkan Teman Bus ini dapat mempermudah mobilisasi masyarakat di Kota Makassar karena terkoneksi dengan Bandara Internasional Sultan Hasanuddin, Pelabuhan Soekarno Hatta dan Terminal Mallengkeri.

Teman Bus Makassar tersedia sebanyak 87 unit dengan rute layanan di 4 koridor, yaitu :

- a. Koridor 1 : Panakkukang Square – Pelabuhan Galesong
- b. Koridor 2 : Mall Panakkukang – Bandara Internasional Sultan Hasanuddin
- c. Koridor 3 : Kampus 2 PNUP-Kampus 2 PIP
- d. Koridor 4 : Kampus Teknik Unhas Gowa-Panakkukang Square

(Kementerian Perhubungan RI, 2020).

2.6 Importance Performance Analysis

Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) yang sebenarnya berawal dari

konsep *Service Quality* (SERVQUAL). IPA merupakan alat bantu dalam menganalisis atau yang digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana antara kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan skala prioritas yang akan dipakai dalam penanganan. IPA ini juga merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa mereka (konsumen) (Febrianti, A.P., 2017).

Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna jasa transportasi di perkotaan :

a. Tingkat Kepentingan (*Importance*)

Tingkat kepentingan ini diukur untuk mengetahui apakah indikator-indikator yang akan dinilai dianggap penting oleh penumpang untuk dilakukan. Sebagai pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat kepentingan kualitas pelayanan, digunakan skala likert dengan nilai 1-5

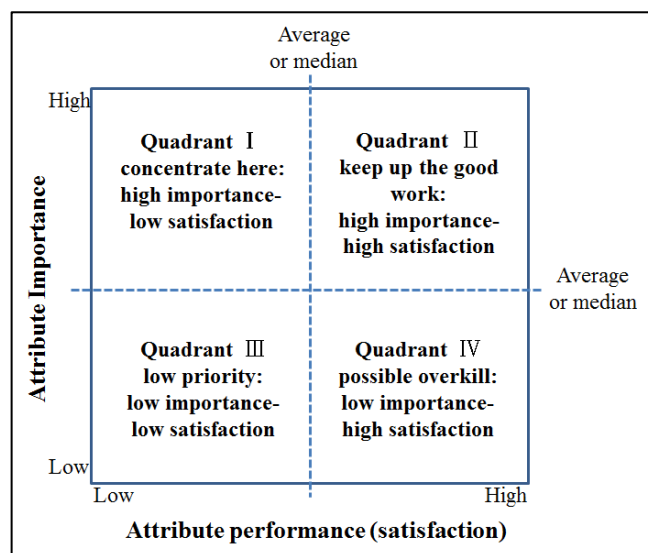
b. Tingkat Kinerja (*Performance*)

Tingkat kinerja diukur untuk mengetahui apakah indikator yang akan dinilai ini sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh penumpang dengan kinerja yang mereka rasakan. Sebagai pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat kinerja layanan, juga digunakan skala liket dengan nilai 1-5

Analisis diawali dengan sebuah kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan, setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skala likert, yaitu apakah menurut pelanggan hal tersebut penting dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana kinerjanya baik atau tidak.

Untuk tingkat kesesuaian mempunyai arti yaitu hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Setelah responden menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance Performance Matrix* yang mana sumbu x mewakili kepuasan yang dirasakan sedangkan sumbu y mewakili kepentingan yang hasilnya dapat berupa empat kuadran seperti gambar berikut :



Gambar 2. 1 *Importance Performance Analysis Matrix*

Menurut Ong & Pambudi (2014), interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut :

a. Prioritas Utama (*Concentrate Here*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

b. Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

c. Prioritas Rendah (*Low Priority*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja actual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.

d. Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

2.7 *Customer Satisfaction Index*

Indeks kepuasan konsumen atau *customer satisfaction index* (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Contohnya adalah memantau perbaikan pelayanan, pemotivasian karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran mewakili tingkat kepuasan menyeluruh pelanggan.

CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. CSI memberikan data yang jelas mengenai tingkat kepuasan pelanggan sehingga pada satuan waktu tertentu dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk memperbaiki apa yang kurang dan meningkatkan pelayanan yang dinilai customer adalah sebuah nilai lebih (Gumilar & Henny, 2020).

Menurut Aritonang (2005) untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) tiap-tiap variabel
- b. Membuat *Weight Factors* (WF) per variabel. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS seluruh variabel

$$WF \% = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Dimana p = atribut kepentingan ke-p

- c. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap atribut

- d. Membuat *Weight Score* (WS) tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dan MSS

$$WS = WF_i \times MSS$$

- e. Menentukan *Weighted Total* (WT)

Menjumlahkan WS dari semua atribut

$$WT = \sum_{i=1}^p WS$$

- f. Menentukan *Customer Satisfaction Index*

Nilai CSI diperoleh dengan menggunakan persamaan

$$CSI = \frac{WT}{HS} \times 100\%$$

Dimana HS (*Highest Scale*) = skala maksimum yang digunakan.

Interpretasi nilai CSI dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. 1 Nilai *Customer Satisfaction Index*

| Angka Indeks | Interpretasi |
|--------------|--------------|
| 80% - 100% | Sangat Puas |
| 60% - 80% | Puas |
| 40% - 60% | Cukup Puas |
| 20% - 40% | Kurang Puas |
| 0% - 20% | Tidak Puas |

(Syukri, 2014).

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

| Penulis | Tahun | Judul | Metode | Hasil |
|--|-------|---|--|--|
| Ahmad Faizin, Dewi Junita Koesoemawati, dan Willy Kriswardhana | 2017 | Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Angkutan Perintis Kabupaten Jember | - <i>Kuesioner</i> - <i>Importance Performance Analysis</i> | Atribut di kuadran I = kebersihan dalam bus dan jam operasi sesuai dengan kebutuhan penumpang. Atribut di kuadran II = ketepatan jam keberangkatan, tarif angkutan perintis, perilaku sopir ketika mengemudi, ketertiban pengemudi, keamanan penumpang, dan kenyamanan tempat duduk. |

| | | | | |
|---|------|---|--|---|
| | | | | Atribut di kuadran III = jumlah armada dan sopir mengingatkan penumpang. Atribut di kuadran IV = kecepatan angkutan dan ketersediaan fasilitas di dalam bus. |
| Kevin Muzammil, Dewi Junita Koesoemawati dan Willy Kriswardhana | 2019 | Evaluasi Standar Pelayanan Minimum dan Tingkat Kepuasan Penumpang di Terminal Angkutan Umum Tawang Alun Jember | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Observasi</i> - <i>Wawancara</i> - <i>Kuesioner</i> - <i>Importance Performance Analysis</i> | Berdasarkan analisis menggunakan metode <i>Importance Performance Analysis</i> atribut di kuadran I = kelengkapan informasi jadwal keberangkatan, tersedia media layanan pengaduan, ketersediaan fasilitas khusus penyandang disabilitas dan ibu menyusui. Kuadran II = ketersediaan jalur pejalan kaki dan kenyamanan pada ruang tunggu. Kuadran III = kebersihan toilet di terminal. Kuadran IV = pelayanan ramah, petugas cepat tanggap, keamanan terjaga, dan kebersihan tempat ibadah di terminal. |
| Dewi Sriastuti Nababan, Jeni Paresa, & Asnawi Asnawi | 2021 | Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang Terhadap Pelayanan Angkutan Pedesaan Rute Kota Merau ke Distrik Kurik | <ul style="list-style-type: none"> - Studi pustaka - Kuesioner - <i>Importance Pperformance Analysis</i> - <i>Customer Satisfaction Index</i> | Menggunakan metode CSI didapatkan hasil bahwa nilai CSI berada pada interval 64%-71% yang berarti pelayanan buruk dirasakan oleh penumpang. Setelah dianalisis menggunakan metode IPA didapatkan kinerja yang dianggap penting untuk diadakan menurut penumpang adalah kebersihan moda transportasi |
| Dewa Made Priyantha Wedagama, Putu Alit Suthayana, dan Putu Ciria Angga Pramana | 2020 | Analisis Kinerja Layanan Angkutan Umum Massal Bus Trans Sarbagita Berdasarkan Persepsi Kepuasan Penumpang (Studi Kasus Koridor I : Kota Gwk dan Koridor II : Batubulan-Nusa Dua | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Importance Performance Analysis</i> - <i>Customer Satisfaction Index</i> - <i>Heterogeneous Customer Satisfaction Index</i> | Berdasarkan analisis IPA atribut yang penting untuk ditingkatkan adalah keinginan pelanggan terhadap penyedia jasa yang ditawarkan dan kenyamanan yang diberikan. Berdasarkan analisis CSI tingkat kepuasan pengguna jasa sebesar 75.60% pada koridor I dan 80.30% pada koridor II yang keduanya berarti persepsi pengguna jasa dalam predikat baik. Berdasarkan analisis HCSI atribut yang memiliki bobot terendah |

| | | | | |
|-----------------|------|--|---|--|
| | | | | pada koridor I yaitu kemudahan menjangkau halte bus dan atribut yang memiliki bobot terbesar adalah perhatian pramujasa dalam memberlakukan penumpang secara profesional. Sedangkan untuk di koridor II atribut yang memiliki bobot terendah adalah ketepatan waktu keberangkatan Bus dan atribut dengan bobot terbesar adalah perhatian pramujasa dalam memberlakukan penumpang secara profesional. |
| Dede Apriyadi | 2017 | Analisis Pengaruh Ketetapan Waktu, Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari | <ul style="list-style-type: none"> - Observasi - Wawancara - Kuesioner - Uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas) - Analisis regresi berganda - uji hipotesa (uji f, uji t) - uji koefisien determinasi. | Ketepatan waktu, fasilitas dan harga tiket berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang kereta. Hasil uji f didapat $f_{hitung} > f_{tabel} = 34.408 > 2.70$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga dapat diartikan ketepatan waktu, fasilitas, dan harga tiket berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang Kereta Api Bengawan di Stasiun Purwosari. |
| Stanko Bajcetic | 2018 | <i>Analysis of Public Transport Users Satisfaction Using Quality Function Deployment : Belgrade Case Study</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Kuesioner - Wawancara - <i>Quality Function Deployment</i> | Fitur layanan yang penting dalam sistem angkutan umum di Belgrade adalah keteraturan dan kenyamanan kendaraan. Berdasarkan analisis fitur layanan dalam <i>House of Quality</i> , ditentukan bahwa pengaruh terbesar dihasilkan melalui parameter fungsi sistem (keandalan) dengan kepentingan relatif 22,0%, staf (pengemudi) dengan kepentingan relatif 14,0% dan kemajuan dengan kepentingan relatif 13,0%. Berdasarkan kepentingan mutlak, kepentingan terbesar harus diberikan pada frekuensi kendaraan yang berada di peringkat 1, |

| | | | | |
|--|------|---|---|---|
| | | | | pengemudi di peringkat 2 dan <i>headway</i> di peringkat 3. |
| Alexandru-Mihai Bugheanu & Ruxandra Dinulescu | 2018 | <i>Improving the Romanian Public Transport Services by Using Lean Six Sigma Methodology</i> | - Kuesioner - <i>Lean Six Sigma</i> | Hasil penelitian menunjukkan kekurangan yang memengaruhi tingkat kepuasan pengguna adalah waktu menunggu di terminal yang lama, kurangnya sistem digital yang menunjukkan kedatangan bus di stasiun, kurangnya sistem yang terintegritas (antara bus dan metro), dan kondisi perjalanan. Setelah proses <i>Lean Six Sigma</i> diimplementasikan, untuk mengurangi waktu tunggu pengguna di terminal bus dapat dilakukan dua tindakan, yaitu pengadaan layar digital di setiap terminal bus yang dapat mengumumkan dalam berapa menit bus berikutnya akan tiba dan pengadaan <i>platform online</i> yang memungkinkan pengguna untuk memperkenalkan tujuan mereka dan menampilkan pilihan bus untuk tiba di lokasi tujuan. |
| I. D. C. Wijerathna | 2016 | <i>Service Quality Factors Affecting Passener Satisfaction in Public Bus Transportation : a case study of Kegalle District passenger bus transportation service sector reforms for economic development</i> | - Kuesioner - Uji regresi | Faktor yang mempengaruhi kepuasan penumpang antara lain perencanaan pelayanan dan kehandalan, keselamatan, kebersihan, dan desain jaringan. Masalah utama yang dihadapi oleh penumpang antara lain sistem informasi, manajemen pengaduan, fasilitas 30alted an terminal, biaya, kebersihan, dan infrastruktur bus yang buruk. Disarankan kepada pemberi jasa untuk lebih memperhatikan lagi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dari pengguna jasa. |
| Miroslac Knezevic, Slobodan Cerovic, Dusan Borovcanin, and | 2017 | <i>The Use of IPA in the Analysis of Customer Satisfaction in the Hotel Industry</i> | - Kuesioner - <i>Importance Performance Analysis</i> | Di kuadran pertama yang dianggap sangat penting terdapat atribut kebersihan, kenyamanan, staff, <i>free wi-fi</i> dan harga. |

| | | | | |
|---|------|--|------------------------------|--|
| Aleksandar Unkovic | | | | Dan yang dianggap tidak terlalu penting adalah lokasi dan fasilitas. Di kuadran keempat tidak terdapat atribut apapun, ini berarti tidak ada hal yang perlu dikhawatirkan oleh manajemen hotel tapi mereka harus memberi perhatian kepada atribut-atribut yang berada di kuadran pertama. Berdasarkan hasil analisisnya juga menunjukkan bahwa tamu sudah merasa puas terhadap atribut-atribut yang dianggap penting sebelumnya. |
| Farzana Rahman, Tanay Datta Chowdhury, Tanvir Haque, Rezwanaur Rahman, Aminul Islam | 2017 | <i>Identifying Existing Bus Service Condition and Analyzing Customer Satisfaction of Bus Service in Dhaka City</i> | <i>Discrete Choice Model</i> | Hasil penelitian menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden berpendapat bahwa kondisi pelayanan bus saat ini tidak memuaskan. Soal kualitas bus, masyarakat menganggap dudukan bus tidak nyaman. Mengenai kondisi keselamatan dan keamanan, tiga alasan utama ketidakpuasan penumpang adalah praktik mengemudi yang tidak aman, fasilitas naik dan turun yang buruk, dan kurangnya pengawasan lembaga penegak hukum. Alasan yang membuat pelayanan kurang memuaskan antara lain pelayanan bus yang tidak teratur, kepadatan bus yang teratur, standar bus yang kurang baik dan kebersihan yang kurang. Terlepas dari beberapa hal negatif yang dirasakan, penumpang tetap merasa puas terhadap biaya perjalanan yang rendah. |