

## ABSTRAK

Taksi Gemah Ripah merupakan salah satu perusahaan taksi di Bandung yang selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan selalu mengutamakan kenyamanan bagi pelanggannya. Namun seiring dengan waktu Gemah Ripah mengalami persaingan yang ketat dengan perusahaan dibidang jasa transportasi yang sama yang menyebabkan penurunan jumlah pelanggan taksi Gemah Ripah. Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah untuk (1) mengetahui tingkat kepuasan konsumen jasa taksi akan kinerja Taksi Gemah Ripah, (2) mengetahui posisi Taksi Gemah Ripah di mata konsumen jasa taksi dibandingkan dengan perusahaan jasa transportasi taksi lainnya, (3) memberikan usulan untuk meningkatkan kinerja Taksi Gemah Ripah untuk mempertahankan dan meningkatkan konsumen jasa transportasi taksi.

Model yang digunakan untuk penelitian ini adalah uji hipotesis ketidakpuasan, IPA 4 kuadran, *Correspondence Analysis*, metode *Based On Rank Orders* dan IPA 6 kuadran. Kuesioner disebar dengan menggunakan teknik *purposive sampling* ke responden yang mengenal atau mengetahui atau pernah menggunakan jasa transportasi taksi Gemah Ripah, Taksi Blue Bird dan Taksi Bandung Metropolitan, yaitu 30 kuesioner pendahuluan dan 272 kuesioner penelitian.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa persepsi masyarakat akan Taksi Gemah Ripah masih rendah, dengan melakukan uji ketidakpuasan didapat 18 atribut dimana konsumen masih merasa belum puas akan kinerja Taksi Gemah Ripah, yaitu sirkulasi udara yang sejuk (ac berfungsi selama perjalanan), kejujuran supir dalam mengoperasikan argometer (tidak curang), cara mengemudi supir (spt : tidak ngebut, tidak ugal-ugalan, dll), kejujuran supir dalam menentukan rute jalan yang tercepat s/d tujuan, kenyamanan pada saat duduk selama perjalanan, kejelasan identitas dari perusahaan, ketepatan supir memberikan uang kembalian, kecepatan menjemput konsumen setelah konsumen memesan taksi melalui telepon, kondisi fisik mobil yang "terkesan baru", keramahan supir, kesabaran supir menunggu penumpang, kualitas kaca film yang mampu memberikan sisi privasi konsumen (memberikan kesan "gelap" dari luar), keramahan operator memberikan respon terhadap konsumen yang memesan taksi melalui telepon, kesediaan perusahaan menerima keluhan, kritik dan saran dari konsumen, kebersihan interior taksi, kemudahan mendapatkan taksi di tempat umum, ketanggapan supir terhadap keluhan konsumen, dan ketanggapan supir untuk membawakan barang konsumen.

Untuk meningkatkan persepsi masyarakat kepada Taksi Gemah Ripah, maka penulis memberikan usulan yaitu: 1) penyeleksian supir yang lebih ketat, 2) penambahan informasi-informasi pada taksi, 3) penggunaan radio komunikasi dengan pembagian area tertentu, 4) pemeriksaan kendaraan secara rutin yang dilengkapi dengan tabel pemeriksaan kondisi taksi, 5) Pengawasan secara langsung akan kinerja supir di lapangan, 6) pembuatan poster yang berisi tentang langkah-langkah menjawab telepon dari konsumen taksi yang memesan atau memberikan pengaduan.

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1 – 1
1.2 Identifikasi Masalah .....	1 – 2
1.3 Pembatasan Masalah .....	1 – 5
1.4 Perumusan Masalah .....	1 – 5
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	1 – 5
1.6 Sistematika Penulisan .....	1 – 6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Jasa.....	2 – 1
2.1.1 Pengertian Jasa.....	2 – 1
2.1.2 Karakteristik Jasa.....	2 – 1
2.1.3 Pengertian Kualitas.....	2 – 2
2.1.4 Dimensi Kualitas Jasa.....	2 – 3
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	2 – 4
2.2 <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek).....	2 – 5
2.2.1 <i>Brand Perceived Quality</i> .....	2 – 6
2.3 Pengertian <i>Perceived Quality</i> .....	2 – 6
2.3.1 Dimensi <i>Perceived Quality</i> .....	2 – 6
2.3.2 Dimensi <i>Perceived Quality</i> untuk Konteks Jasa.....	2 – 7
2.3.3 Manfaat <i>Perceived Quality</i> .....	2 – 9

2.3.4	Hal-hal dalam Membangun <i>Perceived Quality</i> .....	2 – 10
2.4	Pengukuran dan Analisis <i>Perceived Quality</i> .....	2 – 11
2.4.1	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	2 – 12
2.4.1.1	IPA 4 Kuadran.....	2 – 16
2.4.1.2	IPA 6 Kuadran.....	2 – 17
2.4.2	<i>Correspondence Analysis (ANACOR)</i> .....	2 – 18
2.4.3	Metode <i>Based On Rank Orders</i> .....	2 – 21
2.5	Teknik Pengumpulan data.....	2 – 22
2.6	Populasi dan Sampel.....	2 – 23
2.6.1	Teknik Sampling.....	2 – 23
2.6.2	Menentukan Ukuran Sampel.....	2 – 26
2.7	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	2 – 28
2.7.1	Macam-macam Skala Pengukuran.....	2 – 28
2.7.2	Instrumen Penelitian.....	2 – 29
2.7.3	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2 – 30
2.7.3.1	Validitas Instrumen.....	2 – 30
2.7.3.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2 – 31

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Penelitian Pendahuluan .....	3 – 1
3.2	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3 – 1
3.3	Tinjauan Pustaka .....	3 – 4
3.4	Penentuan Model Penelitian.....	3 – 4
3.5	Penentuan Variabel Penelitian.....	3 – 4
3.6	Penyusunan Kuesioner Uji coba.....	3 – 6
3.7	Validitas Konstruksi.....	3 – 6
3.8	Penentuan Teknik Sampling.....	3 – 7
3.9	Penyebaran Kuesioner Uji Coba.....	3 – 7
3.10	Pengujian Instrumen.....	3 – 8
3.11	Penentuan Ukuran Sampel.....	3 – 8
3.12	Penyebaran Kuesioner Penelitian .....	3 – 9

3.13	Pengumpulan kuesioner Penelitian.....	3 – 9
3.14	Pemeriksaan Kuesioner Penelitian.....	3 – 9
3.15	Pengolahan Data.....	3 – 9
3.15.1	Uji Hipotesis Ketidakpuasan .....	3 – 10
3.15.2	Metode <i>Importance-Performance Analysis</i> 4.....	3 – 10
3.15.3	<i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	3 – 11
3.15.4	Metode <i>Based On Rank Orders</i> .....	3 – 11
3.15.5	Metode <i>Importance-Performance Analysis</i> 6.....	3 – 11
3.16	Analisis.....	3 – 12
3.17	Usulan.....	3 – 12
3.18	Kesimpulan dan Saran.....	3 – 12

#### BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan .....	4 – 1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	4 – 1
4.1.2	Struktur Organisasi .....	4 – 2
4.1.3	Kegiatan Operasional Perusahaan.....	4 – 2
4.1.4	Peraturan dan Tata Tertib Perusahaan yang Harus.....	4 – 3
	Dilaksanakan oleh Mitra Kerja/Pengemudi Gemah Ripah Taksi	
4.1.5	Prosedur Penerimaan Supir.....	4 – 5
4.2	Pengumpulan Data Pendahuluan.....	4 – 6
4.3	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel.....	4 – 6

#### BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Indikator Penelitian.....	5 – 1
5.2	Uji Validitas Konstruksi.....	5 – 1
5.3	Penyebaran Kuesioner Penelitian Uji Coba.....	5 – 1
5.4	Pengolahan Data Awal.....	5 – 2
5.4.1	Uji Validitas Kuesioner Uji Coba.....	5 – 2
5.4.2	Uji Reliabilitas Kuesioner Uji Coba.....	5 – 2

5.5	Pengolahan Data Penelitian.....	5 – 3
5.5.1	Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5 – 3
5.5.2	Pengolahan Data Tingkat Kepentingan dan Kinerja..... Taksi Gemah Ripah Bandung	5 – 17
5.5.3	Pengolahan Data dengan <i>Correspondence Analysis</i> (CA)...	5 – 20
5.5.4	Pengolahan Data dengan Metode <i>Based On Rank Orders</i>	5 – 23
5.5.5	Pengolahan Data dengan Menggunakan IPA 6.....	5 – 25
5.6	Analisis.....	5 – 28
5.6.1	Analisis Pesaing Utama.....	5 – 28
5.6.2	Analisis Penentuan Target untuk Setiap Atribut.....	5 – 33
5.7	Pengembangan Usulan.....	5 – 35

## BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan .....	6 – 1
6.2	Saran .....	6 – 3
6.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	6 – 3
6.2.2	Saran Penelitian Lebih Lanjut.....	6 – 3

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## KOMENTAR DOSEN PENGUJI

## DATA PENULIS

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jasa Transportasi Taksi yang Menjadi <i>Top Of Mind</i>	1 – 3
1.2	Jasa Transportasi Taksi yang Menjadi <i>Brand Recall</i>	1 – 3
1.3	Jasa Transportasi Taksi yang Sering Digunakan	1 – 4
1.4	Ketertarikan untuk Menggunakan Kembali Jasa Transportasi Taksi Gemah Ripah	1 – 4
1.5	Peringkat Jasa Transportasi Taksi	1 – 4
2.1	Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%	2 - 27
3.1	Variabel-variabel Penelitian	3 – 5
3.2	Indikator Penelitian	3 – 5
5.1	Uji Validitas	5 – 2
5.2	Uji Reliabilitas	5 – 3
5.3	Uji Hipotesis Kepuasan Konsumen terhadap Kinerja Taksi Gemah Ripah	5 – 5
5.4	Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Kinerja Taksi Gemah Ripah	5 – 17
5.5	Prioritas Perbaikan Kinerja Taksi Gemah Ripah dengan Menggunakan IPA 4 Kuadran	5 - 19
5.6	Peringkat Berdasarkan Hasil Pengolahan Data dengan Menggunakan <i>Correspondence Analysis</i>	5 – 22
5.7	Rangkuman Total Ranging Atribut 18	5 – 23
5.8	Rangkuman Total Ranging Atribut 20	5 – 24
5.9	Perbandingan Posisi Taksi Gemah Ripah terhadap Taksi Lainnya dengan Menggunakan IPA 6	5 – 27
5.10	Prioritas Target Perbaikan	5 – 34

5.11	Usulan Tabel Pemeriksaan Kondisi Taksi untuk Arsip Perusahaan	5 – 40
5.12	Usulan Tabel Pemeriksaan Kondisi Taksi untuk Dipajang pada Taksi	5 – 41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Gambar Nilai <i>Perceived Quality</i>	2 – 9
2.2	Peta Posisi <i>Importance-Performance Analysis/</i> Diagram Kartesius	2 – 15
2.3	Gambar Tingkat <i>Performance</i> dan <i>Importane</i>	2 – 17
2.4	Gambar Analisis Kompetitif Tingkat Kepentingan dan Kinerja	2 – 18
2.5	Teknik Sampling	2 – 24
3.1	Metodologi Penelitian	3 – 2
4.1	Struktur Organisasi PT Gemah Ripah Taksi	4 – 2
5.1	Gambar Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5 – 4
5.2	Grafik IPA 4 Kuadran	5 – 18
5.3	<i>Row and Column Scores</i> (Output CA)	5 – 21
5.4	Gambar Uji Normal Atribut 18	5 – 23
5.5	Gambar Uji Normal Atribut 20	5 – 24
5.6	Usulan Iklan Pengaduan	5 – 39
5.7	Usulan Prosedur Operator Menjawab Telepon dari Konsumen	5 – 42

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L1 – 1
1	Kuesioner Penelitian	L1 – 2
2	Data Mentah Harapan Konsumen	L2 – 1
2	Data Mentah Kinerja Taksi Gemah Ripah	L2 – 10
2	Data Mentah Rangking Persepsi Konsumen	L2 – 19
3	Hasil Pengolahan Uji Validitas dan Reliabilitas Harapan Konsumen	L3 - 1
3	Hasil Pengolahan Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja Taksi Gemah Ripah	L3 – 2
3	Hasil Pengolahan dengan <i>Corespondence Analysis</i> (CA)	L3 - 3
3	Hasil Pengolahan Data dengan Metode <i>Based On Rank Orders</i>	L3 - 13
4	Validitas Konstruksi	
4	Komentar Seminar Judul	
5	Tabel Nilai-nilai r Product Moment	
5	Tabel Kurva Normal	