

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi memiliki peran yang penting pada kehidupan manusia, disebabkan transportasi memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat, serta pembangunan ekonomi, dan sosial politik suatu negara. Tanpa adanya moda transportasi sebagai sarana penunjang, maka tidak dapat diharapkan tercapainya suatu hasil yang memuaskan dalam pembangunan berbagai aspek dari suatu negara. Maka sudah seharusnya perkembangan dalam transportasi atau sistem pengangkutan, khususnya transportasi darat harus dipikirkan sejak dini. Pemilihan moda dapat dikatakan sebagai tahap terpenting dalam perencanaan transportasi. Ini karena peran kunci dari angkutan umum dalam berbagai kebijakan transportasi. Tidak seorang pun dapat menyangkal bahwa moda angkutan umum menggunakan ruang jalan jauh lebih efisien dari pada moda angkutan pribadi. Oleh karena itu masalah pemilihan moda dapat dikatakan sebagai tahap terpenting dalam perencanaan dan kebijakan transportasi, dan banyaknya pilihan transportasi yang dapat dipilih oleh penduduk.

Banyaknya masyarakat yang berkepentingan dan menempuh perjalanan dengan menggunakan jasa transportasi penerbangan khususnya di kota medan, menjadikan transportasi yang akan menghantar masyarakat dalam kota, banyak pilihan moda transportasi yang ditawarkan diantaranya bus, angkutan umum, taksi online, mobil pribadi, kereta api dan lain sebagainya. Masing – masing moda transportasi tersebut memiliki karakteristik yang berbeda, artinya setiap moda transportasi tersebut memiliki kelebihan dan kelemahan yang menjadikan

masyarakat akan memilih dan mempertimbangkan moda transportasi apa yang akan digunakan. Salah satu hal yang akan dipertimbangkan misalnya dari segi biaya (*cost*). Transportasi yang memiliki ongkos lebih murah tidak berarti memiliki lebih banyak peminat pengguna transportasi. Hal ini dikarenakan banyak faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan seseorang memilih transportasi diantaranya tingkat kenyamanan, waktu tempuh, tujuan perjalanannya, fasilitas yang ditawarkan dalam moda transportasi tersebut, keramahtamahan setiap pekerja dalam transportasi tersebut juga mempengaruhi seseorang dalam memilih moda transportasi apa yang digunakan, dan sebagainya. sistem transportasi yang baik dapat memberikan suatu pelayanan yang menjadi sarana perpindahan orang atau barang dari suatu tempat ke tempat yang lain dalam waktu yang singkat, dengan kondisi yang aman, nyaman serta dengan biaya yang terjangkau.

Trayek atau rute yang ditentukan dalam penelitian ini adalah bagi masyarakat yang akan berpergian dari Lapangan Merdeka menuju ke terminal Amplas dengan menggunakan moda angkutan Bus Trans Metro Deli yang memudahkan para penumpang untuk memilih rute dan tujuan yang tepat. Dalam penelitian ini akan diteliti faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan seseorang memilih moda transportasi dan seberapa penting faktor tersebut dibandingkan dengan faktor yang lainnya. Mencoba membuat suatu probabilitas kecenderungan seseorang memilih moda transportasi apabila terjadi perubahan karakteristik suatu moda.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik pelaku perjalanan dan pemilihan moda transportasi Trans Metro Deli di Lapangan Merdeka?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelaku perjalanan dalam pemilihan moda transportasi Trans Metro Deli di Lapangan Merdeka?

1.3 Batasan Masalah

Untuk mendapatkan hasil pembahasan yang sesuai, maka penulis perlu membatasi masalah yang akan dibahas, yaitu dengan menganalisis tingkat kenyamanan, keamanan, kepedulian dan pelayanan yang diberikan petugas kepada pengguna, dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa angkutan umum bus Trans Metro Deli. Analisis data yang digunakan yaitu analisis kualitatif dan uji instrument.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui karakteristik pelaku perjalanan dan pemilihan moda transportasi Trans Metro Deli di Lapangan Merdeka
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelaku perjalanan dalam pemilihan moda transportasi Trans Metro Deli di Lapangan Merdeka

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini sangat berarti bagi penulis yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru yang berhubungan dengan tingkat kepuasan pengguna dalam memilih moda transportasi Trans Metro Deli dan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai media edukasi untuk memperluas wawasan, serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah ilmu dan pengetahuan serta referensi untuk penelitian berikutnya.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan sumber referensi untuk penelitian serupa dikemudian hari. serta dapat menambah bahan pustaka untuk mendukung penelitian sejenis.

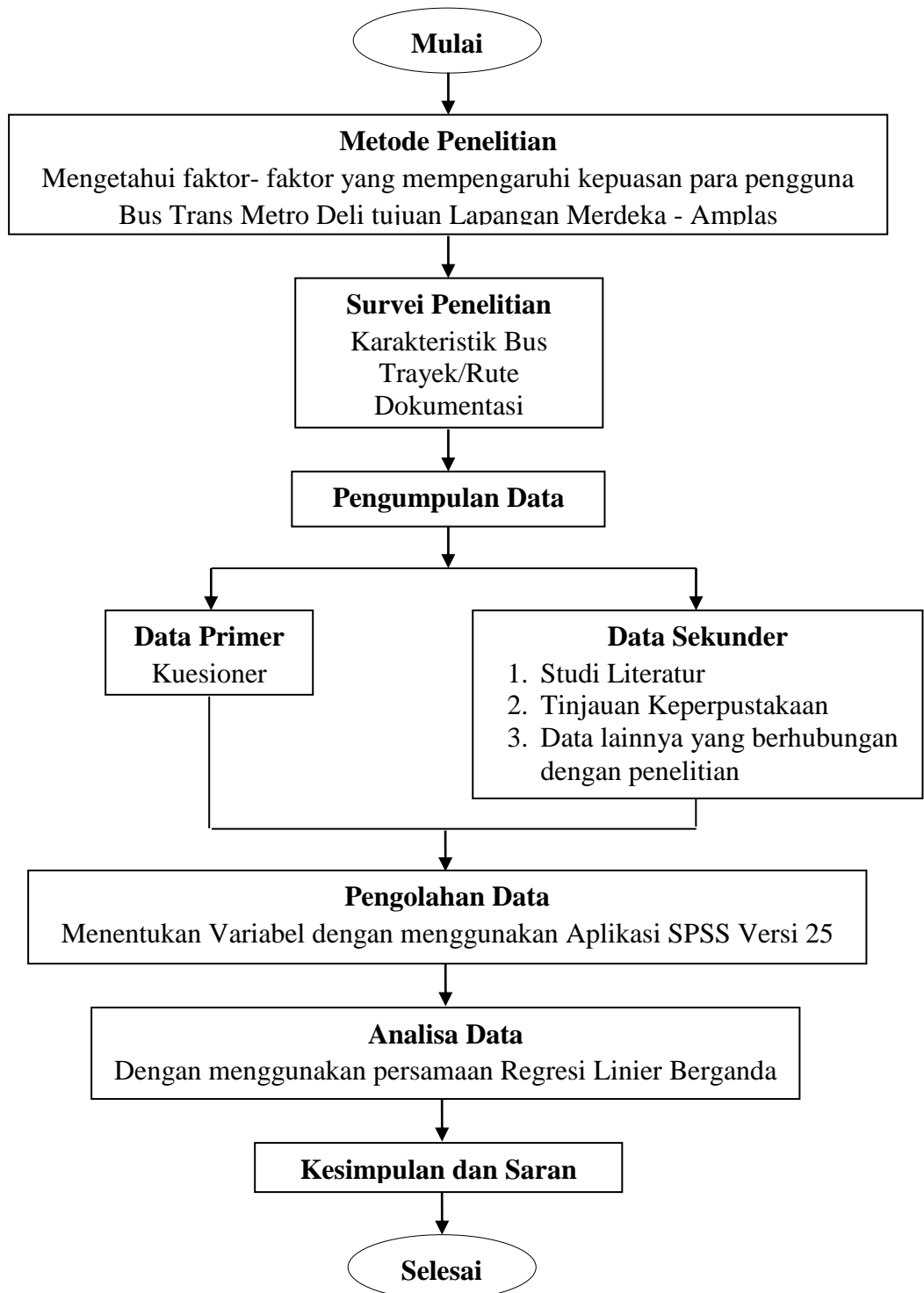
3. Bagi Universitas Islam Sumatera Utara

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi serta bahan acuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan.

4. Bagi Masyarakat

Memberikan masukan kepada masyarakat dalam memilih transportasi yang mudah ditemui serta digunakan untuk perjalanan mereka.

1.6 Kerangka Berfikir



Gambar 1.1 Kerangka Teoritis

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Sistem Transportasi

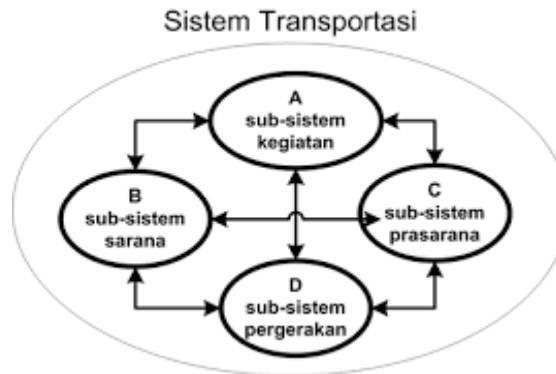
Sistem dapat diartikan sebagai suatu kesatuan berkelanjutan dari satu bagian dengan bagian yang lainnya dalam suatu kelompok elemen atau subsistem yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu, sistem merupakan gabungan beberapa komponen atau objek yang saling berkaitan. Transportasi dapat didefinisikan sebagai proses kegiatan perpindahan orang atau barang dari satu tempat (asal) ke tempat lain (tujuan) dengan menggunakan suatu teknik atau cara tertentu seperti sarana (kendaraan). (Arsyad,2008).

Maka dapat disimpulkan Dari penjelasan tersebut bahwa sistem transportasi ialah melayani kebutuhan perpindahan terhadap masyarakat, individu, atau organisasi kelembagaan serta barang-barang lainnya dari tempat asal ketempat tujuan yang dikehendaki, dimana ditempat lain objek tersebut lebih bermanfaat dan berguna untuk tujuan-tujuan tertentu.

Sistem transportasi diselenggarakan dengan maksud untuk mengkoordinasi proses pergerakan penumpang dan barang dengan mengatur komponen-komponennya di mana prasarana merupakan media untuk proses transportasi, sedangkan sarana merupakan alat yang digunakan dalam proses transportasi.

Sistem transportasi umum berkelanjutan memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan hidup dari komunitas yang dilayani. Menurut Schafer, A., 1998 dalam Budiman, F. 2013 Keberadaan sistem transportasi adalah untuk memenuhi kebutuhan keterkaitan

ekonomi dan sosial serta memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk meningkatkan mobilitas (Budiman, F. 2013).



Gambar 2.1 Siklus Pergerakan Moda Transportasi
Sumber : Budiman, F (2013)

Proses terjadinya transportasi merupakan gerakan dari tempat asal menuju tempat tujuan. Pergerakan itu terjadi dikarenakan adanya proses pemenuhan kebutuhan. Proses pemenuhan tersebut merupakan bagian dari kegiatan yang dilakukan setiap hari, misalnya kebutuhan akan pekerjaan, pendidikan, kesehatan, dan olahraga. Dalam melakukan suatu pergerakan tersebut, manusia memiliki peranan untuk memilih dua pilihan, yaitu bergerak dengan menggunakan moda transportasi atau tanpa moda transportasi (berjalan kaki). Pergerakan tanpa menggunakan moda transportasi (berjalan kaki) umumnya berjarak pendek, sedangkan pergerakan menggunakan moda transportasi biasanya berjarak sedang ataupun jauh.

Tujuan sistem perencanaan transportasi adalah untuk mencapai proses transportasi angkutan penumpang dan barang secara optimum dalam ruang dan waktu tertentu, dengan mempertimbangkan faktor keamanan, kenyamanan dan kelancaran, serta efisiensi waktu dan biaya. Melayani kebutuhan transportasi semaksimal mungkin. Mempersiapkan tindakan/kebijakan dan mengoptimalkan

pengguna daya dukung yang ada untuk dimasa yang akan mendatang demi mencapai suatu tujuan atau rencana yang maksimal.

Jenis moda transportasi yang digunakan sangatlah beragam, seperti mobil pribadi, taksi, angkutan umum, bus, kereta api, sepeda motor, pesawat terbang dan kapal laut. Semua moda transportasi tersebut membutuhkan tempat bergerak seperti jalan raya, jalan rel, bandar udara dan pelabuhan yang disebut sebagai sistem prasarana transportasi. Suatu transportasi dikatakan baik apabila saat waktu perjalanan cukup cepat dan tidak mengalami kecelakaan, frekuensi pelayanan cukup serta biaya (*cost*) lebih ekonomis dan juga aman (bebas dari kecelakaan) dan kondisi pelayanan yang nyaman (Zulkarnain, T A. 2013).

Jasa transportasi saat ini merupakan suatu sarana yang tidak dapat dipisahkan dan dibutuhkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Transportasi sebagai dasar untuk pembangunan ekonomi dan perkembangan masyarakat serta pertumbuhan industrialisasi yang berdampak adanya spesialisasi atau pembagian pekerjaan sesuai dengan bidang keahlian yang dimiliki. Manusia tidak mengalami perkembangan dan kemajuan apabila tidak ditunjang oleh transportasi. Menurut (Santoso 2011), dalam pemilihan moda transportasi didasarkan pada pemindahan barang dan manusia dilakukan dalam jumlah besar dan jarak yang kecil. Jadi transportasi berarti sebuah proses, yakni proses pemindahan, proses pergerakan, proses mengangkut, dan mengalihkan di mana proses ini tidak dapat dilepaskan dari alat pendukung untuk menjamin lancarnya proses perpindahan sesuai dengan waktu yang diinginkan.

Adapun alat pendukung sistem transportasi yang di dalamnya mencakup berbagai unsur (subsistem) berikut:

1. Penumpang atau barang yang dipindahkan.
2. Kendaraan atau angkutan sebagai alat sarana.
3. Jalan sebagai sarana pengangkutan.
4. Terminal.
5. Organisasi sebagai pengelola angkutan.

2.2 Transportasi

Transportasi berasal dari bahasa latin yaitu *transportare* dimana *trans* berarti seberang atau sebelah lain dan *portare* berarti mengangkut atau membawa. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, transportasi adalah pengangkutan barang oleh berbagai jenis kendaraan sesuai dengan kemajuan teknologi. Jadi, transportasi sebagai usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan atau penumpang dari suatu tempat ketempat lainnya (Kamaluddin,2003). Sehingga dengan kegiatan tersebut maka terdapat tiga hal yaitu adanya muatan yang diangkut, tersedianya kendaraan sebagai alat angkut, dan ada jalan yang dapat dilalui. Transportasi merupakan hal terpenting dalam kehidupan atau kegiatan manusia dan juga merupakan unsur terpenting dalam mobilitas manusia dan barang sehari-hari (Taufik, M. 2010). Pentingnya transportasi bagi kehidupan manusia, maka perlu dilakukan pengelolaan atau manajemen transportasi yang baik seperti meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan.

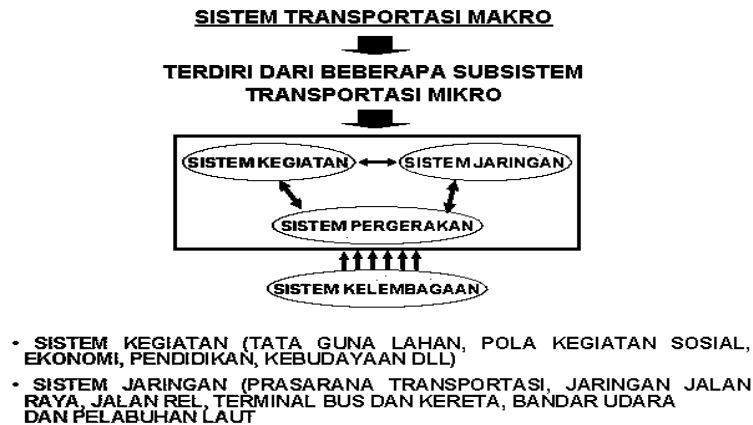
Transportasi sebagai dasar untuk pembangunan ekonomi dan perkembangan masyarakat serta pertumbuhan industrialisasi yang berdampak adanya spesialisasi atau pembagian pekerjaan sesuai dengan bidang keahlian yang dimiliki. Manusia

tidak mengalami perkembangan dan kemajuan apabila tidak ditunjang oleh transportasi. Menurut (Putra, I. 2012), dalam pemilihan moda transportasi didasarkan pada pemindahan barang dan manusia dilakukan dalam jumlah besar dan jarak yang kecil. Jadi transportasi berarti sebuah proses, yakni proses pemindahan, proses pergerakan, proses mengangkut, dan mengalihkan di mana proses ini tidak dapat dilepaskan dari alat pendukung untuk menjamin lancarnya proses perpindahan sesuai dengan waktu yang diinginkan. Adapun alat pendukung sistem transportasi yang di dalamnya mencakup berbagai unsur (subsistem) berikut:

1. Penumpang atau barang yang dipindahkan
2. Kendaraan atau angkutan sebagai alat sarana
3. Jalan sebagai sarana pengangkutan
4. Terminal
5. Organisasi sebagai pengelola angkutan

Morlok (1978) mendefinisikan transportasi sebagai kegiatan memindahkan atau mengangkut sesuatu dari suatu tempat ke tempat lain. Berfungsinya alat pendukung proses pemindahan ini sesuai yang diinginkan, tidak terlepas dari seluruh subsistem di atas. Semua unsur itu tidak dapat hadir dan beroperasi sendiri keempatnya harus terintegrasi secara serentak (sistem transportasi). Pada pelaksanaan perencanaan transportasi diperlukan suatu pendekatan sistem. Pendekatan sistem adalah pendekatan umum untuk suatu perencanaan. Pendekatan sistem mencoba menghasilkan pemecahan yang terbaik dari beberapa alternatif pemecahan yang ada, tentunya dengan batasan tertentu (waktu dan biaya). Sistem transportasi mikro tersebut terdiri dari sistem kegiatan, sistem

jaringan prasarana transportasi, sistem pergerakan lalu lintas, dan sistem kelembagaan (Budiman, F. 2013).



Gambar 2.2 Sistem Transportasi Makro dan Mikro
Sumber : Budiman, F (2013)

Sistem kegiatan, sistem jaringan ataupun juga sistem pergerakan saling mempengaruhi. Perubahan pada sistem kegiatan jelas akan mempengaruhi sistem jaringan melalui perubahan pada tingkat pelayanan dan pada sistem pergerakan. Begitu juga perubahan pada sistem jaringan akan dapat mempengaruhi sistem kegiatan melalui peningkatan mobilitas dan aksesibilitas dari sistem pergerakan tersebut. Ketiga sistem mikro ini saling berinteraksi dalam sistem transportasi makro. Transportasi memiliki keterkaitan erat dengan ekonomi, sehingga permasalahan transportasi dapat dianalisis dengan menggunakan pendekatan ekonomi yaitu teori permintaan dan penawaran.

1. Permintaan Transportasi

Permintaan transportasi adalah besarnya jumlah jasa transportasi yang dibutuhkan untuk mengangkut manusia atau barang dari suatu lokasi atau wilayah. Permintaan akan perjalanan mempunyai kemiripan dengan permintaan ekonomi. Permintaan diartikan sebagai kuantitas total dari pelayanan atau jasa angkutan

tertentu yang rela dan mampu dibeli oleh konsumen pada harga tertentu pada pasar tertentu pada periode tertentu dan pada kondisi-kondisi tertentu pula. Oleh karena itu permintaan atas jasa transportasi disebut sebagai permintaan turunan (*derived demand*) yang timbul akibat adanya permintaan akan komoditi atau jasa lain. Menurut Permintaan atas jasa transportasi diturunkan dari:

- a. Kebutuhan seseorang untuk berjalan dari suatu lokasi ke lokasi lainnya untuk melakukan suatu kegiatan.
- b. Permintaan angkutan barang tertentu agar tersedia di tempat diinginkan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa angkutan adalah harga jasa angkutan, tingkat pendapatan, selera konsumen serta citra perusahaan.

2. Penawaran Transportasi

Kapasitas fasilitas transportasi yang tersedia (penawaran) harus mampu melayani permintaan yang tertinggi pada suatu saat (*peak times*) agar supaya tidak terjadi akses permintaan yang mengakibatkan kemacetan lalu lintas. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran (*supply*) transportasi sebagai berikut:

- a. Peralatan yang digunakan
- b. Kapasitas yang tersedia
- c. Kondisi teknik alat angkut yang dipakai
- d. Produksi jasa yang dapat diserahkan oleh perusahaan angkutan

2.3 Peran Transportasi

Peranan transportasi dalam kehidupan manusia sangat luas dan berfungsi sangat strategis, maka dapat dikatakan sebagai urat nadi. Didalam dunia transportasi terdapat ungkapan “ *Ship follow the trade and trade follow the ship* ”

(Fitriana, V. 2010). Kata *ship follow the trade* mengandung makna bahwa transportasi (*ship*) mengikuti perkembangan maupun kemajuan aktifitas perdagangan masyarakat. Dan kata *trade follow the ship* berarti bahwa perkembangan kegiatan perdagangan suatu masyarakat tergantung pada transportasi (*ship*). Perkembangan kegiatan perdagangan suatu masyarakat atau daerah wilayah tergantung pada perkembangan transportasi atau sebaliknya, perkembangan transportasi suatu negara dan masyarakat tergantung pada perkembangan aktivitas atau kegiatan perdagangan, bisnis dari suatu negara atau masyarakat maupun wilayah tersebut. Peran Transportasi menurut (Taufik, M. 2010) sebagai berikut:

1. Tersedianya barang Efek yang sangat nyata adalah penyediaan atau pengadaan barang-barang yang dihasilkan di tempat lain yang tidak dapat dihasilkan ditempat.
2. Stabilisasi dan Penyamaan Harga Dengan transportasi yang murah dan mudahnya pergerakan barang dan masyarakat ke tempat lainnya cenderung terjadinya stabilisasi.
3. Penurunan Harga Penurunan ongkos assembling dan ongkos processing daripada bahan-bahan mentah dan spareparts yang diperlukan pada industri.

2.4. Pengertian Kepuasan

Menurut Kotler (2008) kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi

antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Apabila penampilan kurang dari harapan, maka pelanggan tidak dipuaskan, namun apabila penampilan sebanding dengan harapan, pelanggan puas, dan apabila penampilan melebihi harapan pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut Firda Triana Hartanti, Ni Luh Putu Farida, F I. (2011) Dalam model Servqual, kualitas jasa didefinisikan sebagai “ Penelitian atau sifat global berkenaan dengan superioritas suatu jasa ”. Sedangkan definisi kualitas layanan yang sering disebut sebagai mutu pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan merupakan para pelanggan dari pelayanan yang mungkin mereka terima.

Secara umum kepuasan konsumen dan ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari perbedaan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen, atau dengan kata lain ada dua kemungkinan yang akan terjadi, yaitu:

1. Kinerja yang dirasakan konsumen lebih besar dari yang diharapkan, artinya konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
2. Kinerja yang dirasakan konsumen lebih kecil dari yang diharapkan, artinya konsumen tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

Menurut Richard Oliver (dalam Putra, I. 2012) kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Selanjutnya, menurut

Philip Kotler (1997) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Pasuraman, Zeithaml, dan Berry mengemukakan kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan terhadap jenis pelayanan yang didapatkannya (Fitriana, V. 2010).

Berdasarkan beberapa pendapat ahli, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan dari membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa yang secara terus menerus dimana sesuai dengan harapan, keinginan dan kebutuhan pelanggan.

2.4.1. Elemen Elemen Kepuasan Pelanggan

Novel, H (2013) lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Harapan (*Expectations*)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang disusun sebelum pembelian barang atau jasa tersebut. Ketika tahapan pembelian dilakukan, konsumen berharap barang atau jasa yang diterima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Jika sesuai dengan harapan konsumen maka ia akan merasa puas.

2. Kinerja (*Performance*)

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3. Perbandingan (*Comparison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja actual produk.

4. Pengalaman (*Experience*)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai daripada kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah daripada kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas apabila terjadi confirmation/disconfirmation.

6. Reporting and bulling (laporan dan penagihan)

7. Outside sales person support (dukungan bagian pemasaran)

8. Recommendation (rekomendasi)

Berdasarkan beberapa elemen dari para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa elemen kepuasan pelanggan yaitu Harapan (*Expectations*), Kinerja (*Performance*), Perbandingan (*Comparison*), Pengalaman (*Experience*), Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*). Lalu terdapat juga beberapa dimensi yaitu *Quality image* (citra mengenai

kualitas), *Relational outcomes* (hasil-hasil yang berhubungan), *Order fulfillment* (pemenuhan pesanan), *Inside customer service support* (dukungan bagian pelayanan pelanggan), *Delivery service* (penyampaian pelayanan), *Reporting and billing* (laporan dan penagihan), *Outside sales person support* (dukungan bagian pemasaran), *Recommendation* (rekomendasi). Penelitian ini mengacu pada elemen - elemen yang dikemukakan oleh Priansa.

2.4.2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan menurut Kotler (2011), yaitu:

1. Tetap setia

Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia atau loyal.

Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama.

2. Membeli produk yang ditawarkan

Keinginan untuk membeli produk atau makanan lain yang ditawarkan karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.

3. Merekomendasikan produk

Kepuasan merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth communication) yang bersifat positif.

Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan

mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk

4. Bersedia membayar lebih

Konsumen cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan, ketika harga lebih tinggi konsumen cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga.

5. Memberi masukan

Walaupun kepuasan sudah tercapai, konsumen selalu menginginkan yang lebih lagi, maka konsumen akan memberi masukan atau saran agar keinginan mereka dapat tercapai.

2.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Zulkarnain, T A. 2013 faktor-faktor yang merupakan pendorong kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Kualitas produk

Pelanggan puas setelah membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas produk yang baik.

2. Harga

Harga yang murah bagi pelanggan yang sensitif adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value of money yang tinggi. Sebaliknya pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, mengenai harga hal tersebut tidak penting bagi mereka.

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya

sulit ditiru. Kualitas pelayanan menjadi pendorong bagi banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.

4. Faktor emosional

Pelanggan akan merasa puas, merasa bangga, merasa percaya diri karena adanya nilai emosional yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

5. Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif murah, mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Firmansyah, 2018) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan.
2. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas jika produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Harga, yaitu harga yang relatif murah dan produk yang memiliki kualitas yang sama akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada pelanggan.
4. Faktor situasi, yaitu keadaan yang dialami pelanggan.
5. Faktor pribadi dari pelanggan, yaitu karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan pribadi.

2.5. Kualitas Pelayanan

Menurut mantan pemimpin GE, John F. Welch Jr., (dalam Kotler dan Keller, 2008) mengatakan “kualitas adalah jaminan terbaik kami atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat kami menghadapi persaingan luar negeri, dan satu-

satunya untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan”. Menurut ISO 9000 (dalam Lupiyoadi, 2014) mengatakan kualitas adalah “degree to which a set of inherent characteristics fulfils requirements” (derajat yang di capai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan). Sedangkan menurut Supranto (2006) kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan apa yang diperlukan orang lain. Kemudian menurut Kotler mengatakan “ *A Service essentially intangible and does not result in the Ownership of anything, its production may or may no be to a physical product* ”. Yang artinya ialah bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (dalam Laksana, 2008).

Menurut Parasuraman et al. (dalam Hutasoit, 2011) kualitas pelayanan adalah perbedaan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima. Menurut Zeithaml et. al kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai: “ *The extent of discrepancy between customers expectations or desire and their perceptions* ”. Dari pertanyaan tersebut dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka (dalam Laksana, 2008). Sedangkan menurut Tjiptono (2005) kualitas pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen (dalam Sunyoto, 2014).

Menurut Hutasoit (2011) kualitas pelayanan adalah keselarasan dan tingkat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan harapan yang dikehendaki konsumen dengan bukti langsung, perhatian pribadi terhadap kebutuhan konsumen, daya tangkap karyawan dalam memberi pelayanan, keandalan dalam memberikan pelayanan maupun jaminan kepada konsumen.

Dari beberapa pendapat ahli dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik serta bagaimana tanggapan orang yang dilayani mengenai barang atau jasa yang diterima dan dirasakannya.

2.5.1. Karakteristik Pelayanan

Menurut Parasuraman dkk. terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut :

1. Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan perusahaan dalam memperlihatkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan sarana dan prasarana fisik yang dimiliki perusahaan dapat dipercayai oleh lingkungan sekitarnya sebagai bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal tersebut meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, peralatan yang digunakan serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*Reliability*), yaitu Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan dalam ketepatan waktu, memberikan pelayanan yang sama tanpa kesalahan dan memberikan sikap simpatik.

3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat serta memberikan penyampaian informasi yang jelas kepada pelanggan.
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu menguasai pengetahuan, pegawai yang bersikap sopan serta kemampuan pegawai dalam menumbuhkan kepercayaan, rasa aman, dan komunikasi bagi para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian secara pribadi serta memahami keinginan dan kebutuhan para pelanggan, serta memiliki jam operasional yang nyaman.

2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut *Accounts Commission*, ada 10 faktor yang menentukan kualitas pelayanan. Kesepuluh faktor yang dimaksud ialah :

1. Akses, yaitu kemudahan dan kenyamanan dalam memperoleh pelayanan.
2. Komunikasi, yaitu menjaga pelanggan dalam memperoleh sebuah informasi dengan mendengarkan dan menggunakan bahasa yang dimengerti oleh pelanggan.
3. Kompetensi, yaitu memiliki pengetahuan serta keterampilan terhadap jasa yang diberikan.
4. Rasa hormat, yaitu meliputi menghargai, kesopanan, pertimbangan dan ramah.
5. Kredibilitas, yaitu kepercayaan, citra dan reputasi.

6. Keandalan, yaitu dapat diandalkan, akurat, memberikan pelayanan yang konsisten, serta memberikan pelayanan yang menjanjikan.
7. Daya tanggap, yaitu kesediaan serta kesiapan dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan.
8. Keamanan, yaitu keamanan fisik, keuangan dan kerahasiaan.
9. Bukti fisik, yaitu perlengkapan, pelayanan, staf dan penampilan.
10. Memahami konsumen, yaitu mengetahui kebutuhan personal konsumen dan mengenali pengulangan konsumen.

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya bila layanan yang diterima lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Berdasarkan beberapa faktor dari para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu akses, komunikasi, kompetensi, rasa hormat, kredibilitas, keandalan, daya tanggap, keamanan, bukti fisik, memahami konsumen. Kemudian terdapat *expected service* dan *perceived service* Kemudian terdapat faktor penampilan, keahlian, suara dan kebiasaan di dalam berbicara, tata cara dan tingkah laku.

2.6 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Dalam era globalisasi sekarang ini banyak revolusi teknologi komunikasi dan informasi yang mengakibatkan terjadinya perubahan yang luar biasa. Dengan adanya kemudahan yang diperoleh tersebut muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat pelanggan semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, lalu meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan (Yamit, 2013). Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa harus memperlihatkan kualitas pelayanan yang akan digunakan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan, pelanggan akan merasa puas terhadap jasa yang diberikan perusahaan.

Menurut Zeithaml & Bitner kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan persepsi atau kinerja yang dirasakan. Sedangkan menurut Juran kepuasan pelanggan adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan pelanggan dan bebas dari kekurangan (dalam Priansa, 2017). Kepuasan pelanggan merupakan harapan pelanggan dan kinerja yang nyata diterima. Perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik barang maupun jasa, sedangkan kinerja atau hasil yang dirasakan merupakan persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang ia beli dan gunakan. Jika harapan pelanggan tinggi, sementara kinerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapa dan bahkan akan menimbulkan kekecewaan untuk pelanggan. Sebaliknya juga jika kinerja telah memenuhi harapan kepuasan akan meningkat. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan yang

dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan.

Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa variable kuantitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumem. Disimpulkan bahwa variabel untuk mengukur kepuasan dari pelanggan yakni pelayanan, keamanan, serta performa.