

ABSTRAK

PT. Arimbi Jaya Agung merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi darat, yaitu jasa bis antar kota antar propinsi. Perusahaan ini mempunyai armada bis yang dinamakan ARIMBI dengan salah satu trayeknya yaitu Merak-Bandung. Permasalahan yang muncul di Bis Arimbi trayek Merak-Bandung adalah terdapatnya penurunan jumlah konsumen beberapa tahun belakangan ini, yang mungkin disebabkan banyaknya pesaing yang muncul. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja Bis Arimbi, mengetahui posisi Bis Arimbi jika dibandingkan dengan para pesaingnya, serta usulan tindakan-tindakan yang perlu dilakukan perusahaan agar dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap Bis Arimbi.

Penelitian ini menggunakan wawancara dengan pihak perusahaan dan konsumen, penyebaran kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian sebagai teknik pengumpulan datanya. Kuesioner pendahuluan sebanyak 30 buah disebar menggunakan teknik *purposive sampling*, tujuan kuesioner tersebut untuk mengetahui seberapa besar pengenalan dan kesadaran konsumen terhadap Bis Arimbi. Sedangkan kuesioner penelitian terdiri dari 2 bagian, yaitu tingkat kepentingan dan tingkat performansi dari keempat bis. Kuesioner tersebut berjumlah 120 buah yang disebar dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengolahan data yang dilakukan mencakup, pengolahan data Uji Hipotesis Ketidakpuasan dimana untuk mengetahui tingkat ketidakpuasan konsumen disetiap variabelnya, matriks *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui kuadran perbaikan dari setiap variabel dan Uji Duncan (Uji Wilayah Berganda) untuk mengetahui perbandingan posisi Bis Arimbi dengan bis pesaing.

Berdasarkan pengolahan data Uji Hipotesis Ketidakpuasan didapatkan bahwa hanya terdapat 5 variabel yang dirasakan puas oleh konsumen dan 25 variabel yang dirasakan tidak puas oleh konsumen. Untuk matriks *Importance Performance Analysis* (IPA) terdapat 6 variabel yang berada pada kuadran 2 (*Focus Improvement Effort Here*). Sedangkan untuk Uji Duncan, Bis Arimbi unggul di 4 variabel, bersaing sebanyak 19 variabel dan tertinggal sebanyak 7 variabel oleh para pesaingnya. Dari ketiga pengolahan data tersebut didapat prioritas perbaikan pertama adalah variabel “kecepatan kondektur dalam menanggapi permintaan penumpang”, “keleluasan jarak antar kursi penumpang (tidak sempit)”. Sedangkan prioritas perbaikan kedua adalah “adanya jaminan perusahaan untuk barang penumpang yang tertinggal, “kebersihan WC di dalam bis”, “ketersediaan air bersih yang memadai di WC”, “kesesuaian harga dengan fasilitas yang diberikan”.

Peneliti mengajukan saran agar pihak Bis Arimbi membuat *Standard Operation Procedure* untuk kondektur yang berkaitan dengan pelayanan kepada penumpang, mengunci setiap kursi penumpang agar *reclining seat* hanya bisa digunakan sebesar 110-115 derajat kemiringan, memberikan tempat sampah kecil di dalam WC, menyediakan cadangan air di dalam jirigen serta memberikan fasilitas yang lebih memadai seperti, adanya tisu, pengharum otomatis interior bis, bantal, kursi penumpang yang terdapat keranjang makanan/minuman.

DAFTAR ISI

COVER	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah	1-4
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-5
1.6 Sistematika Penulisan	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kualitas Jasa	2-1
2.2 <i>Perceived Quality</i>	2-2
2.2.1 Nilai-nilai Dalam <i>Perceived Quality</i>	2-3
2.2.2 Tingkat Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	2-4
2.3 Uji Hipotesis Ketidakpuasan	2-5
2.4 Uji Hipotesis Persaingan	2-6
2.4.1 Uji ANOVA	2-6
2.4.2 Uji Duncan (Uji Wilayah Berganda)	2-7
2.4.3 Matriks Persaingan	2-10
2.5 <i>Importance Performance Analysis</i>	2-11
2.6 Populasi dan Sampel Dalam Penelitian	2-13
2.6.1 Populasi dan Sampel	2-13
2.6.2 Teknik Sampling	2-13
2.6.3 Penentuan Jumlah Sampel	2-16

2.7 Teknik Pengumpulan Data Primer	2-17
2.7.1 Skala Pengukuran Kuesioner	2-18
2.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-20
2.8.1 Uji Validitas Instrumen	2-20
2.8.2 Uji Reliabilitas Instrumen	2-21
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metodologi Penelitian	3-1
3.2 Keterangan Diagram Alir Penelitian	3-4
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	4-2
4.1.3 <i>Job Description</i>	4-3
4.2 Data Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.3 Data Kuesioner Penelitian Tahap Awal	4-5
4.4 Data Kuesioner Penelitian (Tahap Lanjutan)	4-5
4.5 Pesaing Bis Arimbi	4-6
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Pengolahan Data	5-1
5.1.1 Pengujian Validitas	5-1
5.1.2 Pengujian Reliabilitas	5-7
5.1.3 Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-8
5.1.4 Matriks <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA 4)	5-10
5.1.5 Uji Hipotesis Persaingan	5-12
A. <i>Analysis of Variance</i> (ANOVA)	5-12
B. Uji Wilayah Berganda – Duncan	5-17
5.2 Analisis	5-21
5.2.1 Analisis Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-21
5.2.2 Analisis Matriks <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-26
5.2.3 Analisis Uji Hipotesis Persaingan (Matriks Persaingan)	5-28
5.2.4 Prioritas Perbaikan	5-34

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan 6-1

6.2 Saran 6-3

DAFTAR PUSTAKA xv

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	<i>Ranking Top of Mind Brand</i>	1-2
1.2	<i>Ranking Brand Recall</i>	1-2
1.3	<i>Brand Reconition</i>	1-3
1.4	Kesediaan Untuk Memakai Jasa Kembali	1-3
1.5	Media Untuk Mengetahui Bis Arimbi	1-4
2.1	Data Mentah Contoh Perhitungan Uji Duncan	2-8
2.2	Nilai R_p Contoh Perhitungan Uji Duncan	2-9
5.1	35 Variabel Penelitian	5-2
5.2	Uji Validitas Tingkat Kepentingan	5-3
5.3	Uji Validitas Tingkat Kinerja Bis Arimbi	5-4
5.4	Uji Validitas Ke-2 Tingkat Kepentingan	5-5
5.5	Uji Validitas Ke-2 Tingkat Kinerja Bis Arimbi	5-6
5.6	Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-7
5.7	Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja Bis Arimbi	5-7
5.8	Uji Reliabilitas Ke-2 Tingkat Kepentingan	5-7
5.9	Uji Reliabilitas Ke-2 Tingkat Kinerja Bis Arimbi	5-8
5.10	Uji Hipotesis Ketidakpuasan Konsumen	5-9
5.11	Nilai Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Performansi Bis Arimbi	5-11
5.12	Uji <i>Analysis Of Variance</i>	5-13
5.13	Rangkuman Hasil Uji <i>Analysis Of Variance</i>	5-15
5.14	Rangkuman Variabel Keputusan Tolak H_0	5-16
5.15	Beda Signifikansi Peringkat	5-17
5.16	Nilai R_p Untuk Variabel 1	5-18
5.17	Hasil Uji Wilayah Berganda – Duncan	5-20
5.18	Rangkuman <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA 4)	5-26
5.19	Matriks Persaingan	5-28
5.20	Prioritas Perbaikan	5-33
6.1	Posisi Bis Arimbi Menurut Matriks Persaingan	6-2

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Piramida Awareness	2-4
2.2	Matriks Persaingan	2-10
2.3	Matriks <i>Importance Performance Analysis</i>	2-12
3.1	Diagram Alir Penelitian	3-1
4.1	Bis Arimbi	4-1
4.2	Struktur Organisasi PT. AJA	4-2
4.3	Bis Armada Jaya Perkasa	4-6
4.4	Bis Laju Prima	4-7
4.5	Bis Kramat Djati	4-8
5.1	Wilayah Kritis Uji Hipotesis Ketidakpuasan Variabel 1	5-10
5.2	Matriks <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA 4)	5-10
5.3	Wilayah Kritis Uji ANOVA Untuk Variabel 1	5-16
5.4	Tampilan <i>Website</i> Bis Kramat Djati	5-30
5.5	Tampilan <i>Website</i> Bis Armada	5-30
5.6	Stiker <i>Reclining Seat</i>	5-36
5.7	Stiker Kebersihan WC Di Dalam Bis	5-37
5.8	Stiker Keamanan Barang Bawaan Penumpang	5-40
5.9	<i>Layout</i> Tempat Sampah Diletakkan	5-41
5.10	Stiker Pengaduan Ugal-Ugalan	5-41
5.11	<i>Form</i> Kertas Saran	5-43
5.12	Kursi Penumpang Yang Mempunyai Keranjang Makanan/Minuman	5-45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan & Kuesioner Penelitian	L1-1
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan, Penelitian, Output SPSS Uji Duncan	L2-1
3	Hasil Validitas Konstruksi, Form Komentar & Saran Seminar isi dan Sidang Tugas Akhir	L3-1
4	Tabel-Tabel	L4-1