

ABSTRAK

Saat ini kebutuhan akan transportasi menjadi sangat penting, terutama di kota-kota besar. Bagi kebanyakan orang yang memiliki kendaraan pribadi, hal tersebut bukanlah sesuatu yang sulit. Tetapi untuk yang tidak memiliki kendaraan, memilih kendaraan umum untuk transportasi merupakan suatu masalah, apalagi untuk kebutuhan bepergian ke luar kota. Mereka harus memilih transportasi yang dapat memberikan kemudahan, kenyamanan, serta keamanan yang terjamin. Untuk itu, perusahaan jasa travel dapat menjadi alternatif, salah satunya travel Transline yang melayani jurusan Bandung–Jakarta PP.

Seiring dengan semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan jasa travel dengan jurusan Bandung-Jakarta PP, maka alternatif konsumen pun semakin banyak. Saat ini, Transline masih sering menerima keluhan dari konsumen, yang membuktikan bahwa secara keseluruhan pelayanan yang diberikan belum dapat memuaskan konsumen. Untuk mengukur kualitas pelayanan Transline, dibutuhkan suatu metode yang dapat membantu mengetahui kesenjangan yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen. Metode yang digunakan adalah metode *Servqual* dan pengujian hipotesis untuk mengukur tingkat kesenjangan antara harapan dengan persepsi konsumen (Gap 5), harapan konsumen dengan persepsi manajemen (Gap 1), persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas jasa (Gap 2), spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa (Gap 3), dan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal (Gap 4).

Dari hasil pengolahan data, diperoleh nilai *Total Servqual Quality* (TSQ) sebesar -0.477, artinya saat ini pelayanan yang diberikan Transline belum dapat memuaskan konsumennya (Gap 5). Secara keseluruhan, untuk gap 1 diketahui bahwa manajemen sudah mengetahui harapan konsumen, untuk gap 2 diketahui Transline sudah memiliki standar tertulis, untuk gap 3 diketahui kinerja karyawan sudah konsisten dalam memenuhi standar, tetapi untuk gap 4 janji yang diberikan belum sesuai dengan harapan konsumen. Dari hasil analisis yang dilakukan, kesenjangan yang terjadi sebagian besar disebabkan karena standar yang ditetapkan belum sesuai dengan harapan konsumen. Untuk mengetahui prioritas perbaikan kualitas pelayanan digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dan diperoleh 18 pernyataan yang memerlukan prioritas perbaikan.

Dilihat secara keseluruhan, pelayanan yang diberikan Transline belum cukup memuaskan konsumennya. Sehingga masih ada hal-hal yang harus diperbaiki dan ditingkatkan oleh pihak manajemen maupun karyawan Transline. Untuk dapat mengurangi kesenjangan yang ada, maka saran yang dapat diberikan yaitu: memperbaharui dan meningkatkan standar yang ada, menggunakan hasil riset pemasaran mengenai konsumen, melengkapi fasilitas-fasilitas yang belum memadai, serta membuat dan menyusun deskripsi pekerjaan yang jelas sehingga pekerja dapat memaksimalkan pekerjaannya. Dengan adanya perbaikan tersebut, diharapkan kualitas pelayanan Transline dapat meningkat.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH | v |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB 1 PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1-1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 1-2 |
| 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi | 1-3 |
| 1.3.1 Pembatasan Masalah | 1-3 |
| 1.3.2 Asumsi | 1-4 |
| 1.4 Perumusan Masalah | 1-4 |
| 1.5 Tujuan Penulisan | 1-5 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 1-5 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Jasa | 2-1 |
| 2.1.1 Pengertian Jasa | 2-1 |
| 2.1.2 Klasifikasi Jasa | 2-2 |
| 2.1.3 Karakteristik Jasa | 2-5 |
| 2.2 Kualitas Jasa..... | 2-6 |
| 2.2.1 Definisi Kualitas Jasa | 2-6 |
| 2.2.2 Dimensi Kualitas Jasa | 2-9 |
| 2.2.3 Model Kualitas Jasa | 2-11 |
| 2.2.4 Pengukuran Kualitas Jasa | 2-16 |
| 2.3 Teknik Pengumpulan Data | 2-18 |
| 2.3.1 <i>Interview</i> (Wawancara) | 2-18 |
| 2.3.2 Kuesioner (Angket) | 2-19 |

| | |
|---|------|
| 2.3.3 Observasi (Pengamatan) | 2-20 |
| 2.4 Populasi dan Sampel..... | 2-21 |
| 2.5 Teknik Sampling | 2-21 |
| 2.5.1 <i>Probability Sampling</i> | 2-22 |
| 2.5.2 <i>Nonprobability Sampling</i> | 2-23 |
| 2.6 Penentuan Ukuran Sampel | 2-23 |
| 2.7 Skala Pengukuran | 2-24 |
| 2.8 Validitas dan Reliabilitas Instrumen | 2-27 |
| 2.8.1 Pengujian Validitas Instrumen | 2-28 |
| 2.8.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen | 2-28 |
| 2.9 Pengujian Hipotesis | 2-30 |
| 2.10 <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i> | 2-31 |

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|--|------|
| 3.1 Studi Pendahuluan | 3-3 |
| 3.2 Identifikasi Masalah | 3-3 |
| 3.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi | 3-5 |
| 3.4 Perumusan Masalah | 3-5 |
| 3.5 Tujuan Penelitian | 3-6 |
| 3.6 Studi Literatur | 3-6 |
| 3.7 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan | 3-7 |
| 3.8 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan | 3-7 |
| 3.9 Penentuan Variabel Penelitian | 3-7 |
| 3.9.1 Variabel Penelitian Gap 5 | 3-8 |
| 3.9.2 Variabel Penelitian Gap 1 | 3-9 |
| 3.9.3 Variabel Penelitian Gap 2 | 3-10 |
| 3.9.4 Variabel Penelitian Gap 3 | 3-11 |
| 3.9.5 Variabel Penelitian Gap 4 | 3-12 |
| 3.10 Penyusunan Kuesioner Awal | 3-13 |
| 3.10.1 Kuesioner Konsumen | 3-13 |
| 3.10.2 Kuesioner Pihak Manajemen | 3-13 |
| 3.10.3 Kuesioner Karyawan | 3-14 |

| | |
|--|------|
| 3.11 Pengujian Validitas Konstruksi | 3-15 |
| 3.12 Penyebaran Kuesioner Awal | 3-15 |
| 3.13 Pengujian Validitas | 3-15 |
| 3.14 Pengujian Reliabilitas | 3-16 |
| 3.15 Penentuan Ukuran Sampel | 3-16 |
| 3.15.1 Penentuan Ukuran Sampel Konsumen | 3-16 |
| 3.15.2 Penentuan Ukuran Sampel Pihak Manajemen | 3-17 |
| 3.15.3 Penentuan Ukuran Sampel Karyawan | 3-17 |
| 3.16 Penentuan Teknik SAMpling | 3-18 |
| 3.17 Penyebaran Kuesioner Lanjutan | 3-18 |
| 3.18 Pengolahan Data dan Analisis | 3-18 |
| 3.19 Usulan Perbaikan | 3-19 |
| 3.20 Kesimpulan dan Saran | 3-19 |

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

| | |
|---|-----|
| 4.1 Data Objek Pengamatan | 4-1 |
| 4.1.1 Data Umum Perusahaan | 4-1 |
| 4.1.2 Struktur Organisasi | 4-2 |
| 4.1.3 Deskripsi Pekerjaan | 4-2 |
| 4.2 Pengumpulan Data Pendahuluan | 4-4 |
| 4.3 Pengumpulan Data Penelitian | 4-5 |
| 4.3.1 Pengumpulan Data Kuesioner Awal | 4-5 |
| 4.3.1.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel ... | 4-5 |
| 4.3.1.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Awal | 4-6 |
| 4.3.2 Pengumpulan Data Lanjutan | 4-6 |
| 4.3.2.1 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel ... | 4-7 |
| 4.3.2.2 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Lanjutan | 4-9 |

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

| | |
|---|-----|
| 5.1 Pengolahan Data Kuesioner Awal | 5-1 |
| 5.1.1 Pengujian Validitas Instrumen | 5-1 |
| 5.1.1.1 Pengujian Validitas Internal | 5-1 |
| 5.1.1.2 Pengujian Validitas Eksternal | 5-1 |

| | | |
|---------|--|------|
| 5.1.2 | Pengujian Reliabilitas Instrumen | 5-5 |
| 5.2 | Pengukuran Gap 5 dan Analisis Data..... | 5-6 |
| 5.2.1 | Pengukuran Gap 5 dengan Metode <i>Servqual</i> | 5-6 |
| 5.2.2 | Pengukuran Gap 5 dengan Pengujian Hipotesis | 5-8 |
| 5.2.2.1 | Pengujian Hipotesis Tiap Dimensi untuk Gap 5 | 5-8 |
| 5.2.2.2 | Pengujian Hipotesis Tiap Pernyataan untuk Gap 5 | 5-9 |
| 5.2.3 | Analisis Pengukuran Gap 5 | 5-12 |
| 5.3 | Pengukuran Gap 1 dan Analisis Data..... | 5-22 |
| 5.3.1 | Pengukuran Gap 1 dengan Metode <i>Servqual</i> | 5-23 |
| 5.3.2 | Pengukuran Gap 1 dengan Pengujian Hipotesis | 5-24 |
| 5.3.2.1 | Pengujian Hipotesis Tiap Dimensi untuk Gap 1 | 5-25 |
| 5.3.2.2 | Pengujian Hipotesis Tiap Pernyataan untuk Gap 1 | 5-26 |
| 5.3.3 | Analisis Penyebab Gap 1 | 5-29 |
| 5.3.4 | Analisis Pengukuran Gap 1 | 5-30 |
| 5.4 | Pengukuran Gap 2 dan Analisis Data..... | 5-34 |
| 5.4.1 | Pengukuran Gap 2 Tiap Dimensi | 5-34 |
| 5.4.2 | Pengukuran Gap 2 Tiap Pernyataan | 5-36 |
| 5.4.3 | Analisis Penyebab Gap 2 | 5-38 |
| 5.4.4 | Analisis Pengukuran Gap 2 | 5-39 |
| 5.5 | Pengukuran Gap 3 dan Analisis Data..... | 5-41 |
| 5.5.1 | Pengukuran Gap 3 Tiap Dimensi | 5-41 |
| 5.5.2 | Pengukuran Gap 3 Tiap Pernyataan | 5-43 |
| 5.5.3 | Analisis Penyebab Gap 3 | 5-46 |
| 5.5.4 | Analisis Pengukuran Gap 3 | 5-48 |
| 5.6 | Pengukuran Gap 4 dan Analisis Data..... | 5-50 |
| 5.6.1 | Pengukuran Gap 4 | 5-50 |
| 5.6.2 | Pengukuran Gap 4 dengan Pengujian Hipotesis | 5-51 |
| 5.6.3 | Analisis Penyebab Gap 4 | 5-52 |
| 5.6.4 | Analisis Pengukuran Gap 4 | 5-53 |
| 5.7 | Keterkaitan antara Gap 5 dengan Gap 1, 2, 3, dan 4 | 5-54 |
| 5.8 | Analisis dengan IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) | 5-75 |

| | |
|---|-------|
| 5.9 Usulan Perbaikan | 5-79 |
| 5.9.1 Usulan Berdasarkan IPA | 5-79 |
| 5.9.1.1 Usulan Perbaikan pada Kuadran <i>Underact</i> | 5-79 |
| 5.9.1.2 Usulan Perbaikan pada Kuadran <i>Maintain</i> | 5-82 |
| 5.9.2 Usulan Berdasarkan Pengolahan Gap | 5-87 |
| BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 6.1 Kesimpulan | 6-1 |
| 6.1.1 Variabel-variabel Penting dalam Pemilihan Jasa Travel | 6-1 |
| 6.1.2 Kesimpulan Gap antara Persepsi Konsumen Terhadap Harapan Konsumen (Gap 5) | 6-1 |
| 6.1.3 Kesimpulan Gap antara Harapan Konsumen Terhadap Persepsi Manajemen (Gap 1) | 6-1 |
| 6.1.4 Kesimpulan Gap antara Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Konsumen dan Spesifikasi Kualitas Jasa (Gap 2) | 6-2 |
| 6.1.5 Kesimpulan Gap antara Spesifikasi Kualitas Jasa Terhadap Penyampaian Jasa (Gap 3) | 6-3 |
| 6.1.6 Kesimpulan Gap antara Penyampaian Jasa Terhadap Komunikasi Eksternal (Gap 4) | 6-3 |
| 6.1.7 Prioritas Perbaikan dalam Mengatasi Kesenjangan | 6-4 |
| 6.2 Saran | 6-6 |
| 6.2.1 Saran untuk Transline | 6-6 |
| 6.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya | 6-6 |
| DAFTAR PUSTAKA | xviii |
| LAMPIRAN | xix |
| KOMENTAR DOSEN PENGUJI | xx |
| DATA PENULIS | xxi |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul | Halaman |
|--------------|---|----------------|
| 3.1 | Variabel Penelitian Gap 5 Sebelum Validitas Konstruk | 3-8 |
| 3.2 | Variabel Penelitian Gap 5 Setelah Validitas Konstruk | 3-9 |
| 3.3 | Variabel Penyebab Gap 1 | 3-10 |
| 3.4 | Variabel Penyebab Gap 2 | 3-10 |
| 3.5 | Variabel Penyebab Gap 3 | 3-11 |
| 3.6 | Variabel Penyebab Gap 4 | 3-12 |
| 5.1 | Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Berdasarkan Persepsi Konsumen | 5-2 |
| 5.2 | Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Berdasarkan Harapan Konsumen | 5-3 |
| 5.3 | Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Kedua Berdasarkan Persepsi Konsumen | 5-4 |
| 5.4 | Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Kedua Berdasarkan Harapan Konsumen | 5-5 |
| 5.5 | Hasi Pengujian Reliabilitas Kuesioner Berdasarkan Persepsi Konsumen | 5-6 |
| 5.6 | Hasi Pengujian Reliabilitas Kuesioner Berdasarkan Harapan Konsumen | 5-6 |
| 5.7 | Hasil Perhitungan Rata-rata <i>Servqual</i> untuk Gap 5 | 5-7 |
| 5.8 | Hasil Pengujian Hipotesis Tiap Dimensi untuk Gap 5 | 5-8 |
| 5.9 | Hasil Pengujian Hipotesis Tiap Pernyataan untuk Gap 5 | 5-10 |
| 5.10 | Hasil Perhitungan Rata-rata <i>Servqual</i> untuk Gap 1 | 5-23 |
| 5.11 | Hasil Pengujian Hipotesis Tiap Dimensi untuk Gap 1 | 5-25 |
| 5.12 | Hasil Pengujian Hipotesis Tiap Pernyataan untuk Gap 1 | 5-26 |
| 5.13 | Hasil Skor Penyebab Gap 1 | 5-29 |
| 5.14 | Perbandingan Rata-rata Tiap Dimensi untuk Gap 2 | 5-34 |
| 5.15 | Perbandingan Rata-rata Tiap Pernyataan untuk Gap 2 | 5-36 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul | Halaman |
|--------------|---|----------------|
| 5.16 | Hasil Skor Penyebab Gap 2 | 5-38 |
| 5.17 | Perbandingan Rata-rata Tiap Dimensi untuk Gap 3 | 5-42 |
| 5.18 | Perbandingan Rata-rata Tiap Pernyataan untuk Gap 3 | 5-44 |
| 5.19 | Hasil Skor Penyebab Gap 3 | 5-46 |
| 5.20 | Perbandingan Penyampaian Jasa dan Persepsi Konsumen | 5-50 |
| 5.21 | Hasil Pengujian Hipotesis untuk Gap 4 | 5-51 |
| 5.22 | Hasil Skor Penyebab Gap 4 | 5-52 |
| 5.23 | Keterkaitan Gap 5 dengan Gap 1-4 | 5-55 |
| 5.24 | Ringkasan Penyebab Gap 1-4 | 5-57 |
| 5.25 | Rata-rata Persepsi dan Harapan Konsumen | 5-75 |
| 5.26 | Tabel IPA | 5-77 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Judul | Halaman |
|---------------|---|----------------|
| 2.1 | Model Konseptual Kualitas Jasa | 2-14 |
| 2.2 | Model Gap Kualitas Jasa yang Disempurnakan | 2-15 |
| 2.3 | Teknik Sampling | 2-22 |
| 2.4 | Diagram <i>Importance Performance Analysis</i> | 2-32 |
| 3.1 | Metodologi Penelitian | 3-1 |
| 4.1 | Struktur Organisasi | 4-2 |
| 5.1 | Grafik Histogram Rata-rata <i>Servqual</i> untuk Gap 5 | 5-7 |
| 5.2 | Grafik Histogram Rata-rata <i>Servqual</i> untuk Gap 1 | 5-23 |
| 5.3 | Grafik Histogram Persepsi Manajemen dan Harapan Konsumen | 5-24 |
| 5.4 | Grafik Histogram Persepsi Manajemen dan Performansi Standar | 5-35 |
| 5.5 | Grafik Histogram Performansi Standar dan Penyampaian Jasa | 5-43 |
| 5.6 | Model Konseptual yang Menunjukkan Hasil Pengukuran Gap 1-5 | 5-54 |
| 5.7 | Grafik IPA | 5-76 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul | Halaman |
|-----------------|---|----------------|
| 1 | Kuesioner Pendahuluan | L1-1 |
| 1 | Kuesioner Penelitian (Konsumen) | L1-2 |
| 1 | Kuesioner Penelitian (Manajemen) | L1-5 |
| 1 | Kuesioner Penelitian (Karyawan) | L1-13 |
| 2 | Ringkasan Jawaban Kuesioner Pendahuluan | L2-1 |
| 2 | Jawaban Kuesioner Awal Persepsi Konsumen | L2-2 |
| 2 | Jawaban Kuesioner Awal Harapan Konsumen | L2-3 |
| 2 | Jawaban Kuesioner Awal Bobot Kriteria Dimensi Konsumen | L2-4 |
| 3 | Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Awal Persepsi Konsumen pada Kuesioner Pertama | L3-1 |
| 3 | Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Awal Harapan Konsumen pada Kuesioner Pertama | L3-2 |
| 3 | Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Awal Persepsi Konsumen pada Kuesioner Kedua | L3-3 |
| 3 | Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Awal Harapan Konsumen pada Kuesioner Kedua | L3-4 |
| 4 | Jawaban Kuesioner Lanjutan Persepsi Konsumen | L4-1 |
| 4 | Jawaban Kuesioner Lanjutan Harapan Konsumen | L4-5 |
| 4 | Jawaban Kuesioner Lanjutan Harapan Konsumen | L4-5 |
| 4 | Jawaban Kuesioner Lanjutan Bobot Kriteria Dimensi Konsumen | L4-9 |
| 4 | Jawaban Kuesioner Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Konsumen | L4-12 |
| 4 | Jawaban Kuesioner Bobot Kriteria Dimensi Manajemen | L4-12 |
| 4 | Jawaban Kuesioner Performansi Standar Pelayanan di Transline | L4-13 |
| 4 | Jawaban Kuesioner Penilaian Manajemen Terhadap Hasil Kerja Karyawan | L4-13 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul | Halaman |
|-----------------|--|----------------|
| 4 | Jawaban Kuesioner Persepsi Manajemen terhadap Transline dan Operasinya | L4-14 |
| 4 | Jawaban Kuesioner Persepsi Karyawan Terhadap Transline dan Operasinya | L4-14 |
| 4 | Jawaban Kuesioner Penilaian Seberapa Besar Transline dan Karyawan Memenuhi Janji untuk Memberikan Kualitas Pelayanan kepada Konsumen | L4-15 |
| 5 | Perhitungan Skor <i>Servqual</i> Gap 5 | L5-1 |
| 5 | Perhitungan <i>Servqual</i> Gap 5 untuk Dimensi <i>Tangible</i> | L5-10 |
| 5 | Perhitungan <i>Servqual</i> Gap 5 untuk Dimensi <i>Reliability</i> | L5-13 |
| 5 | Perhitungan <i>Servqual</i> Gap 5 untuk Dimensi <i>Responsiveness</i> | L5-16 |
| 5 | Perhitungan <i>Servqual</i> Gap 5 untuk Dimensi <i>Assurance</i> | L5-19 |
| 5 | Perhitungan <i>Servqual</i> Gap 5 untuk Dimensi <i>Empathy</i> | L5-22 |
| 5 | Perhitungan Dimensi Rata-rata Persepsi Konsumen | L5-25 |
| 5 | Perhitungan Dimensi Rata-rata Harapan Konsumen | L5-26 |
| 6 | Perhitungan <i>Servqual</i> Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Konsumen | L6-1 |
| 6 | Perhitungan Rata-rata Persepsi Manajemen Terhadap Harapan Konsumen | L6-2 |
| 6 | Perhitungan Rata-rata Spesifikasi Kualitas Jasa | L6-3 |
| 6 | Perhitungan Rata-rata Penilaian Manajemen Terhadap Hasil Kerja Karyawan | L6-4 |
| 7 | Form Validasi Konstruk | L7-1 |
| 8 | Tabel Luas Wilayah di Bawah Kurva Normal | L8-1 |
| 8 | Tabel Nilai-nilai r <i>Product Moment</i> | L8-2 |
| 9 | Form Hasil Seminar Proposal, Seminar Isi, Komentar dan Saran Sidang Tugas Akhir | |