**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang**

Kualitas dapat didefinisikan dari banyak perspektif, tidak ada definisi yang absolut membatasi kualitas. Feigenbaum (1989) mendefinisikan kualitas produk dan jasa sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari bidang pemasaran, rekayasa, *manufacturing* dan pemeliharaan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggannya. Ketika pertama kali dikenalkan, kualitas memang identik pada produk-produk *tangible* (produk-produk fisik). Sekitar tahun 1980-an, perusahaan-perusahaan jasa mulai fokus pada aspek kualitas sebagai salah satu strategi memenuhi keinginan pelanggan terkait layanan yang diberikan. Secara umum dapat dikatakan bahwa perusahaan-perusahaan baik manufaktur maupun jasa harus memprioritaskan aspek kualitas pada produk atau jasa yang dihasilkan.

Saat ini perkembangan transportasi di kota Yogyakarta semakin pesat dengan semakin tingginya kebutuhan masyarakat akan alat transportasi massal. Namun alat transportasi tidak sesuai dengan harapan masyarakat, dengan begitu banyaknya permasalahan yang muncul, membuat antusiasme masyarakat menjadi berkurang untuk menggunakan angkutan umum. Salah satu permasalahan yang terjadi adalah kondisi angkutan umum yang sudah tidak layak lagi beroperasi, sehingga kenyamanan dan keamanan masyarakat sebagai pengguna angkutan umum mulai diragukan dan dipertanyakan. Selain itu, banyaknya armada angkutan umum dan kendaraan pribadi yang beroperasi di jalan-jalan di kota Yogyakarta, membuat tingkat kemacetan semakin tinggi sedangkan infrastrukutur tidak memadai. Hal ini yang mendorong pemerintah provinsi D.I.Yogyakarta untuk menyediakan angkutan umum yang memadai, aman dan nyaman bagi penumpang sehingga tingkat kemacetan dapat ditekan seminim mungkin. Disamping itu, dapat menarik minat masyarakat untuk beralih menggunakan angkutan umum. Salah satu angkutan umum yang disediakan oleh pemerintah provinsi D.I.Yogyakarta adalah Trans Jogja.

Keberadaan Trans Jogja membuat persaingan bisnis transportasi di kota Yogyakarta saat ini menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa. Penilaian mengenai kepuasaan pelanggan merupakan suatu kebutuhan bagi manajamen. Penilaian kepuasaan merupakan evaluasi bagi manajemen untuk meningkatkan pelayanan dan memenangkan persaingan. Sudah menjadi kebutuhan yang mendasar, baik bagi perorangan maupun perusahaan dalam meningkatkan produktivitas dan peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen khususnya pada bisnis transportasi.

Obyektif penelitian ini adalah untuk mengukur kepuasan pelanggan Trans Jogja sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas layanannya. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan dapat diukur menggunakan *Customer Satisfaction Index* (*CSI*) (Aritonang, 2005). Untuk menciptakan nilai kepuasan bagi pelanggan dalam usaha pengendalian kualitas jasa, ada lima dimensi kualitas yang menjadi fokus pada kualitas pelayanan yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati). Sedangkan untuk pengendalian kualitas bersama-sama dua atau lebih karakteristik kualitas yang berhubungan dapat digunakan grafik pengendali T2 Hotelling (Montgomery, 2001).

1. **Pokok Masalah**

Secara umum rumusan masalah pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana Kualitas Layanan yang diberikan oleh Trans Jogja berdasarkan kepuasan konsumen?”

Secara spesifik rumusan permasalahan tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Berapa tingkat kepuasan pelanggan terhadap fasilitas yang disediakan?
2. Bagaimana kualitas pelayananan Trans Jogja berdasarkan grafik pengendali multivariat?

**C. Tujuan Penelitian**

Secara umum tujuan penelitian pada penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui Kualitas Layanan yang diberikan oleh Trans Jogja berdasarkan kepuasan konsumen”

Secara spesifik tujuan penelitian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap fasilitas yang disediakan.
2. Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayananan Trans Jogja berdasarkan grafik pengendali multivariat.

**D. Batasan Penelitian**

Untuk menghindari meluasnya topik penelitian dan semakin terarahnya tujuan pembahasan maka dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan pada satu jalur dari bis trans Jogja, yaitu jalur IA. Pemilihan jalur ini dengan alasan bahwa jalur tersebut merupakan jalur yang paling ramai penumpang dikarenakan melewati pusat kota yogyakarta dan beberapa tempat pariwisata serta tempat strategis lainnya
2. Responden dari penelitian ini adalah pengguna jasa Trans Jogja yang berusia 17-50 tahun dengan alasan bahwa diantara usia tersebut diasumsikan bahwa responden dapat berpikir kritis terhadap pelayanan Trans Jogja.

**E. Tinjauan Pustaka**

Penelitian tentang pengendalian kualitas dengan menggunakan *Hotelling T2 Control Chart* telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, diantaranya:

Puspitoningrum, dkk (2011) melakukan penelitian tentang penerapan grafik *hotelling T2* bivariat pada karateristik kualitas parfum remaja dari perusahaan ”X”. Dalam penelitian ini pengukuran kualitas parfum remaja tersebut diusulkan dengan menerapkan grafik pengendali *Hotelling T* 2 yang menitik beratkan adanya korelasi signifikan antara karateristik yang satu dengan lainnya*.* Berdasarkan grafik tersebut kemudian digunakan untuk membuat perbandingan batas ellips antara daerah spesifikasi dan daerah proses. Perbandingan kedua batas ellips tersebut digunakan untuk menghitung indeks kemampuan proses multivariat dari karateristik kualitas produk parfum remaja dari perusahaan “X” sehingga diperoleh nilai indeks lebih dari 1 dan dapat dikatakan proses produksi sudah berjalan baik.

Sedangkan Sudarno, dkk (2011) melalui penelitian yang dilakukannya pada layanan sebuah perpustakaan. Pada penelitian ini peneliti berusaha mengukur kepuasan pelanggan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index (CSI),*  dan melakukan pengendalian kualitas dengan menggunakan *Hotteling T2 Control Chart.* Salah satu hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah terdapat lima titik yang berada di atas batas kendali atas. Sehingga dapat dikatakan bahwa proses belum dalam keadaan terkendali secara statistik. Akan tetapi dalam kasus ini nilai T2 mewakili lima dimensi kualitas layanan jasa perpustakaan menurut persepsi responden. Sehingga dapat diartikan kelima responden tersebut justru memberikan nilai-nilai yang tinggi terhadap kinerja perpustakaan yang diwakili oleh lima dimensi tersebut.

**BAB II**

**METODOLOGI PENELITIAN**

**A. Landasan Teori**

# a. Kualitas Jasa / Pelayanan

Menurut J. Supranto (1997) kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Dalam konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan, telah tercapai konsensus bahwa harapan pelanggan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan. Menurut Olsen dan Dover, seperti yang dikutip oleh F. Tjiptono (1998), harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul dan bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkannya.

Dimensi kualitas jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al (1988) mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti Fisik (*tangible)*

Menggambarkan fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna. Dimensi ini mencakup kondisi fisik fasilitas, peralatan serta penampilan pekerja. Karena jasa tidak dapat diamati secara langsung, maka pelanggan sering kali berpedoman pada kondisi yang terlihat mengenai jasa dalam melakukan evaluasi. Kenyataan yang berkaitan dengan perusahaan itu mencakup obyek yang sangat bervariasi seperti pencahayaan, warna dinding, penampilan pekerja, keramahan pekerja dan sebagainya. Dimensi ini terdiri dari dimensi yang berkaitan dengan peralatan dan fasilitas yang digunakan serta personel dan materi komunikasi yang digunakan.

2. Keandalan (*reliability*)

Merujuk kepada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal. Dimensi ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan handal, dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memenuhi janjinya. Secara umum, definisi reliabilitas merefleksikan konsistensi dan kehandalan (hal yang dapat dipercaya, dan dipertanggung jawabkan) darikinerja perusahaan.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan serta memberikan perhatian yang tepat. Dimensi ini mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, selalu memberikan perhatian yang tepat dan segera, dan mengenai pelanggan. Dimensi daya tanggap ini merefleksikan komitmen perusahaan untuk memberikan pelayanan tepat pada waktunya. Dimensi ini berkaitan dengan keinginan atau kesiapan pekerja untuk melayani.

4. Jaminan (*assurance*)

Mencakup pengetahuan, kemampuan, dan sifat yang dimiliki para staf atau karyawan yang memberikan rasa percaya serta keyakinan. Dimensi ini terdiri dari empat hal berikut ini:

a. *Competency*. Hal ini mencakup ketrampilan yang dimiliki karyawan.

b. *Courtesy*. Hal ini mencakup kesopanan, rasa hormat, perhatian dan keramahan pelayanan.

c. *Credibility*. Hal ini mencakup kepercayaan terhadap kejujuran dari si pemberi layanan.

d. *Security*. Hal ini mencakup kebebasan dari bahaya, resiko atau keraguraguan.

Dimensi ini mencakup pengetahuan dan kesopanan pekerja serta kemampuan pekerja memberikan pelayanan sehingga menimbulkan kepercayaan dari para pelanggan. Dimensi ini merefleksikan kompetensi perusahaan, keramahan (kesopan-santunan) kepada pelanggan dan keamanan operasinya. Kompetensi berkaitan dengan pengetahuan dan keterampilan dalam memberikan jasa / pelayanan. Keramahan mengacu pada bagaimana pekerja perusahaan berinteraksi dengan pelanggannya dan kepemilikan pelanggan. Keamanan merefleksikan perasaan pelanggan bahwa ia bebas dari bahaya resiko dan keragu-raguan.

5. Empati (*empathy*)

Mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna. Dimensi ini terdiri dari tiga hal berikut ini:

a. *Accesibillity*. Hal ini mencakup kemudahan untuk mencakup dan menghubungi.

b. *Communication skills*. Hal ini mencakup pemberian informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang dapat dimengerti dan mendengarkan tanggapan dan pertanyaan pelanggan.

c. *Understanding the costumers*. Hal ini mencakup perlunya usaha untuk mengetahui pelanggan dan kebutuhan khususnya.

Dimensi ini menunjukkan derajat perhatian yang diberikan kepada setiap pelanggan. Dimensi ini juga merefleksikan kemampuan pekerja untuk menyelami perasaan pelanggan sebagaimana jika pekerja itu sendiri yang mengalaminya.

# c. Kepuasan Pelanggan

Menurut Oliver, seperti yang dikutip oleh J. Supranto (1997), kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, bila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas, dan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

### Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

#### 1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

#### 2. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

#### 3. Emosional

Konsumen  akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

#### 4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

#### 5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

### Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut  Kotler yang dikutip dari Buku *Total Quality Management* ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya (Tjiptono, 2003:104):

#### 1. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

#### 2. Ghost shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghot shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

#### 3. Lost customer analysis

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

#### 4. Survai kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Engel (1990) dan Pawitra (1993) mengatakan bahwa pengertian tersebut dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan terhadap satu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan dengan konsep kepuasan pelanggan sebagaimana dapat dilihat pada diagram berikut:



Gambar 2.1.

Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan

# d. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Contohnya adalah memantau perbaikan pelayanan, pemotivasian karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan menyeluruh pelanggan.

*Customer Satisfaction Index* (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. Untuk mengetahui besarnya *CSI*, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005):

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* tiap-tiap variabel.

2. Membuat *Weight Factors (WF)* per variabel*.* Bobot ini merupakan persentase nilai *MIS* per variabel terhadap total *MIS* seluruh variabel.

3. Menentukan *Mean Satisfaction Score (MSS)* tiap atribut.

4. Membuat *Weight Score (WSk)* tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara *WFk* dengan *MSSk*

5. Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)*



dengan HS : (*Highest Scale)* = skala maksimum yang digunakan (Oktaviani, 2006).

|  |  |
| --- | --- |
| Angka Indeks | Interpretasi |
| X ≤64% | Very poor |
| 64%<X≤71% | Poor |
| 71%<X≤77% | Cause for concern |
| 77%<X≤80% | Borderline |
| 80%<X≤84% | Good |
| 84%<X≤87% | Very Good |
| 87%<X | Excelent |

Ket: X = Angka Indeks Kepuasan Pelanggan

Tabel 3.1.

Customer Satisfaction Index Interpretation

Sumber: Customer Satisfaction Measurement: satisfaction index ”www.leadershipfactor.com”

**e. *Hotteling T2 Control Chart***

*Hotelling T2 control chart* digunakan untuk pengendalian kualitas bersama-sama dua atau lebih karakteristik kualitas yang berhubungan. Untuk membuat grafik pengendali Hotelling terlebih dahulu dicari rimin rata-rata sampel ( ) dan matriks varians-kovarian (**S)**. Kemudian dihitung nilai invers dari matriks **S**. Nilai riminal T2 untuk observasi ke-*j* adalah (Johnson, 2007):



Kemudian dibuat plot antara nilai *Tj2* dengan satuan observasi. Batas Pengendali Bawah (BPB) = 0. Batas Pengendali Atas (BPA) = χ2p,0.05. Tidak ada Garis Tengah (GT) pada grafik T2 (Johnson, 2007).

1. **Obyek Penelitian**

Objek penelitian yang akan diteliti pada penelitian ini adalah pelanggan Trans Jogja.

**C. Jenis Data**

**C.1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung (observasi) dan wawancara serta penyebaran kusioner sehingga diperoleh informasi sesuai dengan kondisi fakta yang ada di perusahaan yang berhubungan dengan permasalahan di lapangan serta dapat di identifikasi gejala-gejalanya secara langsung dan sistematis. Data-data primer yang dibutuhkan yaitu data mengenai persepsi dan ekspektasi pengguna Trans Jogja terhadap pelayanan Trans Jogja baik di shelter bus maupun di dalam bus Trans Jogja.

**C.2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari perusahaan dan pihak lain, referensi yang berasal dari berbagai macam sumber seperti perpustakaan, internet, buku dan riminale lainnya. Data-data sekunder yang dibutuhkan yaitu, profil perusahaan, informasi jumlah penumpang, dan perbaikan pelayanan yang telah dilakukan oleh perusahaan serta data keluhan penumpang Trans Jogja.

**D. Metode Pengumpulan Data**

1) Studi Pustaka

Studi pustaka dalam hal ini dilakukan untuk mempelajari tema penelitian tugas akhir dengan riminale yang terkait dengan kualitas pelayanan .

2) Observasi

Melakukan pengamatan secara langsung di Trans Jogja serta melakukan pengambilan data yang dibutuhkan.

3) Wawancara

Melakukan wawancara secara langsung dengan penumpang Trans Jogja dan pihak-pihak yang berkompeten dan terkait secara langsung untuk melakukan pengambilan data yang sesuai dengan penelitian.

4) Dokumentasi

Merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan dan mendapatkan sejumlah informasi yang berasal dari data masa lalu perusahaan yang meliputi sejarah umum perusahaan, data karyawan, dan data-data lain yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

5) Kuesioner

Kuesioner adalah sebuah set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesa. Peneliti membuat daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada penumpang untuk memperoleh nilai kepentingan dari kinerja.

Dalam pembuatan kuesioner, peneliti menggunakan skala likert. Format tipe Likert dirancang untuk memungkinkan pelanggan menjawab dalam berbagai tingkatan pada setiap butir yang menguraikan jasa/produk (Supranto, 1997). Adapun di dalam skala Likert, tingkat kepentingan responden terhadap suatu pertanyaan dalam angket diklafikasikan sebagai berikut:

1. Sangat penting, dengan bobot 5.

2. Penting, dengan bobot 4.

3. Cukup penting, dengan bobot 3.

4. Kurang penting, dengan bobot 2.

5. Tidak penting, dengan bobot 1.

Untuk tingkat kinerja/penampilan diberikan lima penilaian dengan bobot sebagai berikut:

1. Sangat baik, diberi bobot 5, berarti penumpang sangat puas.

2. Baik, diberi bobot 4, berarti penumpang puas.

3. Cukup baik, diberi bobot 3, berarti penumpang cukup puas.

4. Kurang baik, diberi bobot 2, berarti penumpang kurang puas.

5. Tidak baik, diberi bobot 1, berarti penumpang tidak puas.

**E. Instrumen penelitian**

Adapun kuesioner didesain berdasarkan riminale-literatur yang berkaitan dengan dimensi kualitas jasa dan studi awal terhadap obyek penelitian. Selain dilakukan pengumpulan data primer, dilakukan juga pengumpulan data sekunder dengan melakukan studi pustaka dan observasi langsung di lapangan. Atribut-atribut tersebut adalah sebagai berikut:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Dimensi** | **Kode** | **Atribut** |
| Tangibles | P1 | Peralatan di Trans Jogja modern |
| P2 | Armada bus menarik |
| P3 | Halte bus menarik |
| P4 | Petugas berpakaian rapi |
| P5 | Fasilitas yang disediakan sesuai dengan jenis  pelayanan yang diberikan |
| Reliability | P6 | petugas selalu menepati janji pada penumpang |
| P7 | Tanggapan simpatik dari petugas bila terjadi  Masalah |
| P8 | Trans jogja dapat diandalkan |
| P9 | Pelayanan yang disediakan sesuai dengan yang  dijanjikan |
| Responsivenes | P10 | Waktu kedatangan bus akurat |
| P11 | kejelasan petugas menginformasikan tempat  pemberhentian bus dan tempat transit |
| P12 | Petugas memberikan pelayanan dengan cepat |
| P13 | Petugas bersedia membantu penumpang |
| P14 | Petugas tanggap terhadap kebutuhan Penumpang |
| Assurance | P15 | kejujuran petugas dalam melayani penumpang |
| P16 | keamanan dari tindak kriminal selama perjalanan |
| P17 | kesopanan petugas dalam melayani penumpang |
| P18 | Petugas mendapatkan dukungan dari perusahaan  dalam memberikan pelayanan kepada penumpang |
| Emphaty | P19 | Perusahaan peduli terhadap keluhan Penumpang |
| P20 | Petugas bersedia mendengarkan keluhan dan  pertanyaan penumpang |
| P21 | Petugas memahami kebutuhan penumpang |
| P22 | Perusahaan memahami hal-hal yang membuat  penumpang merasa nyaman menggunakanTrans  Jogja |
| P23 | Waktu pengoperasian Trans Jogja sesuai dengan  kebutuhan penumpang |

Tabel 3.2. Instrument penelitian

**F. Pilot Study**

Sebelum dilakukan pengumpulan data yang sebenarnya, terlebih dahulu dilakukan pilot study untuk menguji kelayakan kuesioner yang disebarkan (valid dan reliabel). Pada tahap ini akan disebarkan 40 kuesioner. Jumlah ini mengacu pada jumlah data n diatas 30, dengan asumsi bahwa jumlah data tersebut telah memenuhi syarat distribusi normal sehingga dapat dilakukan pengujian reliabilitas dan validitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian (sugiyono,2006). Suatu hal atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurannya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran nilai suatu produk. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran yang digunakan sebagai tes yang mewakili validitas rendah.

Pengertian bahwa valid tidaknya tergantung pada mampu tidaknya alat ukur untuk mencapai tujuan pengukur yang dikehendaki dengan tepat. Untuk menghitung validitas secara manual dapat digunakan rumus *Pearson product moment* (Simamora, 2004):

* Menentukan r hitung



Keterangan :

n : Jumlah subjek

ΣX : Jumlah x (skor butir)

ΣY : jumlah y (skor butir)

ΣXY : jumlah tangkar (perkalian x dan y)

Untuk menentukan hasil perhitungan r hitung, akan diolah dengan bantuan *software* spss 18.0 *for windows*.

* Menentukan r tabel

Dengan tingkat signifikansi 5%, derajat kebebasan (df) = n – 2, maka nilai r tablel dapat dilihat pada tabel r (pada lampiran).

* Jika r hitung > r tabel maka dinyatakan valid (Sekaran dalam Priyatno,2011)
* Namun, jika r hitung < r tabel maka dinyatakan tidak valid (Sekaran dalam Priyatno,2011)

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Singarimbun, 1987). Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya. Tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukkan oleh angka yang disebut sebagai koefisien reliabilitas. Pengujian ini dimaksudkan untuk menjamin instrumen yang digunakan merupakan sebuah instrument yang handal, konsistensi, stabil dan dependibalitas, sehingga bila digunakan berkali-kali akan menghasilkan data yang sama. Ada beberapa metode atau teknik untuk mengukur reliabilitas instrumen, dan pada penelitian ini ini dititikberatkan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha (α)* (Arikunto,2002):



Dimana :

*k* = jumlah butir dalam skala pengukuran

*S2i*= ragam/varian dari butir ke-i

*S2p* = ragam/varian dari skor total

Pengolahan uji reliabilitas akan diolah menggunakan bantuan *software* spss 18.0 *for windows*.

* Jika nilai *Cronbach Alpha >* 0,7 maka dinyatakan reliabel(Sekaran dalam Priyatno,2011)
* Jika nilai *Cronbach Alpha <* 0,7 maka dinyatakan tidak reliabel(Sekaran dalam Priyatno,2011)

**G. Main Study**

Pada pengumpulan data lanjutan akan disebarkan kesioner sejumlah responden yang telah ditentukan sebelumnya. Penentuan jumlah sampel yang digunakan pada tahap ini berdasarkan rumus:

(Snedecor GW & Cochran WG, 1967)

Keterangan :

n = jumlah sampel minimal yang diperlukan

α= derajat kepercayaan

p = proporsi pelanggan Trans Jogja

q = 1-p (proporsi Pelanggan selain Trans Jogja)

d = limit dari error atau presisi absolute

**BAB III**

**DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN**

**A. Sejarah PT. Jogja Tugu Trans**

Kota Yogyakarta yang juga disebut sebagai "Kota Budaya" dan "Kota Pelajar" merupakan kota yang memiliki tingkat mobilitas penduduk yang tinggi, memerlukan adanya sarana tranportasi yang handal, aman, nyaman dengan jadwal yang pasti dan mampu mendukung perkembangan kota, sehingga dapat memuaskan pengguna jasa transportasi dan mampu mengurangi kesemrawutan dalam berlalu lintas serta ramah lingkungan. Oleh karena itu, pemerintah Propinsi daerah lstimewa Yogyakarta berkaitan dengan kondisi perkembangan kota Yogyakarta dengan peraturan daerah No.10 Tahun 2001 tentang penyelenggaraan Angkutan Orang di Jalan dengan Kendaraan Umum bermaksud untuk memperbaiki sistem angkutan perkotaan di DIY melalui peningkatan pelayanan angkutan orang di jalan dengan kendaraan umum dengan system pembelian pelayanan (*Buy The Service*).

Dalam program ini, Pemerintah Propinsi DIY bekerja sama dengan PT. Jogja Tugu Trans, adalah sebuah PT (Perseroan Terbatas) yang merupakan wadah konsorsium dari 4 (empat) koperasi dan 1 (satu) BUMN yaitu ASPADA,KOPATA, PUSKOPKAR DlY, PEMUDA, dan PERUM DAMRI, yang memiliki trayek serta berpengalaman dalam mengoperasikan sarana angkutan dipropinsi DIY yang diharapkan oleh pemerintah untuk menjadi operator dalam program *'buy The service*’ secara professional PT. Jogja Tugu Trans dalam pengelolaan sistem transportasi “*Buy The Service*" berkedudukan selaku penjual layanan yang diharapkan dapat memperbaiki dan meningkatkan system pelayanan transportasi perkotaan di DlY. Selain itu, ada tujuan-tujuan yang ingin dicapai dengan adanya sistem ini seperti :

1. Mengurangi kemacetan lalu lintas di wilayah DlY.

2. Meningkatkan keamanan, kenyamanan dan ketepatan waktu dalam menggunakan fasilitas transportasi dengan sistem "*Buy The Service*".

3. Memberikan fasilitas pelayanan transportasi yang murah dan terjangkau kepada masyarakat

4. Mengubah paradigma masyarakat terhadap angkutan umum

5. Mengurangi pemakaian kendaraan pribadi.

6. Mengurangi konsumsi BBM.

7. Mengurangi beban parkir dalam kota

8. Mengurangi polusi udara dan suara.

9. Mengurangi *social cost* masyarakat.

Prinsip Sistem *Buy The Service*:

1. Mengganti sistem setoran menjadi sistem pembelian pelayanan.

2. Operator dibayar berdasar kilometer layanan, bukan jumlah penumpang.

3. Operator / Pengemudi / Kru hanya berkonsentrasi pada pelayanan prima kepada masyarakat.

4. Adanya standar pelayanan tertentu yang harus dipenuhi.

5. Berbasis *public service*, bukan profit.

6. Mekanisme subsidi kepada masyarakat dapat berjalan baik

B. **Data Umum PT. Jogja Tugu Trans** :

Nama : PT. Jogja Tugu Trans

Wilayah Kerja : Daerah lstimewa yogyakarta

Akta Pendirian : No. 12 Tanggal 22 Juni 2007. Kemudian menyesuaikan perubahan Anggaran Dasar-perseroan disesuaikan dengan Undang\_Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan Terbatas makaa akta PT. JTT diperbarui dengan Akta Nomor 12 Tanggal 19 Agustus 2008 oleh Notaris Muhammad Haryanto, SH.

Bidang Usaha : Usaha Jasa Transportasi

Badan Hukum : SK. Pengesahan Perseroan Terbatas “PT" Menteri Kehakiman No. W22-00129 HT.01.01-TH 2007 Tanggal 6 Agustus 2007

No. HO (ljin Tempat): 0788-0169.MG/2007 6842/12

No. SIUP (Angkutan): 0006/MG/20077363/16

No. TDP : 1205160q13717641/33

NPWP : 02.645.241.7-541.000

**C. Visi dan Misi PT. Jogja Tugu Trans :**

Visi : Menyediakan angkutan orang di jalan dengan kendaraan umum yang aman, nyaman, tepat waktu dan terjangkau olehmasyarakat.

Misi : 1. Mendukung pelaksanaan reformasi transportasi angkutan umum DIY

2. Penyedia layanan angkutan umum yang dapat diandakan dan memenuhi standar pelayanan minimal.

**D. Pelayanan PT. Jogja Tugu Trans**

**D.1. Lokasi perusahaan**

PT. Jogja Tugu Trans, sesuai dengan Akta pendiriannya nomor : 12 tanggal 22 Juni 2007 oleh Notaris Muhammad Haryanto, SH. Beralamat di Jalan Bintaran Tengah no.5 yogyakarta. Namun karena perkembangan operasional, PT. Jogja Tugu Trans sekarang berkedudukan di Jalan Raya Jogja-Wonosari Km.4,5 no.24 B Yogyakarta.

**D.2. Operasional**

PT. Jogja Tugu Trans mengoperasikan 54 unit bus dengan ketentuan 48 unit bus yang efektif beroperasi dan 6 (enam) unit bus digunakan sebagai cadangan. perolehan 54 unit bus ini, 20 unit bu, merupakann bantuan dari pemerintah Daerah Yogyakarta dan 34 unit bus merupakan tanggung jawab dari PT. Jogja Tugu Trans. Dari 48 unit bus tersebut dibagi menjadi 8 (jalur) yaitu jalur IA, IB, IlA, IIB, IIIA , IIIB, IVA dan IVB sehingga masing-masing jalur ada delapan pemberangkatan. Namun melihat evaluasi operasional selama ini, seringnya diluncurkan bus tambahan dikarenakan lonjakan penumpang yang mengakibatkan bus yang ada tidak bisa mengangkut semua khususnya untuk Jalur lA dan lB. Maka, mulai tanggal 24 September 2008 PT. Jogja Tugu Trans telah menambah masing-masing 1 (satu)unit bus untuk Jalur lA dan lB, sehingga khusus jalur tersebut beroperasi 9 pemberangkatan.

**D.3. Sumber Daya Manusia (SDM)**

Dalam perekrutan SDM, PT. Jogia Tugu Trans memberikan kesempatan kerja kepada tenaga kerja yang memiliki kemampuan dan profesionalisme, namun juga tidak menganggurkan orang-orang yang sudah lama bekerja dan berkecimpung di dunia transportasi di DIY sepanjang yang bersangkutan dapat memenuhi persyaratan yang ditetapkan perusahaan. Untuk mempersiapkan SDM yang mampu memberikan pelayanan prima kepada masyarakat, PT. Jogja TuguTrans juga memberikan pembekalan dan pelatihan, seperti :

* Mengadakan pendidikan dan pelatihan terhadap Pramudi padatanggal 4-6 Desember 2007 selama 3 (tiga) hari di BLPT Jalan Kyai Mojo No.70 Yogyakarta bekerja sama dengan Dinas Perhubungan Propinsi DlY.
* Melakukan Pembinaan Fisik dan Kerohanian di Mandala Krida.
* Melakukan *Test Drive* untuk menilai kemampuan Pramudi di Mandala Krida dan dibeberapa shelter.
* Melakukan *Test Drive* untuk menilai kemampuan armada ke daerah Patuk, Wonosari.
* Melakukan pendidikan teknik setama 3 (tiga) hari di pT. JogjaTugu Trans.
* Mengadakan pembekalan dan pelatihan bagi teknisi dengan mendatangkan tenaga ahli seperti dari THERMO KING (PT.lrama Sejuk Sentosa), Karoseri Laksana, Karoseri Tri Sakti, PT,Korindo Motors (Hyundai Bus) dan Mitsubishi Bus.
* Beberapa kali melakukan pelatihan terhadap pramugara dan Pramugari untuk memberikan pelayanan yang professional kepada masyarakat.
* Serta, mengadakan pembekalan akhir untuk seluruh karyawan PT. Jogja Tugu Trans pada tanggal 29 Januari 2008 di Jogja Expo Center (JEC).

**E. Aspek Teknis**

PT. Jogja Tugu Trans juga telah mempersiapkan armada dan tenaga teknisi yang handal untuk menunjang kelancaran operasional Bus Trans Jogja. Spesifikasi armada bus yang diterapkan oleh Dinas perhubungan Proplnsi DIY adalah :

Kendaraan : Bus sedang

Merk / *Tipe Body* : Standar umum karoseri

Kapasitas Bus : 22 penumpang duduk,20 penumpang berdiri, 1 pengemudi

Model : Bus pariwisata dilengkapi AC

Warna : Hijau Metalik khas Kota Jogja, dengan ditambah logo/ lkon Jogja

Dimensi Teknis : Panjang : 7,5 m

Lebar : 2,2 m

Kapasitas : 22 penumpang duduk, 20 berdiri

Tinggi : 2,7 m

*Chassis* : Konstruksi *Chasis* dirancang untuk Bus

Sistem Kemudi : *Power Steering*

Mesin : Motor Diesel - 4 silinder sejajar

Pendingin Mesin : *Turbo Intercooler*

Daya Maksimum : 136 HP - 3907 cc

Pintu : Pintu Utama kiri tengah dengan Sliding Electronic, pintu darurat terletak di sebelah kanan tengah, dan pintu sopir yang diletakkan disebelah kiri depan (tidak disebelah sopir).

Perlengkapan : Pemadam api, P3K, palu pemecah kaca, *audio / sound system*.

Untuk itu, berdasarkan kajian dan penilaian terhadap sejumlah merk armada. bus, PT. Jogja Tugu Trans menilai armada bus dengan merk Hyundai sanggup merealisasikan program ini dengan menggandeng Karoseri Laksana dan Tri sakti, serta AC merk Thermo King. Selain latar belakang pendidikan dan pengalaman tenaga teknik, PT. Jogja Tugu Trans juga mengadakan pembekalan dan pelatihan bagi teknisi dengan mendatangkan tenaga ahli yang mampu memberikan solusi yang tepat dalam menyelesaikan permasalahan pada armada bus untuk kelancaran proses operasional Bus Trans Jogja ini.

**F. Rute Traek bus Trans Jogja**

* **Trayek IA**

Candi Prambanan - Bandar Udara Adisutjipto - Jembatan Layang Janti - Ambarrukmo Plaza - UIN Sunan Kalijaga - Saphir Square - Bioskop XXI, Jl. Solo - Rumah Sakit Bethesda, Toko Buku Gramedia, Hotel Novotel – Hotel Santika, Pizza Hut Tugu Jogja - Kantor Kedaulatan Rakyat - Stasiun Tugu Jogjakarta - Jalan Malioboro (ada 3 buah halte) - Kantor Pos Besar, Kraton, Alun-Alun Utara, Monumen 1 Maret, Benteng Vredeburg - Taman Pintar, Taman Parkir Bank Indonesia, Pasar Beringhardjo, Gondomanan – Pasar Sentul (Jl. Taman Siswa) - Taman Makan Pahlawan Kusumanegara - Balaikota Jogjakarta - Kebun Binatang Gembira Loka - Jogja Expo Center - Jembatan Janti (kembali ke arah Kalasan - Bandar Udara Adisutjipto sampai - Terminal Prambanan)

* **Trayek IB**

Terminal Prambanan - Kalasan - Bandara Adisucipto – Maguwoharjo - Janti

(lewat bawah) - Blok O – JEC - Babadan Gedongkuning - Gembira Loka – SGM - Pasar Sentul – Gondomanan - Kantor Pos Besar - RS.PKU Muhammadiyah - Pasar Kembang – Badran - Bundaran SAMSAT – Pingit – Tugu – Gramedia - Bundaran UGM – Colombo – Demangan - UIN Sunan Kalijaga – Janti – Maguwoharjo - Bandra Adisucipto – Kalasan – Terminal Prambanan.

* **Trayek II A**

Terminal Jombor – Monjali – Tugu - Stasiun Tugu – Malioboro - Kantor Pos Besar – Gondomanan - Jokteng Wetan – Tungkak – Gambiran – Basen – Rejowinangun - Babadan Gedongkuning - Gembira Loka – SGM – Cendana - Mandala Krida – Gayam - Flyover Lempuyangan – Kridosono - Duta Wacana – Galeria – Gramedia - Bunderan UGM – Colombo - Terminal Condongcatur – Kentungan – Monjali - Terminal Jombor

* **Trayek II B**

 Terminal Jombor – Monjali – Kentungan - Terminal Condong Catur – Colombo- Bundaran UGM – Gramedia – Kridosono - Duta Wacana – Flyover Lempuyangan – Gayam - Mandala Krida – Cendana – SGM – Gembiraloka - Babadan Gedongkuning – Rejowinangun – Basen – Tungkak – Joktengwetan – Gondomanan - Kantor Pos Besar - RS PKU Muhammadiyah – Ngabean – Wirobrajan – BPK – Badran - Bundaran SAMSAT – Pingit – Tugu – Monjali - Terminal Jombor.

* **Trayek III A**

Terminal Giwangan – Tegalgendu - HS-Silver - Jl. Nyi Pembayun – Pegadaian – Kotagede – Basen – Rejowinangun - Babadan Gedongkuning – JEC - Blok O - Janti (lewat atas) – Janti – Maguwoharjo – Bandara ADISUCIPTO – Maguwoharjo - Ringroad Utara - Terminal Condongcatur – Kentungan - MM UGM – Mirota Kampus – Gondolayu – Tugu – Pingit - Bundaran SAMSAT – Badran – PasarKembang - Stasiun TUGU – Malioboro - Kantor Pos Besar - RS PKU Muhammadiyah – Ngabean - Jokteng Kulon - Plengkung Gading – Jokteng – Wetan – Tungkak – Wirosaban – Tegalgendu - Terminal Giwangan.

* **Trayek III B**

Terminal Giwangan – Tegalgendu – Wirosaban – Tungkak - Jokteng Wetan - Plengkung Gading – JoktengKulon – Ngabean - RS PKU Muhammadiyah - Pasar Kembang – Badran - Bundaran SAMSAT – Pingit – Tugu – Gondolayu - Mirota Kampus - MM UGM – Kentungan - Terminal Condong Catur - Ringroad Utara – Maguwoharjo - Bandara Adisucipto – Maguwoharjo - JANTI (lewat bawah) - Blok O – JEC - Babadan Gedongkuning – Rejowinangun - S3. Basen - Pegadaian Kotagede - Jl.Nyi Pembayun – HSSilver – Tegalgendu - Terminal Giwangan.

* **Trayek IV A**

Terminal Giwangan - SMK Muhammadiyah 3 - Museum Biologi UGM - Hayam Wuruk - SMPN 5 - Puro Pakualaman - Taman Siswa – Universitas Ahmad Dahlan - Terminal Giwangan.

* **Trayek IV B**

Terminal Giwangan - SMK Muhammadiyah 3 - Kusumanegara 3 – SGM - STPMD 1 - UIN Sunan Kalijaga 1 - Gedung Wanita – LPP - Sudirman 1 - SMPN 5 - AA YKPN - De Britto - UIN Sunan Kalijaga 2 - STPMD 2 –SMKN 5 - Kusumanegara 4 - Pasar Seni - Universitas Ahmad Dahlan – Terminal Giwangan

**G. Struktur Manajemen Trans Jogja**

Struttur Manaiemen / Organisasi PT- Jogia Tugu Trans terdiri dari RUPS, Dewan Komisaris dan Direksi, Kasie Keuangan, Kasie Operasional, Kasie Teknik, serta Kasie SDM & umum. RUPS (Rgpat uTyr Pemegang saham) merupakan kekuasaan tertinggi.

Susunan Dewan Komisaris :

* Komisaris Utama : Ir. F. Harmanto Djokowahjono, MT.
* Komisaris I : Lupito, SH.
* Komisaris ll : H. Happy Christianto, SE., SH.
* Komisaris lll : Drs. Bambang Sugiharto
* Komisaris lV : lr. Ami Seno Sanjaya
* Komisaris V : Achmad Zaenal

Susunan Dewan Direksi:

* Direktur Utama : Poerwanto johan Riyadi
* Direktur Keuangan : Drs. Sri Widodo
* Direktur Operasional & Teknik : H. Eka Priya Surasa
* Direktur SDM dan Umum : Tayoto, SH

****

Gambar 3.1. Struktur Organisasi PT. Tugu Trans Jogja

**H. Tata Cara Penggunaan Bus Trans Jogja**

Adapun tata cara penggunaan bus Trans Jogja yaitu (www.transjogja.com):

* Penggunaan

1. Penumpang naik dari halte

2. Jika penumpang menggunakan tiket *Single Trip*, tiket dimasukkan ke mesin tiket dan akan ditelan otomatis

3. Jika penumpang menggunakan tiket *Reguler*, tiket ditap/ditempelkan pada mesin tiket dan pulsa akan berkurang otomatis sesuai tarif :

1. Reguler Umum Rp 2.700,– (dua ribu tujuh ratus rupiah)
2. Reguler Pelajar Rp 2.000,– (dua ribu rupiah)

4. *Gate Access* akan terbuka dan penumpang menunggu di dalam halte

* Transit

1. Penumpang naik dan tap tiket di *Gate Access* Halte A

2. Pulsa tiket berkurang sesuai tarif

3. Penumpang turun di Halte B

4. Penumpang naik ke bus lain dan tap tiket di *Gate Access* Halte B (pulsa tiket tidak berkurang jika rentang waktu tap dari *Gate Acces* Halte A ke *Gate Access* Halte B tidak lebih dari 60 menit)

* Isi Ulang

1. Penumpang membawa tiket *Reguler* yang akan diisi ulang ke loket halte bertanda **POS/*Card Center***

2. Petugas memeriksa tiket penumpang dan mengisikan pulsa sesuai nominal yang dibeli (Rp 15.000,- , Rp 25.000,- , Rp 50.000,- , dan Rp 100.000,- )

3. Tiket *Reguler* yang sudah diisi ulang pulsa siap digunakan kembali di *Gate Access*

**BAB IV**

**PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA**

**A. Statistik Deskriptif**

Responden yang menjadi objek dalam penelitian ini telah memenuhi criteria yang telah ditentukan yaitu para penumpang Trans Jogja pada jalur IA. Karakteristik responden pada penelitian ini didasarkan atas faktor demografi yang meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan intensitas penggunaan Trans Jogja dalam seminggu dengan bantuan dari *software spss 18.0 for windows dan Microsoft excel 2010.*

* **Klasifikasi jenis kelamin responden**

Berdasarkan hasil penelitian, responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 54 orang, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 59 orang. Persentase jenis kelamin responden dapat dilihat pada gambar di bawah ini:.

****

Gambar 4.1. Persentase jenis kelamin responden

* **Klasifikasi usia responden**

Usia responden diklasifikasikan ke dalam beberapa kelompok usia untuk mengetahui apakah responden memenuhi persyaratan penelitian. Klasifikasi responden tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

|  |  |
| --- | --- |
| Usia | Jumlah |
| <17 tahun | 0 |
| 17 – 25 tahun | 82 |
| 26 – 40 tahun | 26 |
| 41 – 50 tahun | 5 |
| >50 | 0 |

Tabel 4.1.

Klasifikasi usia responden

Sedangkan persentase usia responden dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 4.2. persentase usia responden

* **Klasifikasi Intensitas Penggunaan Trans Jogja**

Tabel berikut menunjukkan intensitas responden dalam menggunakan Trans Jogja selama seminggu.

|  |  |
| --- | --- |
| **Intensitas** | **Jumlah** |
| < 3 kali | 68 |
| 3 – 7 kali | 30 |
| > 7 kali | 15 |

Tabel 4.3. Intensitas Responden

Sedangkan persentase intensitas responden per minggu dapat dilihat pada grafik berikut:

****

Gambar 4.3. Persentase penggunaan trans jogja selama satu minggu

**B. Pilot Studi**

**B.1. Uji Validitas**

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan bantuan *Software* SPSS 18 *for windows*. Uji validitas dilakukan setelah melakukan *pilot study*. jumlah kuesioner yang disebarkan yaitu 35 dan yang dapat diolah yaitu 32 kuesioner. Dari hasil uji validitas ada 5 atribut yang tidak valid yaitu:

1. Waktu kedatangan bus akurat (p10)

2. Petugas memberikan pelayanan dengan cepat(p12)

3. Petugas tanggap terhadap kebutuhan Penumpang(p14)

4. Kejujuran petugas dalam melayani penumpang(p15)

5. Kesopanan petugas dalam melayani penumpang(p17)

Karena belum valid semua, peneliti menambah data dengan menyebarkan 3 buah kuesioner. Dari hasil uji validitas, semua atribut kuesioner dinyatakan valid jadi total keseluruhan kuesioner yang disebarkan pada *pilot study* yaitu 38 buah.

Dalam hal ini n adalah jumlah sampel, pada kasus ini jumlah sampel (n) = 35 sehingga besarnya df yaitu 35 - 2 = 33 dengan r tabel = 0,3338. Bandingkan nilai *Correlated Item – Total Correlation* (r hitung) dengan nilai r tabel, jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan hasil uji validitas kedua, seluruh atribut penelitian baik itu data tingkat kepentingan dan kinerja dinyatakan valid.

1. Tingkat Kepentingan penumpang

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Dimensi** | **Atribut** | **R Hitung** | **R Tabel** | **keterangan** |
| Tangibles | P1 | 0.703 | 0.3338 | Valid |
| P2 | 0.706 | 0.3338 | Valid |
| P3 | 0.781 | 0.3338 | Valid |
| P4 | 0.682 | 0.3338 | Valid |
| P5 | 0.64 | 0.3338 | Valid |
| Reliability | P6 | 0.751 | 0.3338 | Valid |
| P7 | 0.674 | 0.3338 | Valid |
| P8 | 0.717 | 0.3338 | Valid |
| P9 | 0.768 | 0.3338 | Valid |
| Responsivenes | P10 | 0.612 | 0.3338 | Valid |
| P11 | 0.748 | 0.3338 | Valid |
| P12 | 0.572 | 0.3338 | Valid |
| P13 | 0.723 | 0.3338 | Valid |
| P14 | 0.523 | 0.3338 | Valid |
| Assurance | P15 | 0.527 | 0.3338 | Valid |
| P16 | 0.786 | 0.3338 | Valid |
| P17 | 0.519 | 0.3338 | Valid |
| P18 | 0.543 | 0.3338 | Valid |
| Emphaty | P19 | 0.719 | 0.3338 | Valid |
| P20 | 0.744 | 0.3338 | Valid |
| P21 | 0.553 | 0.3338 | Valid |
| P22 | 0.426 | 0.3338 | Valid |
| P23 | 0.571 | 0.3338 | Valid |

Tabel 4.4. Hasil uji validitas tingkat kepentingan konsumen

1. Tingkat Kinerja Trans Jogja

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Dimensi** | **Atribut** | **R Hitung** | **R Tabel** | **keterangan** |
| Tangibles | P1 | 0.667 | 0.3338 | Valid |
| P2 | 0.537 | 0.3338 | Valid |
| P3 | 0.631 | 0.3338 | Valid |
| P4 | 0.428 | 0.3338 | Valid |
| P5 | 0.546 | 0.3338 | Valid |
| Reliability | P6 | 0.669 | 0.3338 | Valid |
| P7 | 0.674 | 0.3338 | Valid |
| P8 | 0.669 | 0.3338 | Valid |
| P9 | 0.535 | 0.3338 | Valid |
| Responsivenes | P10 | 0.375 | 0.3338 | Valid |
| P11 | 0.623 | 0.3338 | Valid |
| P12 | 0.72 | 0.3338 | Valid |
| P13 | 0.493 | 0.3338 | Valid |
| P14 | 0.459 | 0.3338 | Valid |
| Assurance | P15 | 0.58 | 0.3338 | Valid |
| P16 | 0.542 | 0.3338 | Valid |
| P17 | 0.436 | 0.3338 | Valid |
| P18 | 0.478 | 0.3338 | Valid |
| Emphaty | P19 | 0.579 | 0.3338 | Valid |
| P20 | 0.551 | 0.3338 | Valid |
| P21 | 0.55 | 0.3338 | Valid |
| P22 | 0.493 | 0.3338 | Valid |
| P23 | 0.364 | 0.3338 | Valid |

Tabel 4.5. Hasil uji validitas tingkat kinerja trans Jogja

**B.2. Uji Reliabilitas**

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan bantuan *Software* SPSS 18 *for windows*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach’s Alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,7. Adapun hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

1. **Tingkat Kepentingan Penumpang**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Dimensi** | ***Cronbach’s***  ***alpha*** | **standar *cronbach's***  ***alpha*** | **Keterangan** |
| Tangibles | 0.873 | 0.7 | Reliabel |
| Reliability | 0.872 | 0.7 | Reliabel |
| Responsiveness | 0.838 | 0.7 | Reliabel |
| Assurance | 0.774 | 0.7 | Reliabel |
| Emphaty | 0.805 | 0.7 | Reliabel |

Tabel 4.6. Hasil uji reliabilitas tingkat kepentingan konsumen

1. **Tingkat Kinerja Trans Jogja**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Dimensi** | ***Cronbach’s***  ***alpha*** | **standar *cronbach's***  ***alpha*** | **Keterangan** |
| Tangibles | 0.782 | 0.7 | Reliabel |
| Reliability | 0.815 | 0.7 | Reliabel |
| Responsiveness | 0.761 | 0.7 | Reliabel |
| Assurance | 0.719 | 0.7 | Reliabel |
| Emphaty | 0.739 | 0.7 | Reliabel |

Tabel 4.7. Hasil uji reliabilitas tingkat kinerja Trans Jogja

**C. Main Study**

Pada pengumpulan data lanjutan akan disebarkan kesioner sejumlah responden yang telah ditentukan sebelumnya. Penentuan jumlah sampel yang digunakan pada tahap ini berdasarkan rumus:

(Snedecor GW & Cochran WG, 1967)

Keterangan :

n = jumlah sampel minimal yang diperlukan

α= derajat kepercayaan

p = proporsi pelanggan Trans Jogja

q = 1-p (proporsi Pelanggan selain Trans Jogja)

d = limit dari error atau presisi absolute

Dan berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel minimal yang dibutuhkan agar data dianggap cukup adalah 113. Akan tetapi jumlah keseluruhan kuesioner yang disebarkan yaitu 124, 113 buah dianggap sah dan bisa diolah, sedangkan 11 buah kuesioner tidak sah sehingga tidak bisa diolah. Kuesioner tidak sah karena beberapa penyebab yaitu responden mengisi keusioner tidak lengkap dan usia responden di luar batasan yang telah ditentukan. Penyebaran kuesioner ini dibantu oleh mahasiswa selaku asisten peneliti.

**D. Data Tingkat Kepentingan Pelanggan Trans Jogja**

Rekapitulasi data hasil main study untuk tingkat kepentingan pelanggan Trans Jogja dapat dilihat pada lampiran I.

**E. Data Tingkat Kinerja Trans Jogja**

Rekapitulasi data hasil main study untuk tingkat kepentingan pelanggan Trans Jogja dapat dilihat pada lampiran II.

**F. Servqual**

Model kualitas jasa yang paling populer dan hingga kini dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa adalah SERVQUAL (singkatan dari service quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeihaml, dan Berry (1985, 1988, 1990, 1991, 1993, 1994). SERVQUAL ini dikenal pula dengan istilah Gap Analysis Model. Metode ini dikembangkan oleh Zeithaml (1990) yang mengukur kualitas secara kuantitatif dalam bentuk kuisioner yang mengandung dimensi-dimensi kualitas jasa, yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty (Santoso,2006).

Berry, Parasuraman dan Zeithaml mengembangkan rumus berikut ini (Tjiptono, 2008):

Q = P – E

Keterangan : Q = Kualitas pelayanan

P = Persepsi pengguna pelayanan

E = Ekspektasi pengguna Layanan

Hasil perhitungan nilai gap antara persepsi dan ekspektasi konsumen Trans Jogja dapat dilihat pada tabel berikut:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Dimensi | Atribut | Kepentingan | Kinerja | GAP |
| TANGIBLES | P1 | 3.938053097 | 3.238938053 | -0.69912 |
| P2 | 3.716814159 | 3.353982301 | -0.36283 |
| P3 | 3.769911504 | 3.247787611 | -0.52212 |
| P4 | 4.185840708 | 3.575221239 | -0.61062 |
| P5 | 4.221238938 | 3.336283186 | -0.88496 |
| REALIABILITY | P6 | 4.115044248 | 3.460176991 | -0.65487 |
| P7 | 4.398230088 | 3.557522124 | -0.84071 |
| P8 | 4.389380531 | 3.309734513 | -1.07965 |
| P9 | 4.17699115 | 3.292035398 | -0.88496 |
| RESPONSIVE | P10 | 4.469026549 | 2.761061947 | -1.70796 |
| P11 | 4.557522124 | 3.654867257 | -0.90265 |
| P12 | 4.345132743 | 3.557522124 | -0.78761 |
| P13 | 4.460176991 | 3.690265487 | -0.76991 |
| P14 | 4.194690265 | 3.460176991 | -0.73451 |
| ASSURANCE | P15 | 4.424778761 | 3.716814159 | -0.70796 |
| P16 | 4.734513274 | 3.902654867 | -0.83186 |
| P17 | 4.504424779 | 3.716814159 | -0.78761 |
| P18 | 4.221238938 | 3.309734513 | -0.9115 |
| EMPHATY | P19 | 4.380530973 | 3.292035398 | -1.0885 |
| P20 | 4.345132743 | 3.460176991 | -0.88496 |
| P21 | 4.212389381 | 3.318584071 | -0.89381 |
| P22 | 4.380530973 | 3.318584071 | -1.06195 |
| P23 | 4.566371681 | 3.276785714 | -1.28959 |

Tabel 4.8. Analisis Gap

**G. Customer Satisfaction Index**

*Customer Satisfaction Index* (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.

* Perhitungan Customer Satisfaction Index

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

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* tiap-tiap variabel.

Berikut adalah hasil perhitungan Mean Importance Score untuk setiap dimensi kualitas:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Dimensi | Atribut | Rata-rata tingkat kepentingan | MIS |
| Tangibles | P1 | 3.938053 | 3.966372 |
| P2 | 3.716814 |
| P3 | 3.769912 |
| P4 | 4.185841 |
| P5 | 4.221239 |
| Reliablity | P6 | 4.115044 | 4.269912 |
| P7 | 4.39823 |
| P8 | 4.389381 |
| P9 | 4.176991 |
| Responsivenes | P10 | 4.469027 | 4.40531 |
| P11 | 4.557522 |
| P12 | 4.345133 |
| P13 | 4.460177 |
| P14 | 4.19469 |
| Assurance | P15 | 4.424779 | 4.471239 |
| P16 | 4.734513 |
| P17 | 4.504425 |
| P18 | 4.221239 |
| Emphaty | P19 | 4.380531 | 4.376991 |
| P20 | 4.345133 |
| P21 | 4.212389 |
| P22 | 4.380531 |
| P23 | 4.566372 |

Tabel 4.9. Hasil perhitungan *Mean Importance Score (MIS)* tiap variabel

1. Membuat *Weight Factors (WF)* per variabel*.* Bobot ini merupakan persentase nilai *MIS* per variabel terhadap total *MIS* seluruh variabel. Berikut adalah hasil perhitungan *Weight Factors (WF)* untuk setiap dimensi kualitas:

|  |  |
| --- | --- |
| Dimensi | WF |
| Tangibles | 0.18456977 |
| Reliability | 0.198694587 |
| Responsivenes | 0.204995161 |
| Assurance | 0.208063088 |
| Emphaty | 0.203677394 |

Tabel 4.10. Hasil perhitungan *Weight Factors (WF)* per variable

1. Menentukan *Mean Satisfaction Score (MSS)* tiap atribut.

Berikut adalah hasil perhitungan *Mean Satisfaction Score (MSS)* untuk setiap dimensi kualitas:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Dimensi | Atribut | Rata-rata tingkat kinerja | MSS |
| Tangibles | P1 | 3.238938 | 3.350442 |
| P2 | 3.353982 |
| P3 | 3.247788 |
| P4 | 3.575221 |
| P5 | 3.336283 |
| Reliablity | P6 | 3.460177 | 3.404867 |
| P7 | 3.557522 |
| P8 | 3.309735 |
| P9 | 3.292035 |
| Responsivenes | P10 | 2.761062 | 3.424779 |
| P11 | 3.654867 |
| P12 | 3.557522 |
| P13 | 3.690265 |
| P14 | 3.460177 |
| Assurance | P15 | 3.716814 | 3.661504 |
| P16 | 3.902655 |
| P17 | 3.716814 |
| P18 | 3.309735 |
| Emphaty | P19 | 3.292035 | 3.333233 |
| P20 | 3.460177 |
| P21 | 3.318584 |
| P22 | 3.318584 |
| P23 | 3.276786 |

Tabel 4.11. Hasil perhitungan *Mean Satisfaction Score (MSS)*

1. Membuat *Weight Score (WSk)* tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara *WFk* dengan *MSSk.* Berikut adalah hasil perhitungan *Mean Satisfaction Score (MSS)* untuk setiap dimensi kualitas:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Dimensi | WFk | MSSk | WSk |
| Tangibles | 0.18456977 | 3.350442 | **0.618390396** |
| Reliability | 0.198694587 | 3.404867 | **0.676528693** |
| Responsivenes | 0.204995161 | 3.424779 | **0.702063075** |
| Assurance | 0.208063088 | 3.661504 | **0.761823918** |
| Emphaty | 0.203677394 | 3.333233 | **0.678904262** |

Tabel 4.12. Hasil perhitungan *Mean Satisfaction Score (MSS)* tiap dimensi

1. Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)* adalah sebagai berikut:

dengan HS : (*Highest Scale)* = skala maksimum yang digunakan (Oktaviani, 2006).



**H. Pembahasan**

**H.1. Statistik Deskriptif**

Berdasarkan hasil perhitungan statistik deskriptif diketahui bahwa jumlah responden yang berusia diantara 17–25 tahun berjumlah 82 orang, 26–40 tahun berjumlah 26 orang dan 41–50 tahun berjumlah 5 orang. Sedangkan responden yang berusia dibawah 17 tahun dan diatas 50 tahun tidak ada. Sedangkan untuk intensitas penggunaan Trans Jogja diketahui bahwa responden yang menggunakan Trans Jogja kurang dari 3 kali selama seminggu berjumlah 68 orang, 3-7 kali seminggu berjumlah 30 orang, dan lebih dari 7 kali seminggu berjumlah 15 orang.

Hal ini menunjukkan bahwa ke- 113 jumlah kuesioner yang disebarkan telah memenuhi syarat untuk dilakukan pengolahan data, karena telah sesuai dengan batasan yang telah ditentukan.

**H.2. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas diketahui bahwa nilai r hitung pada setiap atribut dari setiap dimensi kualitas baik itu pada tingkat kepentingan konsumen maupun tingkat kinerja Trans Jogja lebih besar dari pada nilai r tabel (0.3338). Hal ini berarti bahwa keseluruhan atribut yang mewakili setiap dimensi kualitas (tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty) dinyatakan valid untuk mengukur tingkat kepentingan konsumen dan kinerja Trans Jogja.

Sedangkan hasil pengujian reliabilitas, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach’s alpha* yang dihasilkan oleh semua dimensi kualitas lebih besar dari nilai *Cronbach’s alpha* yang telah ditetapkan (0,7). Hal ini berarti bahwa keseluruhan atribut yang mewakili setiap dimensi kualitas (tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty) dinyatakan reliabel untuk mengukur tingkat kepentingan konsumen dan kinerja Trans Jogja

**H.3. Customer Satisfaction Index (CSI)**

*Customer Satisfaction Index* (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. Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Contohnya adalah memantau perbaikan pelayanan, pemotivasian karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan menyeluruh pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan CSI, diketahui bahwa nilai CSI yang dihasilkan dari penelitian ini adalah 68,75420687 %. Hal ini berarti bahwa kepuasan pelanggan Trans Jogja masih rendah. Hal ini didasarkan pada tabel Interpretasi Customer Satisfaction Index berikut:

|  |  |
| --- | --- |
| Angka Indeks | Interpretasi |
| X ≤64% | Very poor |
| 64%<X≤71% | Poor |
| 71%<X≤77% | Cause for concern |
| 77%<X≤80% | Borderline |
| 80%<X≤84% | Good |
| 84%<X≤87% | Very Good |
| 87%<X | Excelent |

Ket: X = Angka Indeks Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.13. Customer Satisfaction Index Interpretation

Sumber: Customer Satisfaction Measurement: satisfaction index ”www.leadershipfactor.com”

Berdasarkan tabel tersebut hasil perhitungan CSI yang telah dilakukan berada dikisaran 64% - 71%. Dan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap pelayanann yang diberikan oleh PT. Tugu Trans Jogja secara keseluruhan masih rendah. Oleh karena itu diperlukan perbaikan-perbaikan terhadap atribut-atribut yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan tersebut.

Rendahnya kualitas pelayanan ini juga dibuktikan dengan adanya gap antara persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap pelayanan trans Jogja yang kesemuanya bernilai negatif. Prioritas perbaikan yang bisa dilakukan oleh PT. Tugu Trans Jogja untuk memperbaiki layanannya adalah dapat dimulai dari atribut yang memiliki nilai gap paling besar dan selanjutnya berurutan ke atribut yang memiliki nilai gap yang lebih rendah. Prioritas perbaikan atribut kualitas pelayanan berdasarkan gap tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Atribut | Kode | GAP |
| 1 | Waktu kedatangan bus akurat | P10 | -1.70796 |
| 2 | Waktu pengoperasian Trans Jogja sesuai dengan kebutuhan penumpang | P23 | -1.28959 |
| 3 | Perusahaan peduli terhadap keluhan Penumpang | P19 | -1.0885 |
| 4 | Trans jogja dapat diandalkan | P8 | -1.07965 |
| 5 | Perusahaan memahami hal-hal yang membuat penumpang merasa nyaman menggunakanTrans Jogja | P22 | -1.06195 |
| 6 | Petugas mendapatkan dukungan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada penumpang | P18 | -0.9115 |
| 7 | kejelasan petugas menginformasikan tempat pemberhentian bus dan tempat transit | P11 | -0.90265 |
| 8 | Petugas memahami kebutuhan penumpang | P21 | -0.89381 |
| 9 | Pelayanan yang disediakan sesuai dengan yang dijanjikan | P9 | -0.88496 |
| 10 | Fasilitas yang disediakan sesuai dengan jenis pelayanan yang diberikan | P5 | -0.88496 |
| 11 | Petugas bersedia mendengarkan keluhan dan pertanyaan penumpang | P20 | -0.88496 |
| 12 | Tanggapan simpatik dari petugas bila terjadi masalah | P7 | -0.84071 |
| 13 | keamanan dari tindak kriminal selama perjalanan | P16 | -0.83186 |
| 14 | kesopanan petugas dalam melayani penumpang | P17 | -0.78761 |
| 15 | Petugas memberikan pelayanan dengan cepat | P12 | -0.78761 |
| 16 | Petugas bersedia membantu penumpang | P13 | -0.76991 |
| 17 | Petugas tanggap terhadap kebutuhan Penumpang | P14 | -0.73451 |
| 18 | kejujuran petugas dalam melayani penumpang | P15 | -0.70796 |
| 19 | Peralatan di Trans Jogja modern | P1 | -0.69912 |
| 20 | petugas selalu menepati janji pada penumpang | P6 | -0.65487 |
| 21 | Petugas berpakaian rapi | P4 | -0.61062 |
| 22 | Halte bus menarik | P3 | -0.52212 |
| 23 | Armada bus menarik | P2 | -0.36283 |

Tabel 4.14. Prioritas perbaikan kualitas berdasarkan analisis gap

**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kepuasan Konsumen PT. Tugu Trans Jogja masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang diperoleh berada diantara 64% - 71%, yaitu sebesar 68,75420687 %.
2. Berdasarkan analisa gap yang telah dilaksanakan, 10 prioritas utama yang perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan PT. Tugu Trans Jogja adalah, Waktu kedatangan bus akurat, Waktu pengoperasian Trans Jogja sesuai dengan kebutuhan penumpang, Perusahaan peduli terhadap keluhan Penumpang, Trans jogja dapat diandalkan, Perusahaan memahami hal-hal yang membuat penumpang merasa nyaman menggunakanTrans Jogja, Petugas mendapatkan dukungan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada penumpang, kejelasan petugas menginformasikan tempat pemberhentian bus dan tempat transit, Petugas memahami kebutuhan penumpang, Pelayanan yang disediakan sesuai dengan yang dijanjikan, Fasilitas yang disediakan sesuai dengan jenis pelayanan yang diberikan.
3. Berhubung terbatasnya waktu penelitian yang disediakan, maka analisa kualitas pelayananan Trans Jogja berdasarkan grafik pengendali multivariate belum dapat dilaksanakan.
4. **Saran**

Beberapa saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, adalah:

1. Untuk peneliti, diperlukan waktu penelitian yang lebih lama untuk dapat menjawab semua rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.
2. Untuk penyedia Jasa yang dalam hal ini PT. Tugu Trans Jogja, atribut pelayanan yang masih dianggap kurang memuaskan oleh penumpang hendaknya lebih di perhatikan.

**Daftar Pustaka**

Aritonang, R.L., *Kepuasan Pelanggan,* Gramedia, Jakarta, 2005

Johnson, R.A. and Wichern, D.W., *Applied Multivariate Statistical Analysis,* Sixth Edition, Pearson Education, Inc., New Jersey, 2007

Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Indeks : Jakarta

Montgomery, D.C., *Introduction to Statistical Quality Control,* Fourth Edition, John Wiley and Sons, New York, 2001

Oktaviani, R.W. dan Suryana, R.N., Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro (Studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti, Bogor), *Jurnal Agro Ekonomi*, Mei 2006, Volume 24, Nomor 1:41-58

Parasuraman, A., Zeithaml, V dan Berry, L.L. (1988). “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64 Issue 1, pp. 12-40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V dan Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.

Puspitoningrum F, Setiawan A, Parhusip H.A. “Penerapan Grafik *Hotelling T2* Bivariat pada Karateristik Kualitas Parfum Remaja dari Perusahaan ”X””, Prosiding, Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika, UNY Yogyakarta, 2011.

Snedecor GW & Cochran WG, (1967). *Statistical Methods* 6th ed, Ames, IA: Iowa State University Press.

Sudarno, Rusgiyono A, Hoyyi A, Listifadah. (2011). “Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengendalian Kualitas Jasa Berdasarkan Persepsi Pengunjung, Media Statistika, Vol. 4, No. 1, Juni 2011: 33-45.

Supranto, J, (1997). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy, (1998). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy, (1998). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003.*Total Quality Manajemen. Edisi Revisi*. Andy: Yogyakarta

Umar, Husein. 1997. *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta

**LAMPIRAN**

**LAMPIRAN I. Data Tingkat Kepentingan Konsumen Trans Jogja**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responden** | **TANGIBLES** | | | | | **REALIABILITY** | | | | | **RESPONSIVE** | | | | | **ASSURANCE** | | | | **EMPHATY** | | | | |
| **P1** | **P2** | **P3** | **P4** | **P5** | **P6** | **P7** | | **P8** | **P9** | **P10** | **P11** | **P12** | **P13** | **P14** | **P15** | **P16** | **P17** | **P18** | **P19** | **P20** | **P21** | **P22** | **P23** |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 6 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 5 | 5 |
| 7 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 9 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 |
| 10 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 11 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 12 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 13 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 18 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 19 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 20 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 22 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| **Responden** | | **TANGIBLES** | | | | | **REALIABILITY** | | | | | **RESPONSIVE** | | | | | **ASSURANCE** | | | | **EMPHATY** | | | | |
| **P1** | **P2** | **P3** | **P4** | **P5** | **P6** | **P7** | **P8** | | **P9** | **P10** | **P11** | **P12** | **P13** | **P14** | **P15** | **P16** | **P17** | **P18** | **P19** | **P20** | **P21** | **P22** | **P23** |
| 23 | | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 24 | | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 25 | | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 26 | | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 27 | | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 28 | | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 29 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 30 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 31 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 32 | | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 33 | | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 34 | | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 35 | | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 36 | | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 |
| 37 | | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 38 | | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 |
| 39 | | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 40 | | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 41 | | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 42 | | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 43 | | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responden** | **TANGIBLES** | | | | | **REALIABILITY** | | | | **RESPONSIVE** | | | | | **ASSURANCE** | | | | **EMPHATY** | | | | |
| **P1** | **P2** | **P3** | **P4** | **P5** | **P6** | **P7** | **P8** | **P9** | **P10** | **P11** | **P12** | **P13** | **P14** | **P15** | **P16** | **P17** | **P18** | **P19** | **P20** | **P21** | **P22** | **P23** |
| 44 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 45 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 46 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 |
| 47 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 48 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 50 | 3 | 1 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 51 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 53 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 54 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 57 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 58 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 59 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 60 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 61 | 3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 62 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 63 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responden** | **TANGIBLES** | | | | | **REALIABILITY** | | | | **RESPONSIVE** | | | | | **ASSURANCE** | | | | **EMPHATY** | | | | |
| **P1** | **P2** | **P3** | **P4** | **P5** | **P6** | **P7** | **P8** | **P9** | **P10** | **P11** | **P12** | **P13** | **P14** | **P15** | **P16** | **P17** | **P18** | **P19** | **P20** | **P21** | **P22** | **P23** |
| 65 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 |
| 66 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 67 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 69 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 70 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 71 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 72 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 74 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 75 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 76 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 77 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 |
| 78 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 79 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 81 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 82 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 83 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 84 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 85 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responden** | **TANGIBLES** | | | | | **REALIABILITY** | | | | **RESPONSIVE** | | | | | | | | | | **ASSURANCE** | | | | | | | | | **EMPHATY** | | | | | | | | |
| **P1** | **P2** | **P3** | **P4** | **P5** | **P6** | **P7** | **P8** | **P9** | **P10** | | **P11** | | **P12** | | **P13** | | **P14** | | **P15** | | **P16** | | **P17** | | **P18** | | | **P19** | | **P20** | | **P21** | | **P22** | | **P23** |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 |
| 87 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | | 2 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 |
| 88 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | | 5 | | 4 | | 4 | | 5 | | 3 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | | 5 | | 4 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 3 | | | 5 | | 5 | | 3 | | 4 | | 5 |
| 90 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | | 5 | | 4 | | 5 | | 5 | | 4 | | 5 | | 3 | | 3 | | | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 |
| 91 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | | 5 | | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 4 | | 4 | | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 5 |
| 92 | 5 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | | 5 | | 5 | | 4 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | | 5 | | 4 | | 3 | | 5 | | 5 |
| 93 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 4 | | 4 | | 5 | | 5 | | 5 | | | 4 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 |
| 95 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | | 5 | | 4 | | 5 | | 4 | | 5 | | 5 | | 5 | | 4 | | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 |
| 96 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | | 5 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 5 | | 4 | | 4 | | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 |
| 97 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 4 | | | 4 | | 4 | | 5 | | 5 | | 5 |
| 98 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | | 5 | | 4 | | 5 | | 5 | | 4 | | 5 | | 4 | | 4 | | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 4 |
| 99 | 4 | 1 | 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | | 5 | | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 5 | | 4 | | | 3 | | 5 | | 4 | | 4 | | 4 |
| 100 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 5 | | 4 | | 4 | | | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 |
| 101 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | | 5 | | 5 | | 5 | | 4 | | 5 | | 5 | | 4 | | 4 | | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 |
| 102 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 5 | | 4 | | 4 | | | 4 | | 5 | | 4 | | 5 | | 5 |
| 103 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | | 5 | | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 3 | | 4 | | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 5 |
| 104 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 5 | | 3 | | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 |
| 105 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 |
| 106 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 5 |
| **Responden** | **TANGIBLES** | | | | | **REALIABILITY** | | | | **RESPONSIVE** | | | | | | | | | **ASSURANCE** | | | | | | | | **EMPHATY** | | | | | | | | |
| **P1** | **P2** | **P3** | **P4** | **P5** | **P6** | **P7** | **P8** | **P9** | **P10** | **P11** | | **P12** | | **P13** | | **P14** | | **P15** | | **P16** | | **P17** | | **P18** | | **P19** | **P20** | | **P21** | | **P22** | | **P23** | |
| 107 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 5 | | 5 | | 3 | | 3 | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | |
| 108 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 4 | | 3 | | 4 | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | |
| 109 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | |
| 110 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | | 4 | | 5 | | 5 | | 4 | | 5 | | 5 | | 4 | | 5 | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | |
| 111 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | |
| 112 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 3 | | 3 | 4 | | 5 | | 4 | | 3 | |
| 113 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 5 | | 5 | | 4 | | 5 | 5 | | 4 | | 4 | | 5 | |

**LAMPIRAN II : Data Tingkat Kinerja Trans Jogja**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responden** | | **TANGIBLES** | | | | | | | | | | **REALIABILITY** | | | | | | | | **RESPONSIVE** | | | | | | | | | | **ASSURANCE** | | | | | | | | **EMPHATY** | | | | | | | | | |
| **P1** | | **P2** | | **P3** | | **P4** | | **P5** | | **P6** | | **P7** | | **P8** | | **P9** | | **P10** | | **P11** | | **P12** | | **P13** | | **P14** | | **P15** | | **P16** | | **P17** | | **P18** | | **P19** | | **P20** | | **P21** | | **P22** | | **P23** | |
| 1 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | |
| 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 3 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | |
| 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | |
| 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | |
| 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | |
| 6 | | 4 | | 3 | | 5 | | 3 | | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 2 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | |
| 7 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | |
| 8 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | |
| 9 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 5 | | 4 | | 4 | | 5 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | |
| 10 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 5 | | 4 | | 3 | | 4 | | 5 | | 4 | | 5 | | 5 | | 4 | | 3 | | 5 | | 5 | | 3 | | 4 | | 3 | | 2 | | 4 | | 4 | | 4 | |
| 11 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | |
| 12 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 5 | | 4 | | 5 | | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | |
| 13 | | 2 | | 3 | | 2 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | | 2 | |
| 14 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 2 | | 4 | |
| 15 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | |
| 16 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | |
| 17 | | 2 | | 2 | | 2 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 2 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 1 | | 4 | | 3 | | 3 | | 2 | | 4 | |
| 18 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | |
| 19 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 4 | | 4 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 5 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | |
| 20 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 5 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | |
| 21 | | 3 | | 2 | | 2 | | 3 | | 2 | | 5 | | 5 | | 4 | | 4 | | 2 | | 5 | | 5 | | 3 | | 3 | | 5 | | 5 | | 5 | | 3 | | 2 | | 2 | | 2 | | 2 | | 1 | |
| 22 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 5 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | |
| **Responden** | **TANGIBLES** | | | | | | | | | | **REALIABILITY** | | | | | | | | **RESPONSIVE** | | | | | | | | | | **ASSURANCE** | | | | | | | | **EMPHATY** | | | | | | | | | |
| **P1** | | **P2** | | **P3** | | **P4** | | **P5** | | **P6** | | **P7** | | **P8** | | **P9** | | **P10** | | **P11** | | **P12** | | **P13** | | **P14** | | **P15** | | **P16** | | **P17** | | **P18** | | **P19** | | **P20** | | **P21** | | **P22** | | **P23** | |
| 23 | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | |
| 24 | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | |
| 25 | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | |
| 26 | 5 | | 5 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 2 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 5 | | 5 | | 4 | | 3 | | 4 | | 5 | | 5 | | 3 | | 3 | |
| 27 | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | |
| 28 | 4 | | 5 | | 3 | | 4 | | 5 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | |
| 29 | 4 | | 3 | | 4 | | 5 | | 3 | | 4 | | 4 | | 2 | | 3 | | 1 | | 3 | | 4 | | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | |
| 30 | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 2 | | 2 | | 2 | | 3 | | 2 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 3 | | 2 | | 3 | | 4 | |
| 31 | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 2 | | 2 | | 2 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | |
| 32 | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | |
| 33 | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | |
| 34 | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | | 4 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | |
| 35 | 2 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 2 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 1 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | |
| 36 | 3 | | 3 | | 2 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 2 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | |
| 37 | 3 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | |
| 38 | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 2 | | 2 | | 2 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | | 2 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | | 2 | | 3 | |
| 39 | 3 | | 3 | | 2 | | 2 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | | 2 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | |
| 40 | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 4 | | 4 | | 3 | | 4 | | 4 | |
| 41 | 5 | | 3 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 4 | | 1 | | 2 | | 4 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 3 | | 5 | |
| 42 | 2 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | | 4 | | 4 | | 2 | | 4 | | 2 | | 4 | | 4 | | 2 | | 2 | | 5 | | 4 | | 3 | | 3 | | 3 | | 2 | | 3 | | 4 | | 4 | |
| 43 | 2 | | 5 | | 5 | | 5 | | 2 | | 4 | | 5 | | 5 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 4 | | 5 | | 4 | | 2 | | 1 | | 1 | | 1 | | 4 | | 5 | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responden** | **TANGIBLES** | | | | | **REALIABILITY** | | | | **RESPONSIVE** | | | | | **ASSURANCE** | | | | **EMPHATY** | | | | |
| **P1** | **P2** | **P3** | **P4** | **P5** | **P6** | **P7** | **P8** | **P9** | **P10** | **P11** | **P12** | **P13** | **P14** | **P15** | **P16** | **P17** | **P18** | **P19** | **P20** | **P21** | **P22** | **P23** |
| 44 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 45 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 46 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 47 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 48 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 49 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 50 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 51 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 53 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 56 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 58 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 59 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 60 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 |
| 61 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 63 | 3 | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responden** | **TANGIBLES** | | | | | **REALIABILITY** | | | | **RESPONSIVE** | | | | | **ASSURANCE** | | | | **EMPHATY** | | | | |
| **P1** | **P2** | **P3** | **P4** | **P5** | **P6** | **P7** | **P8** | **P9** | **P10** | **P11** | **P12** | **P13** | **P14** | **P15** | **P16** | **P17** | **P18** | **P19** | **P20** | **P21** | **P22** | **P23** |
| 65 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 66 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 67 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 70 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 71 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 72 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 73 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 74 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 75 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 76 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 77 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 78 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 79 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 80 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 82 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 83 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 84 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 85 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| **Responden** | **TANGIBLES** | | | | | **REALIABILITY** | | | | **RESPONSIVE** | | | | | **ASSURANCE** | | | | **EMPHATY** | | | | |
| **P1** | **P2** | **P3** | **P4** | **P5** | **P6** | **P7** | **P8** | **P9** | **P10** | **P11** | **P12** | **P13** | **P14** | **P15** | **P16** | **P17** | **P18** | **P19** | **P20** | **P21** | **P22** | **P23** |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 87 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 88 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 89 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 3 | 1 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 |
| 90 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 91 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 92 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 93 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 94 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 |
| 95 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 96 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 97 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 98 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 99 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 100 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 101 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 102 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 103 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 104 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 105 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 5 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 |
| 106 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Responden** | **TANGIBLES** | | | | | **REALIABILITY** | | | | **RESPONSIVE** | | | | | **ASSURANCE** | | | | **EMPHATY** | | | | |
| **P1** | **P2** | **P3** | **P4** | **P5** | **P6** | **P7** | **P8** | **P9** | **P10** | **P11** | **P12** | **P13** | **P14** | **P15** | **P16** | **P17** | **P18** | **P19** | **P20** | **P21** | **P22** | **P23** |
| 107 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 108 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 109 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 110 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 111 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 112 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 113 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |

LAMPIRAN III

RAB PENELITIAN INDIVIDUAL

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA TAHUN ANGGARAN BOPTN 2013

Peneliti : Siti Husna Ainu Syukri, M.T.

Judul : Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI)

Dan Hotteling T2 Control Chart Pada Kualitas Pelayanan TRANS Jogja

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | URAIAN KEGIATAN | VOLUME | HARGA SATUAN | JUMLAH | TOTAL |
| A. | Diterima Langsung ke Rekening Peneliti |  |  |  | 10,000,000 |
|  |  |  |  |  |  |
| B. | Honorarium |  |  |  |  |
|  | 1. Peneliti Utama 1 org x 4 jam x 25 hari | 100 OJ | 60,000 | 6,000,000 |  |
|  | 2. Pembantu Lapangan 2 org mhs x 10 hari | 20 OH | 40,000 | 800,000 |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  | Analisis: |  |  |  |  |
|  | 1. Pengolah Data | 1 paket | 1,540,000 | 1,540,000 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| C. | Bahan Perlengkapan ATK meliputi: |  |  |  |  |
|  | 1. Pembelian Alat Tulis Kantor (kertas, souvenir responden, dll) | 1 kegiatan | 300,000 | 300,000 |  |
|  | 2. Penggandaan kuesioner | 155 responden | 2,000 | 310,000 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| D. | Transport |  |  |  |  |
|  | Transportasi ke tempat tujuan Penelitian | 8 kali | 100,000 | 800,000 |  |
|  |  |  |  |  |  |
| E. | Biaya Proses Pelaksanaan Penelitian |  |  |  |  |
|  | Meliputi: Seleksi Proposal, Seminar Proposal, Seminar Hasil, Publikasi, Materai, Pajak Sesuai aturan yang berlaku, dll | 1 Kegiatan | 250,000 | 250,000 |  |
|  |  |  |  |  | 10,000,000 |

Mengetahui,

Ketua LP2M

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Peneliti

Dr. Zamzam Afandi, M.Ag Siti Husna Ainu Syukri, M.T.

NIP. 19631111 199403 1 002 NIP. 19761127 200604 2 001