

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN

BIRO PERJALANAN UMUM ROSALIA INDAH



TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar Diploma III Manajemen Pemasaran
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Oleh :

PETRONILLA CYNTHIA AGNETASIA

NIM : F3207069

PROGRAM STUDI DIPLOMA III
MANAJEMEN PEMASARAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jumlah penduduk yang semakin berkembang di Indonesia membuat terbukanya peluang usaha yang bergerak di bidang jasa transportasi darat. Dilihat dari semakin padatnya penduduk serta kebutuhan yang semakin tinggi, menjadikan daerah Surakarta dan sekitarnya menjadi potensi pasar tersendiri untuk industri transportasi. BPU Rosalia Indah secara fantastis mampu merebut market share dan menjadi *top of mind* dalam jasa transportasi bus.

Perusahaan berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka bisnis jasa harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas, fasilitas yang memadai serta pelayanan yang memuaskan. Dengan demikian, perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya.

Dengan beragamnya persaingan perusahaan jasa di bidang transportasi darat khususnya bus, yang ditawarkan kepada pasar maka untuk dapat memenangkan pasar diperlukan strategi pemasaran. Pengenalan perilaku konsumen dalam menggunakan jasa BPU Rosalia

Indah akan menjadi modal yang besar untuk bisa meningkatkan pangsa pasar. Perilaku konsumen akan membantu perusahaan dalam menyesuaikan keinginan konsumen terhadap jasa yang dimiliki oleh perusahaan tersebut, sehingga segala macam bentuk aktivitas pemasaran dapat disesuaikan dengan kondisi dan karakter konsumen yang pada akhirnya akan dapat mencapai hasil yang lebih maksimal.

Saat ini, perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Persaingan yang semakin ketat, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama, hal ini pula yang dilakukan oleh BPU Rosalia Indah Group. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan visi dan misinya, iklan maupun promosi. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain : hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pemakaian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap jasa, terutama pada jasa transportasi, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap jasa antara lain :

kinerja (*performance*), ciri – ciri atau keistimewaan tambahan, keandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) *serviceability*, dan estetika.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas jasa, hal ini pula yang perlu diperhatikan oleh BPU Rosalia Indah yaitu, apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan. Maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi pelanggan secara konsisten.

Sehingga pada dasarnya suatu usaha bisnis yang sedang dijalankan merupakan usaha untuk memenuhi beberapa kebutuhan konsumen dan mengharapkan usaha tersebut mendapat respon yang positif. Sebaliknya pula sebagai pelanggan akan mengharapkan diperlakukan dengan baik dan menyenangkan. Perlu disadari, setiap bisnis pada hakikatnya adalah bisnis jasa / layanan. Setiap bisnis yang menawarkan layanan pelanggan yang baik akan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk sukses dan berkembang daripada yang tidak terlalu peduli pada layanan pelanggan. Setiap bisnis yang memiliki komitmen yang jujur terhadap layanan pelanggan akan selalu memiliki pelanggan setia. Bisnis seperti ini akan bertumbuh melalui promosi dari mulut ke mulut.

Layanan pelanggan yang baik tidak terjadi begitu saja, tetapi memerlukan waktu, energi dan komitmen yang nyata yang harus diberikan oleh setiap orang yang terlibat, tidak hanya mereka yang melayani konsumen secara langsung. Selain itu, tidak ada cara yang lebih baik untuk membangun bisnis yang menguntungkan selain berkomitmen penuh untuk memberikan level layanan pelanggan terbaik yang disediakan oleh perusahaan.

Maka dari latar belakang diatas, penulis mengambil judul penulisan: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Biro Perjalanan Umum Rosalia Indah.

B. Rumusan Masalah

Sehingga berdasarkan uraian diatas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

Bagaimanakah tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* akan kualitas pelayanan jasa BPU Rosalia Indah ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan BPU Rosalia Indah berdasarkan dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible* akan kualitas pelayanan jasa BPU Rosalia Indah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi BPU Rosalia Indah dalam menetapkan kebijakan dan strategi di bidang pemasaran untuk mengembangkan usaha bisnis di waktu mendatang terutama dalam dimensi pelayanan.
2. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis.
3. Selain itu diharapkan pula dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi pada Kantor Pusat BPU Rosalia Indah : Jl. Raya Solo – Sragen KM 7,5 Palur, Jaten, Karanganyar, Surakarta. Telp. (0271) 825173 / Fax. (0271) 827205.

2. Populasi dan sampel penelitian

a. Populasi penelitian

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satuan individu yang memiliki item yang lebih besar, dalam Stanton (1985). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan BPU Rosalia Indah yang menggunakan jasa pelayanan transportasi di BPU Rosalia Indah.

b. Sampel Penelitian

Jumlah sampel yang diambil yaitu 100 responden secara acak, yang terdapat dalam populasi tersebut. Menurut Arikunto (2002 : 112) jika populasi lebih dari 100 orang maka diambil sampai 5%-10% atau 20%-30% dari jumlah populasi. Sampel yang digunakan adalah sampel acak (*random sample*), yaitu setiap unit dalam sampel dipilih langsung dari populasi, dalam Stanton (1985).

3. Jenis dan sumber data

a. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini berupa :

Data Kualitatif, yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar, seperti literatur-literatur serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian.

b. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berupa :

- 1) Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui wawancara dan kuesioner di lapangan.
- 2) Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Biasanya sudah dalam bentuk publikasi seperti data yang diperoleh dari internet, buku pustaka, dan data lainnya yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

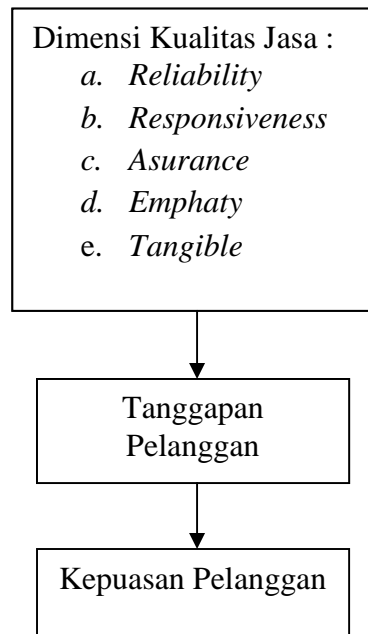
Metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah : kuesioner, yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis pada responden untuk menjawab. Data kuesioner tersebut berisi :

- a. Pertanyaan umum mengenai identitas responden.
- b. Pertanyaan khusus mengenai tanggapan kualitas jasa yang diterima dan pelayanan oleh pelanggan.

5. Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah menggambarkan seluruh obyek penelitian secara terperinci.

F. Kerangka Pemikiran



GAMBAR 1.1
KERANGKA PEMIKIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Jasa

Menurut Kotler dalam Tjiptono (1997). Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak yang lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Karakteristik jasa, dalam Tjiptono (1997), yaitu :

1. Jasa tidak berwujud, maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.
2. Jasa tidak terpisahkan. Jasa pada umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. Jasa bervariasi, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.
4. Jasa tidak tahan lama. Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

Seorang konsumen yang merasa puas cenderung akan menyatakan hal – hal yang baik tentang produk dan jasa serta perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain. Oleh karena itu pembeli yang puas merupakan iklan yang terbaik (Bayus dalam Kotler, et al. 1996).

B. Pengertian Manajemen Hubungan Pelanggan

Kotler dan Armstrong (2006 : 15). Manajemen hubungan pelanggan adalah keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul.

Konsumen yang merasa tidak puas akan bereaksi dengan tindakan yang berbeda. Ada yang mendiamkan saja dan adapula yang melakukan

komplain. Berkaitan dengan hal ini, ada tiga kategori tanggapan atau komplain terhadap ketidakpuasan yaitu :

1. *Voice response*

Kategori ini meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan / atau meminta ganti rugi kepada perusahaan. Bila pelanggan melakukan hal ini, maka perusahaan masih mungkin memperoleh beberapa manfaat. Pertama, pelanggan memberikan kesempatan sekali lagi kepada perusahaan untuk memuaskan mereka. Kedua, risiko publisitas buruk dapat ditekan, baik publisitas dalam bentuk rekomendasi dari mulut ke mulut, maupun melalui Koran / media massa, Dan yang tidak kalah pentingnya adalah ketiga, memberi masukan mengenai kekurangan pelayanan yang perlu diperbaiki perusahaan. Melalui perbaikan, perusahaan dapat memelihara hubungan baik dan loyalitas pelanggannya.

2. *Private response*

Tindakan yang dilakukan antara lain memperingatkan atau memberitahu kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan. Umumnya tindakan ini, sering dilakukan dan dampaknya sangat besar bagi citra perusahaan.

3. *Third – party response*

Tindakan yang dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi hukum, dan sebagainya. Tindakan seperti ini sangat ditakuti oleh sebagian besar perusahaan yang tidak memberi

pelayanan baik bagi pelanggannya atau perusahaan yang tidak memiliki prosedur penanganan keluhan yang baik. Kadangkala pelanggan lebih memilih menyebarluaskan keluhannya kepada masyarakat luas, karena secara psikologis lebih memuaskan. Lagipula mereka yakin akan mendapatkan tanggapan yang lebih cepat dari perusahaan yang bersangkutan.

C. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kotler, et al (1996), menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Harapan pelanggan ini bersifat dinamis dan berubah dari waktu ke waktu, seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diterima pelanggan dan semakin bertambahnya pengalaman. Setiap bisnis harus mampu memahami, mengantisipasi dan merespons harapan – harapan pelanggan tersebut.

Sekalipun penyedia layanan telah berusaha melakukan yang terbaik dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya, kerap kali tetap saja kegagalan layanan tidak terelakkan. Misalnya, kedatangan dan keberangkatan armada terlambat, staf yang berlaku kasar dan tidak sopan serta fasilitas armada yang tidak sesuai dengan harapan.

D. Lima Dimensi Dalam Kualitas Jasa

Dalam kualitas jasa, ada beberapa faktor atau dimensi antara lain:

(Lupiyoadi, 2001)

1. *Reliability* (Dimensi Keandalan)

Reliability (keandalan) adalah aspek – aspek keandalan sistem pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, dalam hal ini apakah jasa yang diberikan sesuai dengan standar – standar umum atau bahkan standart internasional. Dimensi ini diwakili oleh: kesesuaian pelaksanaan pelayanan sesuai rencana, kepedulian perusahaan terhadap permasalahan/ keluhan konsumen, keandalan penyampaian jasa sejak awal, ketepatan waktu berangkat dan tiba , keakuratan penanganan pengadministrasian catatan.

2. *Responsiveness* (Dimensi Daya Tanggap)

Responsiveness adalah keinginan untuk membantu konsumen dan menyediakan jasa / pelayanan yang dibutuhkan tersebut. Dimensi ini diwakili oleh: kejelasan informasi waktu penyampaian jasa, kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan administrasi, kesediaan pegawai selalu membantu konsumen dan keluangan waktu pegawai untuk menanggapi permintaan konsumen dengan cepat.

3. *Assurance* (Dimensi Jaminan)

Assurance adalah adanya jaminan bahwa jasa yang diberikan memberikan jaminan keamanan, kemampuan sumber daya dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar yang sifatnya memberikan jaminan sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi ini diwakili oleh: kemampuan SDM, kemampuan sopir dalam mengemudi, rasa aman selama berhubungan dengan pegawai, kesabaran pegawai dan dukungan pimpinan perusahaan kepada tugas pegawai, kesabaran pegawai terhadap konsumen.

4. *Emphaty* (Dimensi Empati)

Empati berkaitan dengan kemudahan dalam mendapatkan pelayanan, keramahan, komunikasi, dan kemampuan memahami kebutuhan konsumen. Dimensi ini diwakili oleh: perhatian perusahaan kepada konsumen, perhatian dan keramahan pegawai secara pribadi kepada konsumen, pemahaman akan kebutuhan konsumen, kesesuaian jam kerja perusahaan dengan kesibukan konsumen.

5. *Tangible* (Dimensi Bukti Fisik)

Bukti fisik adalah aspek nyata yang bisa dilihat dan diraba. Dimensi bukti fisik ini mencakup: kemutakhiran peralatan dan teknologi, kondisi sarana, kondisi SDM perusahaan, dan keselarasan fasilitas fisik dengan jenis jasa yang diberikan (khususnya untuk bangunan kantor perusahaan).

E. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Engel et al., dalam Tjiptono (1997). Perilaku konsumen sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut.

BAB III

PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

1. PROFIL PERUSAHAAN

Nama Perusahaan : BPU. Rosalia Indah

Alamat Kantor : Jl. Raya Solo – Sragen KM 7,5 Palur, Jaten,
Karanganyar

Izin Usaha : Biro Perjalanan Umum (BPU) Rosalia Indah No.
05 / D.2 / BPU / III / 1991.

Nomor Telepon : (0271) 825173
Nomor Faks : (0271) 827205
E-mail : **PO@Rosalia-Indah.com**
Homepage : **www.rosalia-indah.com**
Nama Pemilik : Yustinus Soeroso
Direktur Utama : Yustinus Soeroso
Direktur Keuangan : Yustina Rahyuni Soeroso
Direktur Operasional : Yustina Anna Rosalia
Asisten Direktur Utama : Yustinus Rosanto Adi

2. VISI DAN MISI BPU ROSALIA INDAH

a. VISI ROSALIA INDAH

Menjadi perusahaan transportasi darat antar kota antar propinsi dan wisata yang unggul dalam kualitas dan pelayanan demi kepuasan pelanggan dan kesejahteraan karyawan.

b. MISI ROSALIA INDAH

Memberikan pelayanan prima demi kepuasan pelanggan dengan menerapkan panca pesona BPU. Rosalia Indah meliputi keamanan, kebersihan, kenyamanan, ketepatan, dan kekeluargaan.

Perusahaan yang didirikan pada tanggal 21 Maret 1991 oleh Bapak Yustinus Soeroso dan Ibu Yustina Rahyuni Soeroso, perusahaan yang bergerak di

bidang jasa transportasi darat. Perusahaan yang dirintis dengan penuh semangat kerja keras dan kerja cerdas di barengi intuisi bisnis yang tepat menjadikan Po. Rosalia Indah berkembang menjadi perusahaan multi usaha yang keseluruhan unit usaha tersebut tergabung dalam Rosalia Indah Group. Group ini antara lain mencakup BPU. Rosalia Indah, PT. Rosalia Indah Tour & Travel, PT. Rosalia Express, Ros In Hotel, SPBU 44.577.08 Sroyo, Central Laundry, RM. Rosalia Indah Indramay, Bitung & Ngawi, Restoran Sederhana Caruban & Solo.

Perhatian khusus kepada calon pelanggan sampai dengan orientasi layanan kepada pelanggan, essensinya adalah memahami, peduli dan menghargai kebutuhan pelanggan dengan tujuan memenuhi kebutuhan pelanggan seutuhnya, karena komitmen memberikan pelayanan yang menerapkan panca pesona : Keamanan, Kebersihan, Kenyamanan, Ketepatan, Kekeluargaan menjadi dasar filosofi perusahaan. Selain itu perusahaan memiliki program yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan mendasarkan standart operasional **Layanan Prima** yang tertuang dalam program **Panca Perfoma** yaitu : Senyum, Sapa, Sopan, Sabar, Sepenuh Hati.

Untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan di tiap unit usaha, karyawan berusaha untuk mencapai sinergi, transparansi dan efektivitas, baik dengan pihak internal maupun eksternal, untuk dapat menyampaikan pemecahan masalah yang terbaik maka pelatihan karyawan selalu diberikan secara berkala terutama mengenal *service excellence*, hal inilah menjadikan Rosalia Indah Group menjadi “ **Kepercayaan Dan Kebanggaan Masyarakat** “, Memberikan

kepuasan layanan kepada pihak internal, menjadi dasar kepuasan pelanggan eksternal Rosalia Indah.

Berkembangnya Rosalia Indah Group merupakan sebuah prestasi, keunggulan yang di dapat dari sebuah komitmen untuk bekerja dengan semangat memberika pelayanan yang terbaik bagi masyarakat. Masyarakat menggunakan produk serta jasa, merupakan prestasi bagi kami. Maju dan besarnya Rosalia Indah Group merupakan hasil dari pemanfaatan kemampuan dan kemauan untuk memberikan karya bagi masyarakat, Bangsa dan Negara.

“ Bila anda tidak puas sampaikan kepada kami, tetapi bila anda puas sampaikan kepada teman – teman anda “.

3. SUMBER DAYA MANAJEMEN

a. Divisi Personalia Dan Umum

Membawahi unit kerja dalam bentuk seksi – seksi. Tugasnya : mengelola data dan aktivitas kepersonaliaan SDM yang ada dalam perusahaan termasuk analisa tingkat kesejahteraan karyawan dan pemberdayaan asset perusahaan.

b. Divisi Marketing Dan Sales

Divisi Marketing dan Sales tidak saja berorientasi pada penjualan, promosi dan program – program wisata serta operasional armada dan kru. Divisi ini juga mengatur jadwal keberangkatan armada dan kru

mengorganisir agen – agen BPU Rosalia Indah yang ada di Jawa dan Sumatera. Dalam rangka pelayanan yang professional demi kepuasan pelanggan terdapat pula petugas khusus yang merespon terhadap suara konsumen baik dalam bentuk saran, kritik dan komplain.

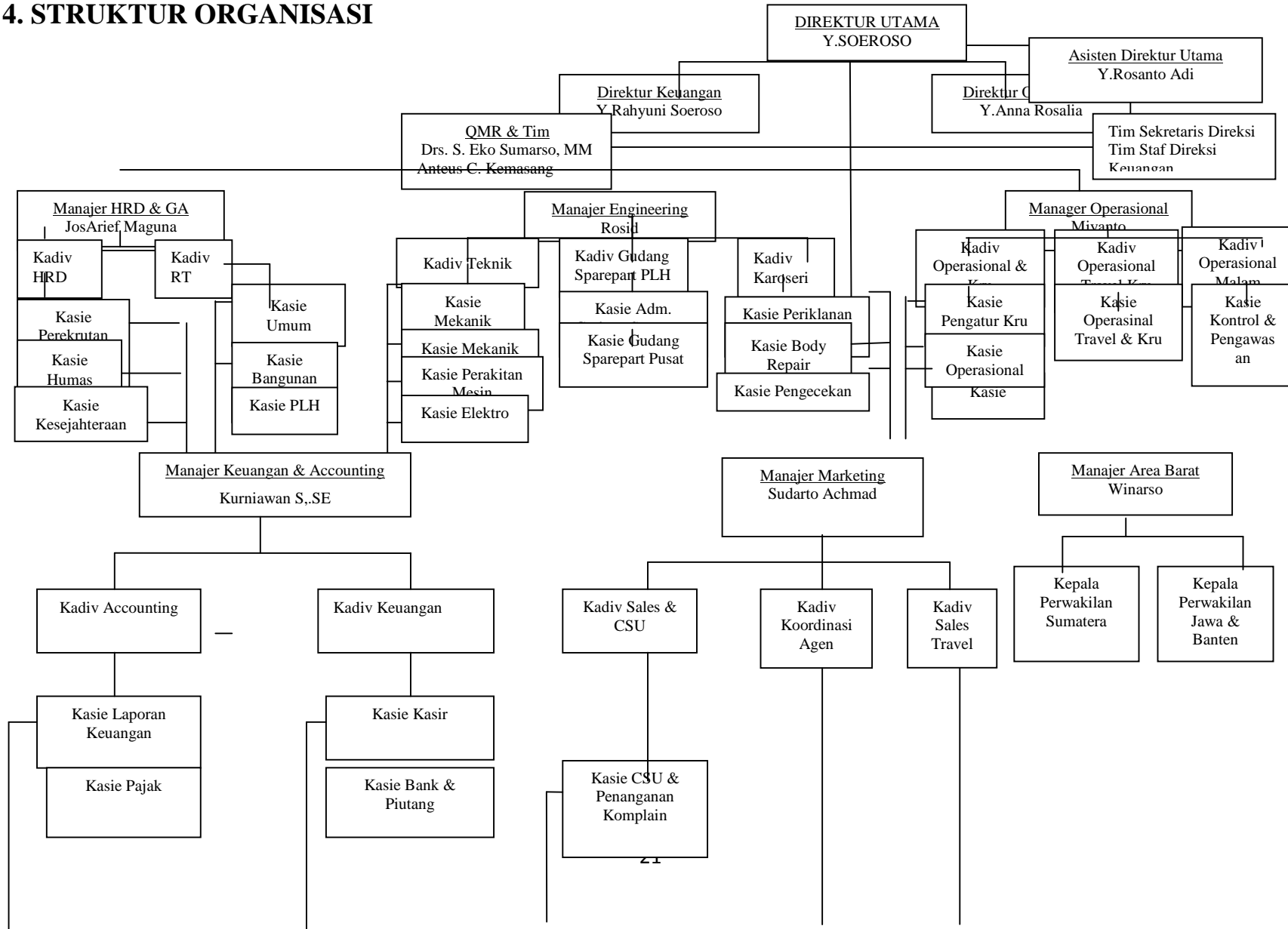
c. Divisi Keuangan

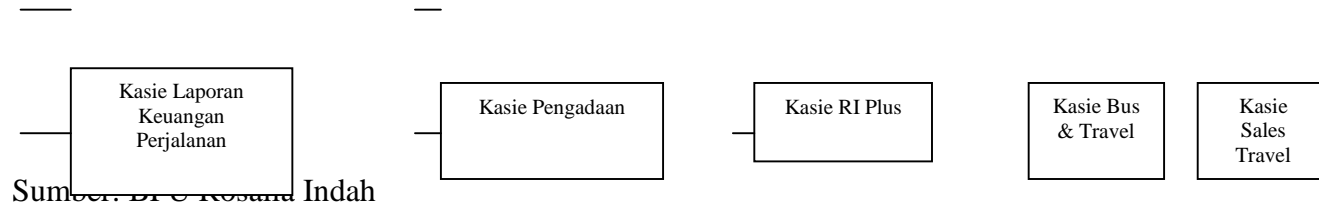
Mengelola keuangan perusahaan secara keseluruhan termasuk transaksi keuangan dengan vendor – vendor dan pengelolaan setoran seluruh agen – agen BPU Rosalia Indah. Analisa anggaran operasional juga merupakan tugas penting divisi keuangan guna penerapan efisiensi biaya operasional di semua sektor.

d. Divisi Engineering

Khusus menangani bidang teknik baik perbaikan maupun perawatan. Bidang teknis dikerjakan oleh divisi ini sangat vital mengingat armada yang telah mencapai jumlah 100 unit lebih memerlukan atensi dan akurasi yang tinggi. Divisi ini memiliki mekanik – mekanik yang ditempatkan di beberapa pos control di sepanjang jalur lintasan / trayek di Jawa dan Sumatera dan juga menyediakan mobil stoving lengkap dengan suku cadang dan mekanik yang beroperasi setiap saat dan selalu siap dan cepat menangani dalam jalur yang dilalui oleh armada.

4. STRUKTUR ORGANISASI





Sumber: BPU Rosalia Indah

GAMBAR 3.1
STRUKTUR ORGANISASI BPU ROSALIA INDAH

5. JALUR BUS DAN JENIS BUS BPU. ROSALIA INDAH

Merupakan induk usaha awal, Rosalia Indah yang berbasis transportasi darat dengan berbagai macam kelas armada dan jalur / trayek dari Jawa sampai Sumatera. Agen / perwakilan BPU. Rosalia Indah terdapat di kota – kota yang terbentang dari Surabaya sampai Muaraenim.

Beberapa jalur bus yang kami layani antara lain :

1. Surabaya – Jombang – Blitar – Nganjuk – Madiun – Solo – Salatiga – Semarang – Tangerang – Merak – Lampung – Muara Enim (PP).
2. Wonogiri – Solo – Klaten – Prambanan – Yogyakarta – Wates – Purworejo – Kebumen – Gombong – Jakarta – Tangerang – Merak – Lampung (PP).
3. Blitar – Tulungagung – Kediri – Nganjuk – Caruban – Ngawi – Solo – Salatiga – Semarang – Cikarang – Bekasi – Bogor (PP).
4. Ponorogo – Madiun – Magetan – Maospati – Ngawi – Sragen – Semarang – Pulo Gadung – Lebakbulus – Ciputat (PP).
5. Wonogiri – Solo – Boyolali – Salatiga – Semarang – Rawamangun – Cengkareng – Tangerang (PP).

Beberapa jalur Travel yang dilayani antara lain :

1. Yogyakarta – Solo – Surabaya (PP).
2. Yogyakarta – Solo – Malang (PP).
3. Yogyakarta – Solo – Blitar – Kediri (PP).
4. Salatiga – Solo – Surabaya (PP).

Tiap tiket perjalanan yang digunakan berpeluang untuk mendapatkan undian hadiah yang diundi satu bulan sekali dan mendapatkan souvenir berupa jaket, tas, kaos, payung, mug, dan jam dinding. Kemudahan dan keuntungan pelayanan bisa di dapatkan dengan bergabung menjadi anggota “ RI Plus “ (kartu pelanggan dilengkapi dengan poin – poin untuk mendapatkan souvenir / hadiah menarik.

Beberapa kelas armada bus yang dimiliki BPU. Rosalia Indah :

1. Bisnis – Reclining seats 2 – 2
2. Bisnis – Reclining seats AC 2 – 2
3. Bisnis – Reclining seats AC 2 – 3
4. VIP Toilet
5. Executive
6. Super Executive

Dan ada 2 kelas armada travel :

1. Executive
2. Big Top

**“ Nikmati keramahan dan kenyamanan perjalanan anda bersama BPU.
Rosalia Indah“**

**TABEL 3.1
JENIS BUS DAN FASILITAS**

Fasilitas	Jenis Bus dan Fasilitasnya					
	Super Executive	Executive	VIP Toilet	Patas AC	Patas AC	Non AC
Tempat duduk	1 - 2	2 - 2	2 - 2	2 - 2	2 - 3	2 - 2
Reclining Seat	•	•	•	•	•	•
AC	•	•	•	•	•	-
Toilet	•	•	•	-	-	-
TV	•	•	•	•	•	-
Tape	•	•	•	•	•	•
Selimut	•	•	•	-	-	-
Bantal	•	•	•	-	-	-
Utra	•	•	•	•	•	•
Makanan & Coffe	•	•	•	-	-	-

Sumber: BPU Rosalia Indah

**TABEL 3.2
ARMADA WISATA**

Armada	Kapasitas
Bus Besar	35 – 47 – 54 orang
Bus Ukuran	20 orang
Limited edition	8 orang (ideal)

Sumber: BPU Rosalia Indah

EXCLUSIVE BUS–LIMITED EDITION

(Mesin Mercedes Benz OH 1525, GPS)

1. 1 Set sofa (4 sofa) dan 2 unit kursi pijat
2. Tempat tidur dan dapur beserta meja makan untuk 4 orang
3. Kamar mandi & toilet
4. AC dan audio video set

6. TARIF BUS ROSALIA INDAH

TABEL 3.3
TARIF BUS DARI SOLO

Jurusan	NON AC	PTS 2-3	PTS 2-2	VIP	EXC	SE
Jakarta	65.000	75.000	85.000	100.000	116.000	145.000
Tangerang	65.000	75.000	85.000	100.000	116.000	145.000
Bogor	65.000	75.000	85.000	100.000	116.000	-
Merak	80.000	95.000	-	120.000	143.000	-
Lampung	-	-	-	175.000	215.000	-
Kotabumi	-	-	-	185.000	230.000	-
Tlg.bwng	-	-	-	190.000	235.000	-
Bkt.kmng	-	-	-	200.000	-	-
Baradatu	-	-	-	200.000	-	-
Waytuba	-	-	-	220.000	-	-
Martapura	-	-	-	220.000	-	-
Spg.btmrt	-	-	-	220.000	-	-
baturaja	-	-	-	220.000	-	-

Sumber: BPU Rosalia Indah

7. WAKTU PEMBERANGKATAN BUS ROSALIA INDAH

- a. Route Super Executive : 14.30 WIB
- b. Route Executive : 17.00 WIB, 15.00 WIB, 14.30 WIB, 12.00 WIB

- c. Route VIP toilet : 17.00 WIB, 16.00 WIB, 15.00 WIB, 12.00 WIB
- d. Route Patas 2 – 2 : 15.30 WIB, 15.00 WIB, 12.00 WIB
- e. Route Patas 2 – 3 : 14.30 WIB
- f. Route Non AC : 16.00 WIB, 14.00 WIB

8. CALENDER EVENT BPU ROSALIA INDAH

- a. Happy Birthday Rosalia Indah (15, 16, 17 Maret)

Mendapat potongan harga sebesar Rp. 10.000,00 untuk pembelian tiket bus semua kelas dan jurusan. Potongan harga sebesar Rp. 5.000,00 untuk pembelian tiket travel semua kelas dan jurusan.

- b. Berlibur bersama Rosalia Indah (22, 23, 24 Juni)

Mendapat discount sebesar Rp. 10.000,00 untuk pembelian tiket bus dan travel dengan tujuan dan kelas yang sama.

- c. Bulan Ramadhan.

Discount special untuk : bus Non AC Rp. 15.000,00; bus AC Rp. 20.000,00; Travel Rp. 10.000,00.

9. MEMBER CARD ROSALIA INDAH

Syarat memiliki kartu langganan / *member card* Rosalia Indah yaitu :

- a. Terbuka untuk semua pelanggan Rosalia Indah
- b. Foto copy KTP / SIM atau identitas diri lainnya 1 lembar
- c. Pas foto berwarna ukuran 2x3 (2) lembar / 3x4 (1) lembar
- d. Membayar biaya administrasi Rp. 20.000,00
- e. Mengisi formulir aplikasi pendaftaran yang bisa didapatkan di Kantor Pusat / Agen / Cabang / Perusahaan Rosalia Indah.

Beberapa keuntungan dan kemudahan memiliki *Member Card RI Plus* antara lain:

- a. BPU Rosalia Indah
 - 1) Tukarkan 15 tiket dengan 1 tiket gratis (satu nama, beda tanggal pemberangkatan)
 - 2) Upgrade kelas armada
 - 3) *Point reward* di setiap transaksi
 - 4) Bebas antrian saat *peak season*
 - 5) Penambahan berat bagasi sebesar 25 kg
 - 6) Keringanan pembatalan tiket
- b. PT. Rosalia Express
 - 1) Discount 2 % untuk perolehan 200 point dalam 1 x pengiriman
 - 2) Discount 10 % untuk pencapaian 500 point dalam 1 x pengiriman
- c. PT. Rosalia Indah Tour & Travel
 - 1) Discount Rp. 20.000,00 setiap transaksi sebesar Rp. 2.000.000,00
 - 2) Discount Rp. 50.000,00 setiap transaksi sebesar Rp. 5.000.000,00
- d. Central Laundry
Discount 10 %
- e. RM. Sederhana
 - 1) Discount 10 % untuk transaksi sebesar Rp. 50.000,00 (cabang Solo)
 - 2) Discount 10 % untuk transaksi sebesar Rp. 100.000,00 (cabang Caruban)
- f. Ros – In Hotel
 - 1) Discount 15 % setiap menginap
 - 2) Discount 10 % untuk meals

10. KETENTUAN TIKET VOID DAN TIKET HILANG

a. Ketentuan tiket VOID

- 1) Karena kesalahan / keteledoran petugas loket maka akan dikenakan sanksi Rp. 5.000,00
- 2) Perubahan keberangkatan (mundur) pada saat pemberangkatan dianggap batal lunas, apabila bisa memberikan alasan yang dapat dipertanggung jawabkan (sakit, kecelakaan/ saudara meninggal), maka keberangkatan saat itu tetap dianggap batal lunas tetapi untuk keberangkatan berikutnya diberikan BDB dengan menunjukkan bukti arsip tiket yang mundur.
- 3) Pembatalan keberangkatan sebelum hari keberangkatan akan dikenakan potongan administrasi 25 % dari harga tiket yang berlaku sedangkan untuk pembatalan pada hari keberangkatan dianggap batal lunas.

b. Ketentuan tiket hilang

- 1) Hilangnya tiket disebabkan karena keteledoran staf / tidak dicek pada waktu menerima pengiriman tiket, apabila tidak lengkap numerator tiketnya maka akan dikenakan sanksi klaim dengan harga tiket jarak terjauh.
- 2) Hilangnya tiket karena tindakan kriminalitas / kecelakaan dan disebabkan karena bencana alam maka akan diberi kelonggaran bebas dari tanggungan dengan catatan harus bisa melampirkan surat keterangan dari kepolisian setempat.

B. LAPORAN MAGANG

Waktu kerja : Pukul 08.00 – 16.00 WIB (Senin – Sabtu)

Waktu istirahat : Pukul 12.00 – 13.00 WIB

1. Tanggal 1 Februari – 13 Februari 2010 di Rosalia Express

Pekerjaan yang saya lakukan di Rosalia Express yaitu :

- a. Melayani konsumen yang akan melakukan pemaketan barang / dokumen dan pengambilan barang
- b. Sebagai customer service (menerima telepon dan menghubungi konsumen yang berhubungan dengan pemaketan barang)

Di Rosalia Express saya dapat secara langsung berinteraksi dengan konsumen.

2. Tanggal 15 Februari – 27 Februari 2010 di BPU Rosalia Indah Divisi Keuangan (Pajak)

Pekerjaan yang saya lakukan :

Mengentry tiket yang telah digunakan, ke dalam komputer yang berfungsi sebagai arsip data perusahaan dan untuk mengetahui arsip yang di butuhkan oleh divisi pajak.

3. Tanggal 1 Maret – 31 Maret 2010 di BPU Rosalia Indah Divisi Marketing

Pekerjaan yang saya lakukan di divisi marketing

- a. Merekap daftar penumpang.

Daftar penumpang ada yang disebut daftar penumpang (DP) besar dan DP kecil. Fungsi dilakukan pengecekan atau rekap adalah untuk mengecek nama penumpang, tempat duduk, tujuan, agen dan nomor tiket penumpang yang ada di DP kecil dengan DP besar.

- b. Merekap BDB (Bebas Dari Biaya)

C. PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, yang dijadikan populasi adalah konsumen BPU Rosalia Indah. Dari populasi tersebut diambil 100 orang responden secara acak sebagai sampel. Diperoleh data karakteristik responden sebagai berikut :

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

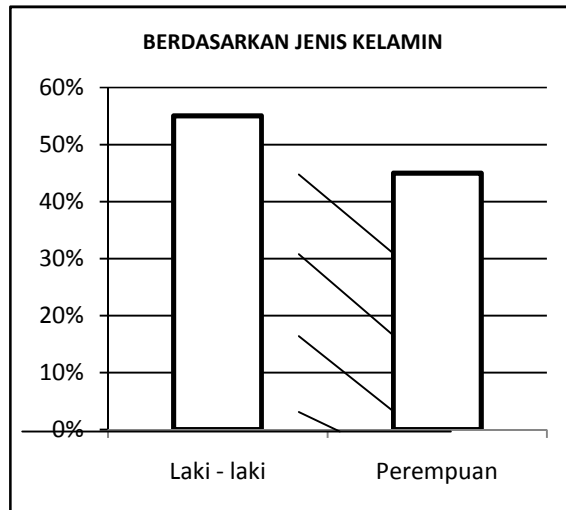
Responden yang diteliti dibedakan berdasarkan jenis kelamin. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui keterlibatan masyarakat menggunakan BPU Rosalia Indah.

TABEL 3.4
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
JENIS KELAMIN

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase %
1	Laki - laki	55	55 %
2	Perempuan	45	45 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber: Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, responden laki – laki sebanyak 55 orang (55%) dari jumlah responden wanita yaitu sebanyak 45 orang (45%) dari jumlah seluruh sampel.



Sumber: Kuesioner

GAMBAR 3.2
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
JENIS KELAMIN

b. **Karakteristik responden berdasarkan umur**

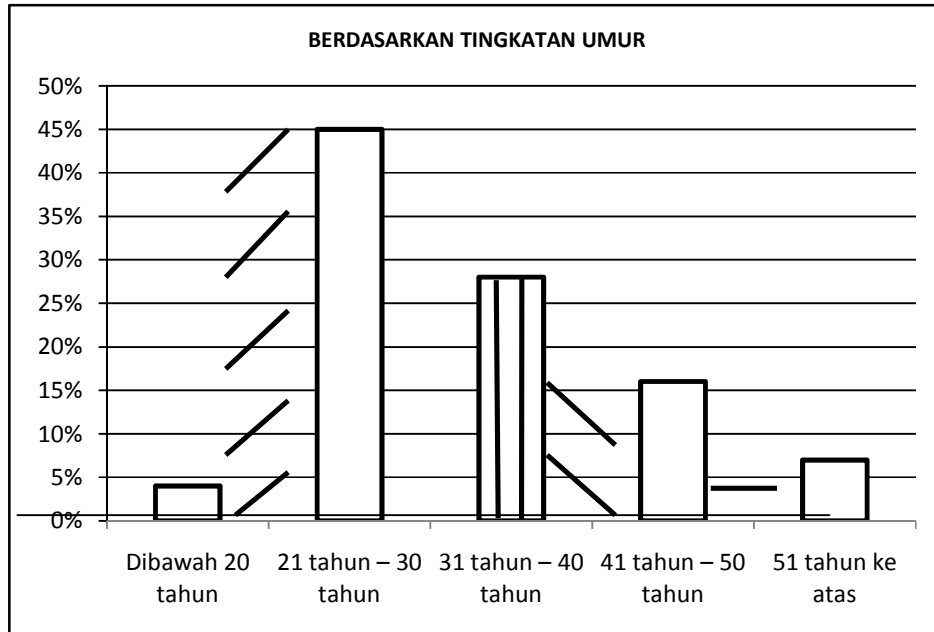
Responden yang diteliti berdasarkan umur. Hal ini untuk mengetahui keterlibatan masyarakat dalam menggunakan BPU Rosalia Indah.

TABEL 3.5
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN UMUR

No.	Umur	Jumlah orang	Persentase %
1	Dibawah 20 tahun	4	4 %
2	21 tahun – 30 tahun	45	45 %
3	31 tahun – 40 tahun	28	28 %
4	41 tahun – 50 tahun	16	16 %
5	51 tahun ke atas	7	7 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber: Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil sebagai sampel, responden dengan umur dibawah 20 tahun sebanyak 4 orang (4 %), umur 21 tahun – 30 tahun sebanyak 45 orang (45 %), umur 31 tahun – 40 tahun sebanyak 28 orang (28%), umur 41 tahun – 50 tahun sebanyak 16 orang (16%), dan umur 51 tahun keatas sebanyak 7 orang (7 %).



Sumber: Kuesioner

GAMBAR 3.3
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
UMUR

c. **Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir**

Responden yang diteliti berdasarkan pendidikan terakhir. Hal ini untuk mengetahui keterlibatan masyarakat dalam menggunakan BPU Rosalia Indah.

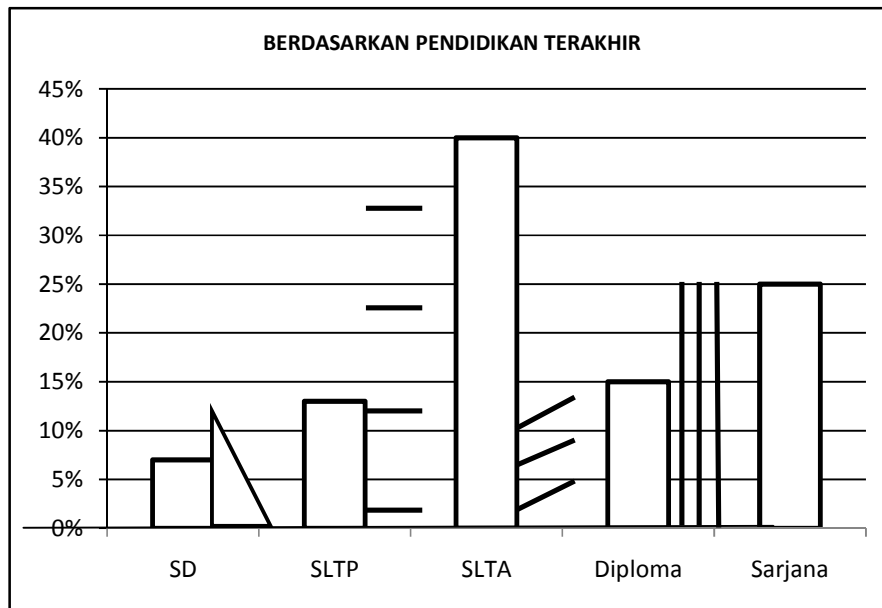
TABEL 3.6

**KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
PENDIDIKAN TERAKHIR**

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah orang	Persentase %
1	SD	7	7 %
2	SLTP	13	13 %
3	SLTA	40	40 %
4	Diploma	15	15 %
5	Sarjana	25	25 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber: Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil sampel, responden dengan pendidikan terakhir SD sebanyak 7 orang (7%), pendidikan terakhir SLTP sebanyak 13 orang (13%), pendidikan terakhir SLTA sebanyak 40 orang (40%), pendidikan terakhir Diploma sebanyak 15 orang (15%), pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 25 orang (25%).



Sumber: Kuesioner

GAMBAR 3.4
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
PENDIDIKAN TERAKHIR

d. **Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan**

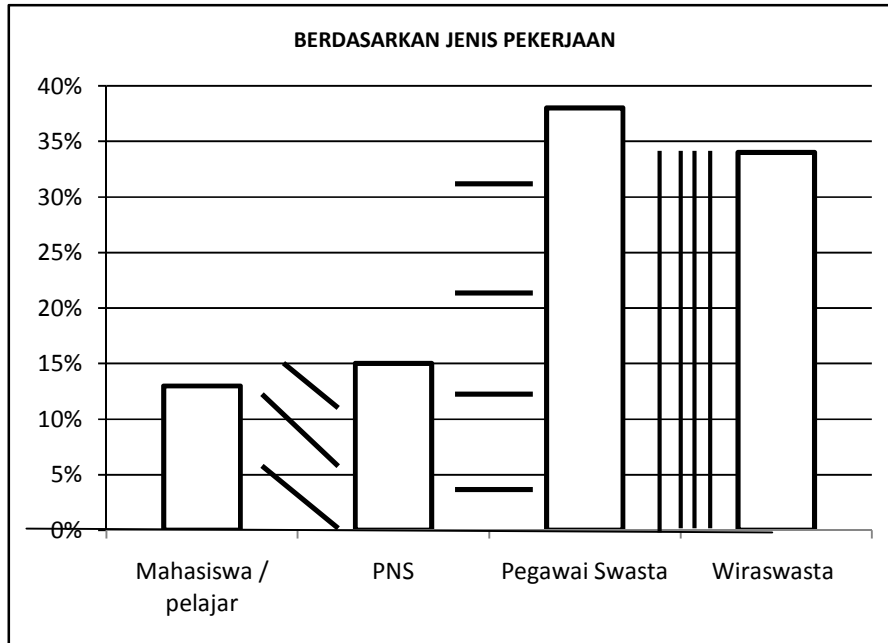
Responden yang diteliti berdasarkan jenis pekerjaan. Hal ini untuk mengetahui keterlibatan masyarakat dalam menggunakan BPU Rosalia Indah.

TABEL 3.7
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
JENIS PEKERJAAN

No.	Jenis pekerjaan	Jumlah orang	Persentase %
1	Mahasiswa / pelajar	13	13 %
2	PNS	15	15 %
3	Pegawai Swasta	38	38 %
4	Wiraswasta	34	34 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber: Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil sampel, responden dengan jenis pekerjaan mahasiswa / pelajar sebanyak 13 orang (13%), PNS sebanyak 15 orang (15%), Pegawai Swasta sebanyak 38 orang (38%), Wiraswasta / Ibu Rumah Tangga sebanyak 34 orang (34%).



Sumber: Kuesioner

GAMBAR 3.5
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
JENIS PEKERJAAN

e. **Karakteristik responden berdasarkan rata – rata pengeluaran per bulan**

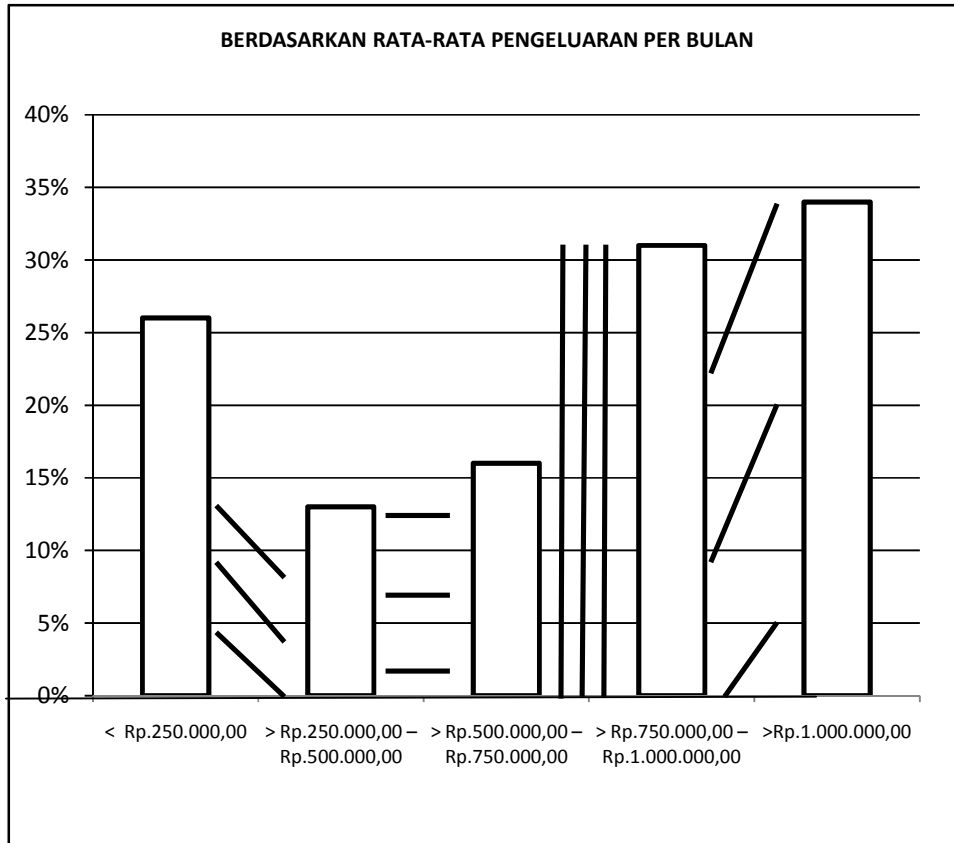
Responden yang diteliti berdasarkan rata – rata pengeluaran per bulan. Hal ini untuk mengetahui keterlibatan masyarakat dalam menggunakan BPU Rosalia Indah.

TABEL 3.8
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
RATA-RATA PENGELUARAN PER BULAN

No	Rata – rata pengeluaran	Jumlah orang	Persentase %
1	< Rp.250.000,00	26	26 %
2	> Rp.250.000,00 – Rp.500.000,00	13	13 %
3	> Rp.500.000,00 – Rp.750.000,00	16	16 %
4	> Rp.750.000,00 – Rp.1.000.000,00	31	31 %
5	>Rp.1.000.000,00	34	34 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber: Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil sampel, responden dengan rata – rata pengeluaran per Bulan < Rp. 250.000,00 sebanyak 26 orang (26%), > Rp. 250.000,00 – Rp. 500.000,00 sebanyak 13 orang (13%), > Rp. 500.000,00 – Rp. 750.000,00 sebanyak 16 orang (16%), > Rp. 750.000,00 – Rp. 1.000.000,00 sebanyak 31 orang (31%), dan > Rp. 1.000.000,00 sebanyak 34 orang (34 %).



Sumber: Kuesioner

GAMBAR 3.6
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
RATA-RATA PENGELUARAN PER BULAN

- f. **Karakteristik responden berdasarkan alasan menggunakan bus Rosalia Indah**

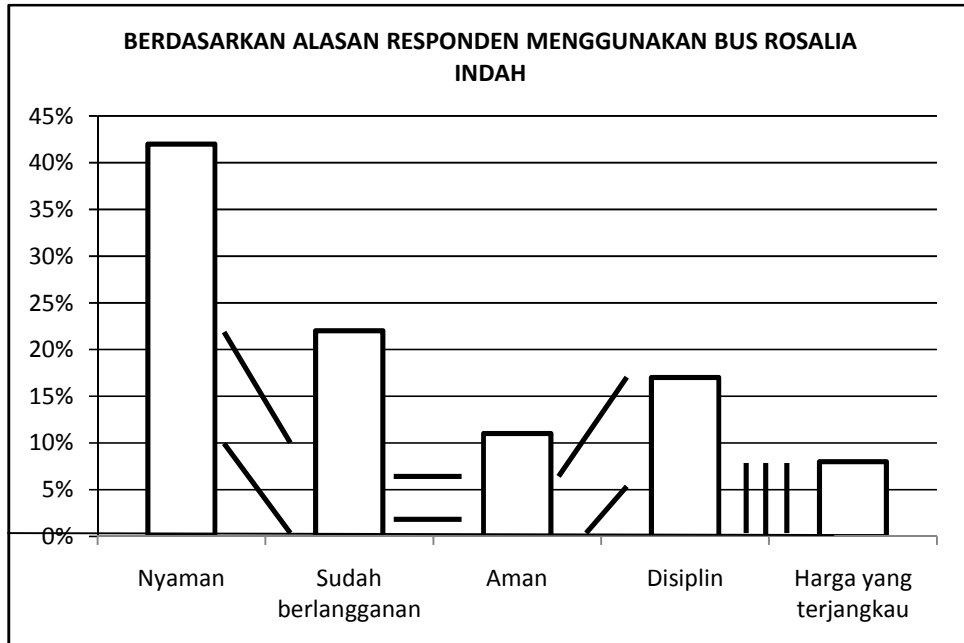
Responden yang diteliti berdasarkan alasan menggunakan bus Rosalia Indah. Hal ini untuk mengetahui keterlibatan masyarakat dalam menggunakan BPU Rosalia Indah.

TABEL 3.9
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
ALASAN MENGGUNAKAN BUS ROSALIA INDAH

No.	Alasan	Jumlah orang	Persentase %
1	Nyaman	42	42 %
2	Sudah berlangganan	22	22 %
3	Aman	11	11 %
4	Disiplin	17	17 %
5	Harga yang terjangkau	8	8 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber: Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil sampel, responden dengan alasan menggunakan bus Rosalia Indah karena nyaman sebanyak 42 orang (42%), karena sudah berlangganan sebanyak 22 orang (22%), karena aman sebanyak 11 orang (11%), karena disiplin sebanyak 17 orang (17%), karena harga yang terjangkau/ murah sebanyak 8 orang (8%).



Sumber: Kuesioner

GAMBAR 3.7
 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
 ALASAN MENGGUNAKAN BUS ROSALIA INDAH

g. **Karakteristik responden dalam mengetahui keberadaan bus Rosalia Indah**

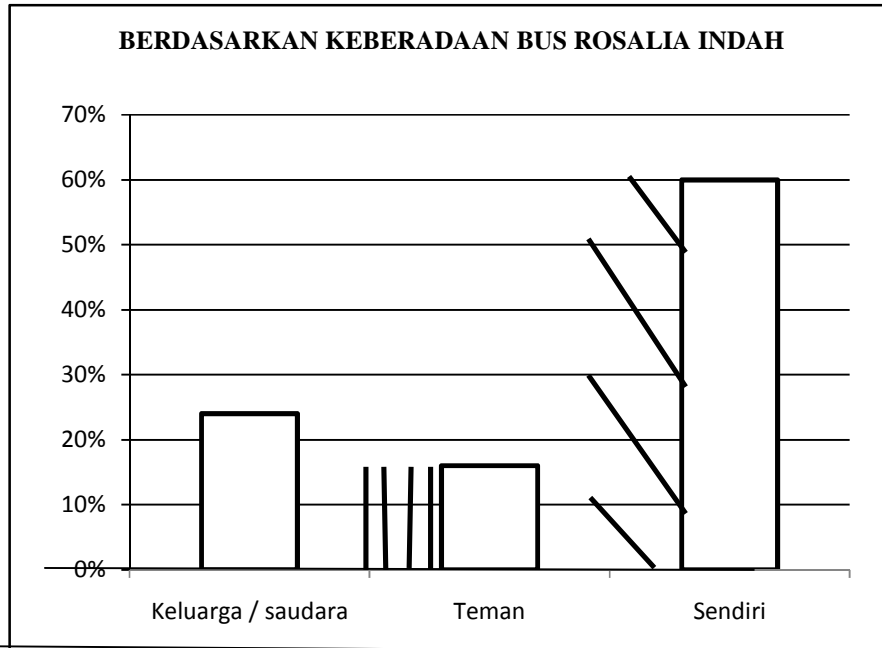
Responden yang diteliti berdasarkan darimana responden mengetahui keberadaan bus Rosalia Indah. Hal ini untuk mengetahui keterlibatan masyarakat dalam menggunakan BPU Rosalia Indah.

TABEL 3.10
KARAKTERISTIK RESPONDEN DALAM MENGETAHUI
KEBERADAAN BUS ROSALIA INDAH

No.	Mengetahui keberadaan Bus	Jumlah orang	Persentase %
1	Keluarga / saudara	24	24 %
2	Teman	16	16 %
3	Sendiri	60	60 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber: Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil sampel, responden yang mengetahui keberadaan bus Rosalia Indah dari keluarga / saudara sebanyak 24 orang (24%), dari teman sebanyak 16 orang (16 %), mengetahui dari diri sendiri sebanyak 60 orang (60%).



Sumber: Kuesioner

GAMBAR 3.8
KARAKTERISTIK RESPONDEN DALAM MENGETAHUI
KEBERADAAN BUS ROSALIA INDAH

h. **Karakteristik responden berdasarkan bus Rosalia Indah yang biasa digunakan oleh responden**

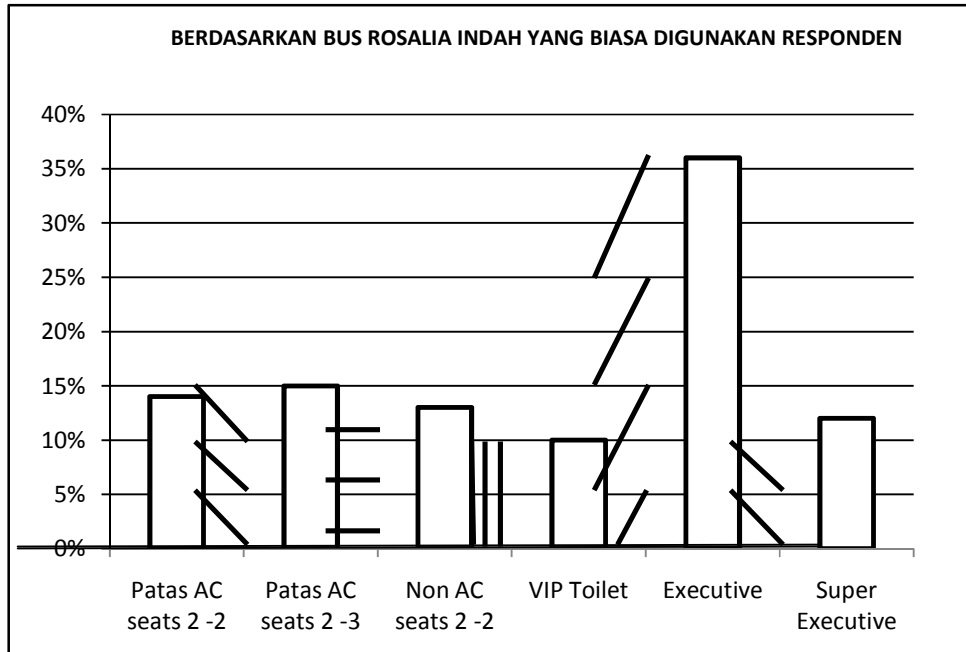
Responden yang diteliti berdasarkan bus Rosalia Indah yang biasa digunakan. Hal ini untuk mengetahui keterlibatan masyarakat dalam menggunakan BPU Rosalia Indah.

TABEL 3.11
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
BUS ROSALIA INDAH YANG BIASA DIGUNAKAN OLEH RESPONDEN

No.	Jenis Bus yang digunakan	Jumlah orang	Persentase %
1	Patas AC seats 2 -2	14	14 %
2	Patas AC seats 2 -3	15	15 %
3	Non AC seats 2 -2	13	13 %
4	VIP Toilet	10	10 %
5	Executive	36	36 %
6	Super Executive	12	12 %
	Jumlah	100	100 %

Sumber: Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa dari 100 responden yang diambil sampel, jenis bus Rosalia Indah yang biasa digunakan responden adalah : Patas AC seats 2 -2 sebanyak 14 orang (14%), Patas AC seats 2 – 3 sebanyak 15 orang (15%), Non AC seats 2 -2 sebanyak 13 orang (13%), VIP toilet sebanyak 10 orang (10%), Executive sebanyak 36 orang (36%), Super Executive sebanyak 12 orang (12%).



Sumber: Kuesioner

GAMBAR 3.9
KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN
BUS ROSALIA INDAH YANG BIASA DIGUNAKAN OLEH
RESPONDEN

2. Tingkat Kepentingan

Pada dimensi kualitas jasa, pernyataan pada kuesioner yang berkaitan dengan pelayanan dimensi *reliability* meliputi ketepatan waktu berangkat dan waktu tiba, kemampuan dalam menangani permasalahan / keluhan konsumen dari 100 responden yang diteliti, dapat diketahui pelayanan dimensi *reliability* sebagai berikut ;

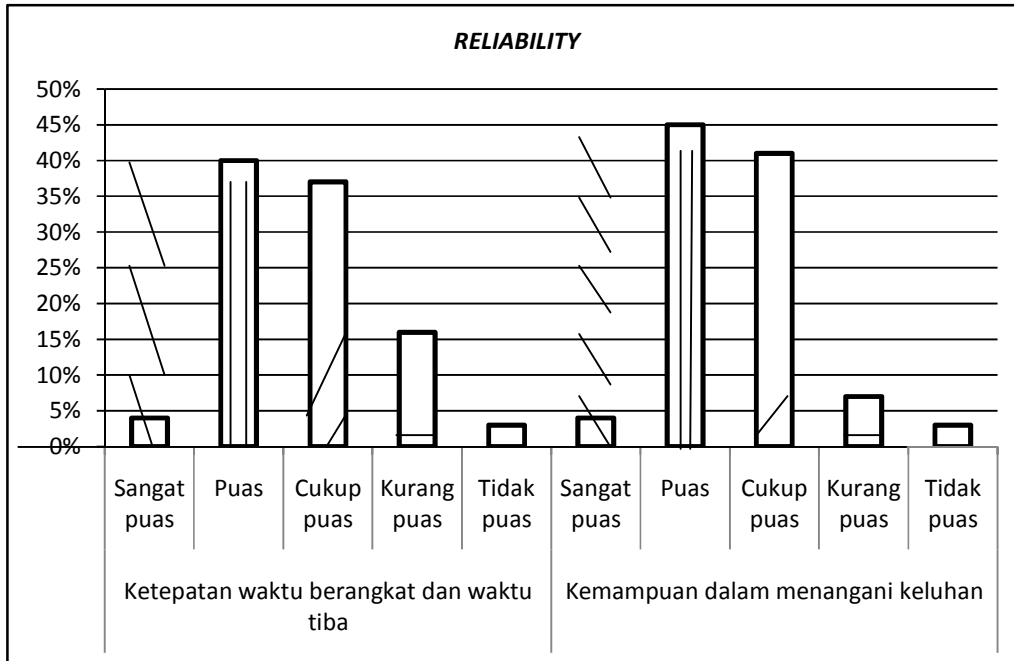
TABEL 3.12
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
DIMENSI *RELIABILITY*

No	<i>Reliability</i>	Tanggapan	Jumlah orang	Persentase %
1	Ketepatan waktu berangkat dan waktu tiba	Sangat puas	4	4 %
		Puas	40	40 %
		Cukup puas	37	37 %
		Kurang puas	16	16 %
		Tidak puas	3	3 %
2	Kemampuan dalam menangani keluhan	Sangat puas	4	4 %
		Puas	45	45 %
		Cukup puas	41	41 %
		Kurang puas	7	7 %
		Tidak puas	3	3 %

Sumber: Kuesioner

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa **Puas** terhadap pelayanan dimensi *reliability* di BPU Rosalia Indah. Hal ini terbukti dari jawaban responden yaitu :

- Ketepatan waktu berangkat dan tiba, yang menjawab sangat puas sebanyak 4 orang atau 4%, jawaban puas sebanyak 40 orang atau 40 %, jawaban cukup puas sebanyak 37 orang atau 37%, jawaban kurang puas sebanyak 16 orang atau 16%, jawaban tidak puas sebanyak 3 orang atau 3%.
- Kemampuan dalam menangani keluhan konsumen, yang menjawab sangat puas sebanyak 4 orang atau 4%, jawaban puas sebanyak 45 orang atau 45%, jawaban cukup puas sebanyak 41 orang atau 41%, jawaban kurang puas sebanyak 7 orang atau 7 %, jawaban tidak puas sebanyak 3 orang atau 3%.



Sumber: Kuesioner

GAMBAR 3.10
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
DIMENSI *RELIABILITY*

Pada dimensi kualitas jasa, pernyataan pada kuesioner yang berkaitan dengan pelayanan dimensi *responsiveness* meliputi kejelasan dalam penyampaian informasi waktu, kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan dari 100 responden yang diteliti, dapat diketahui pelayanan dimensi *responsiveness* sebagai berikut ;

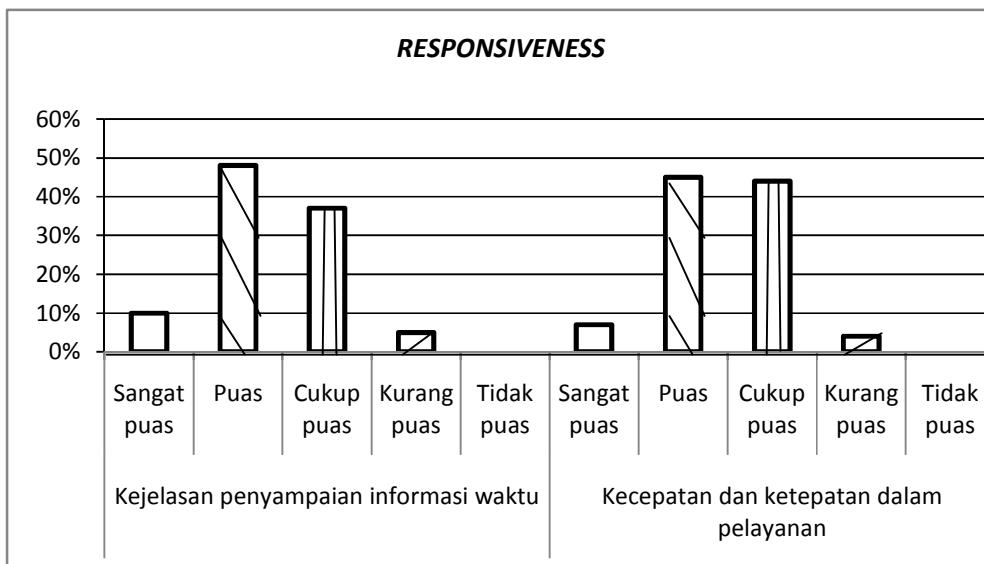
TABEL 3.13
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
DIMENSI *RESPONSIVENESS*

No.	<i>Responsiveness</i>	Tanggapan	Jumlah orang	Persentase %
1	Kejelasan penyampaian informasi waktu	Sangat puas	10	10 %
		Puas	48	48 %
		Cukup puas	37	37 %
		Kurang puas	5	5 %
		Tidak puas	0	0 %
2	Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan	Sangat puas	7	7 %
		Puas	45	45 %
		Cukup puas	44	44 %
		Kurang puas	4	4 %
		Tidak puas	0	0 %

Sumber: Kuesioner

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa **Puas** terhadap pelayanan dimensi *responsiveness* di BPU Rosalia Indah. Hal ini terbukti dari jawaban responden yaitu :

- Kejelasan penyampaian informasi waktu, yang menjawab sangat puas sebanyak 10 orang atau 10%, jawaban puas sebanyak 48 orang atau 48%, jawaban cukup puas sebanyak 37 orang atau 37%, jawaban kurang puas sebanyak 5 orang atau 5%, jawaban tidak puas sebanyak 0 orang atau 0%.
- Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan, yang menjawab sangat puas sebanyak 7 orang atau 7%, jawaban puas sebanyak 45 orang atau 45%, jawaban cukup puas sebanyak 44 orang atau 44%, jawaban kurang puas sebanyak 4 orang atau 4%, jawaban tidak puas sebanyak 0 orang atau 0%.



Sumber: Kuesioner

GAMBAR 3.11
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
DIMENSI *RESPONSIVENESS*

Pada dimensi kualitas jasa, pernyataan pada kuesioner yang berkaitan dengan pelayanan dimensi *assurance* meliputi kemampuan sopir dalam memberikan keamanan bagi penumpang,

kesabaran karyawan terhadap konsumen dari 100 responden yang diteliti, dapat diketahui pelayanan dimensi *assurance* sebagai berikut ;

TABEL 3.14
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
DIMENSI ASSURANCE

No.	<i>Assurance</i>	Tanggapan	Jumlah orang	Persentase %
1	Kemampuan sopir dalam memberikan keamanan bagi penumpang	Sangat puas	10	10 %
		Puas	37	37 %
		Cukup puas	46	46 %
		Kurang puas	5	5 %
		Tidak puas	2	2 %
2	Kesabaran karyawan terhadap konsumen	Sangat puas	6	6 %
		Puas	45	45 %
		Cukup puas	45	45 %
		Kurang puas	4	4 %
		Tidak puas	0	0 %

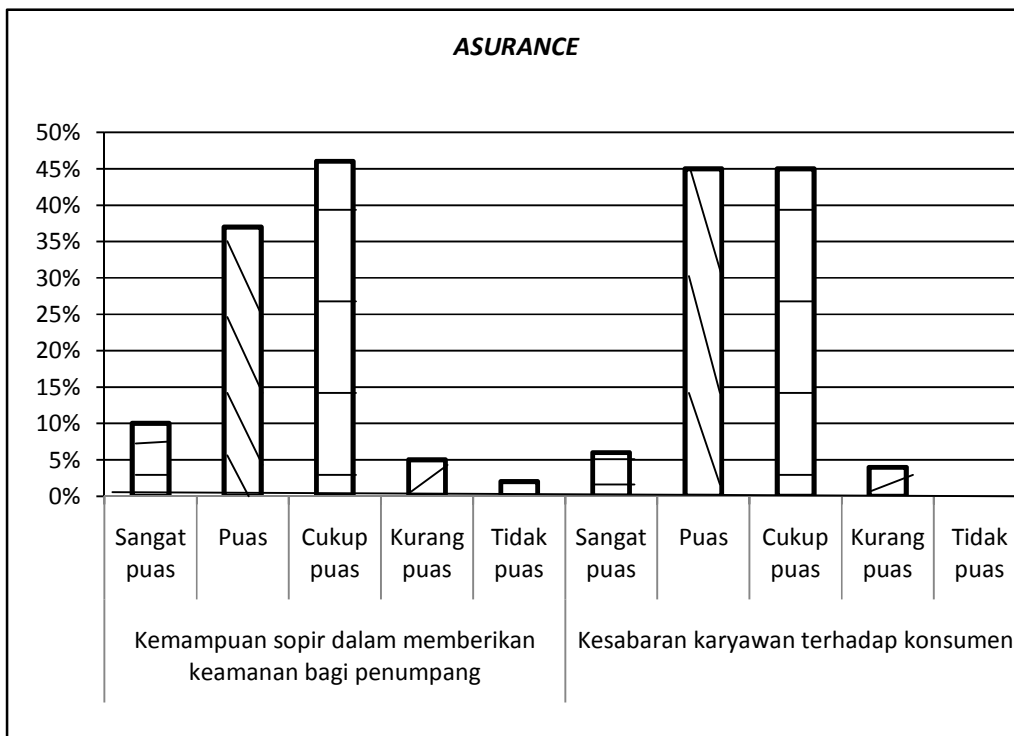
Sumber: Kuesioner

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa **Cukup Puas** terhadap pelayanan dimensi *assurance* di BPU Rosalia Indah. Hal ini terbukti dari jawaban responden yaitu :

- Kemampuan sopir dalam memberikan keamanan bagi penumpang, yang menjawab sangat puas sebanyak 10 orang atau 10%, jawaban puas sebanyak 37 orang atau 37%,

jawaban cukup puas sebanyak 46 orang atau 46%, jawaban kurang puas sebanyak 5 orang atau 5%, jawaban tidak puas sebanyak 2 orang atau 2 %.

- Kesabaran karyawan terhadap konsumen, yang menjawab sangat puas sebanyak 6 orang atau 6%, jawaban puas sebanyak 45 orang atau 45%, jawaban cukup puas sebanyak 45 orang atau 45%, jawaban kurang puas sebanyak 4 orang atau 4%, jawaban tidak puas sebanyak 0 orang atau 0%.



Sumber: Kuesioner

GAMBAR 3.12
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
DIMENSI ASURANCE

Pada dimensi kualitas jasa, pernyataan pada kuesioner yang berkaitan dengan pelayanan dimensi *emphaty* meliputi pelayanan yang ramah dari karyawan, perhatian perusahaan kepada konsumen dari 100 responden yang diteliti, dapat diketahui pelayanan dimensi *emphaty* sebagai berikut ;

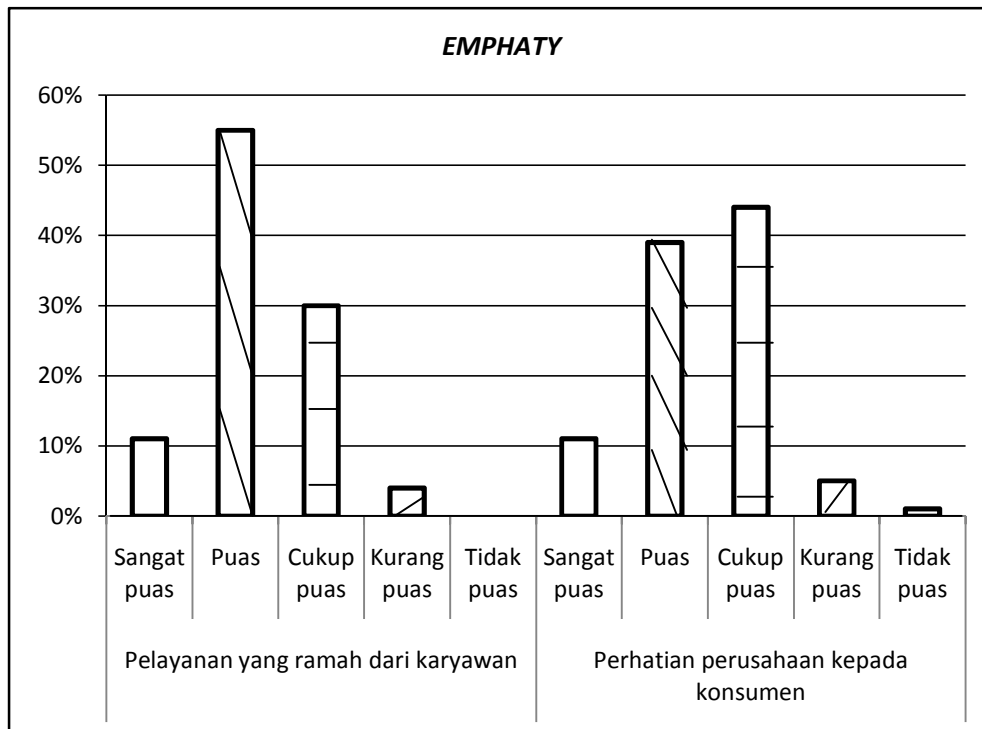
TABEL 3.15
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
DIMENSI *EMPHATY*

No.	<i>Emphaty</i>	Tanggapan	Jumlah orang	Persentase %
1	Pelayanan yang ramah dari karyawan	Sangat puas	11	11 %
		Puas	55	55 %
		Cukup puas	30	30 %
		Kurang puas	4	4 %
		Tidak puas	0	0 %
2	Perhatian perusahaan kepada konsumen	Sangat puas	11	11 %
		Puas	39	39 %
		Cukup puas	44	44 %
		Kurang puas	5	5 %
		Tidak puas	1	1 %

Sumber: Kuesioner

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa **Puas** terhadap pelayanan dimensi *emphaty* di BPU Rosalia Indah. Hal ini terbukti dari jawaban responden yaitu :

- Pelayanan yang ramah dari karyawan, yang menjawab sangat puas sebanyak 11 orang atau 11%, jawaban puas sebanyak 55 orang atau 55%, jawaban cukup puas sebanyak 30 orang atau 30%, jawaban kurang puas sebanyak 4 orang atau 4%, jawaban tidak puas sebanyak 0 orang atau 0%.
- Perhatian perusahaan kepada konsumen, yang menjawab sangat puas sebanyak 11 orang atau 11%, jawaban puas sebanyak 39 orang atau 39%, jawaban cukup puas sebanyak 44 orang atau 44%, jawaban kurang puas sebanyak 5 orang atau 5%, jawaban tidak puas sebanyak 1 orang atau 1%.



Sumber: Kuesioner

GAMBAR 3.13
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
DIMENSI *EMPHATY*

Pada dimensi kualitas jasa, pernyataan pada kuesioner yang berkaitan dengan pelayanan dimensi *tangible* meliputi kebersihan fasilitas bus dan perusahaan, penampilan karyawan termasuk awak bus dari 100 responden yang diteliti, dapat diketahui pelayanan dimensi *tangible* sebagai berikut ;

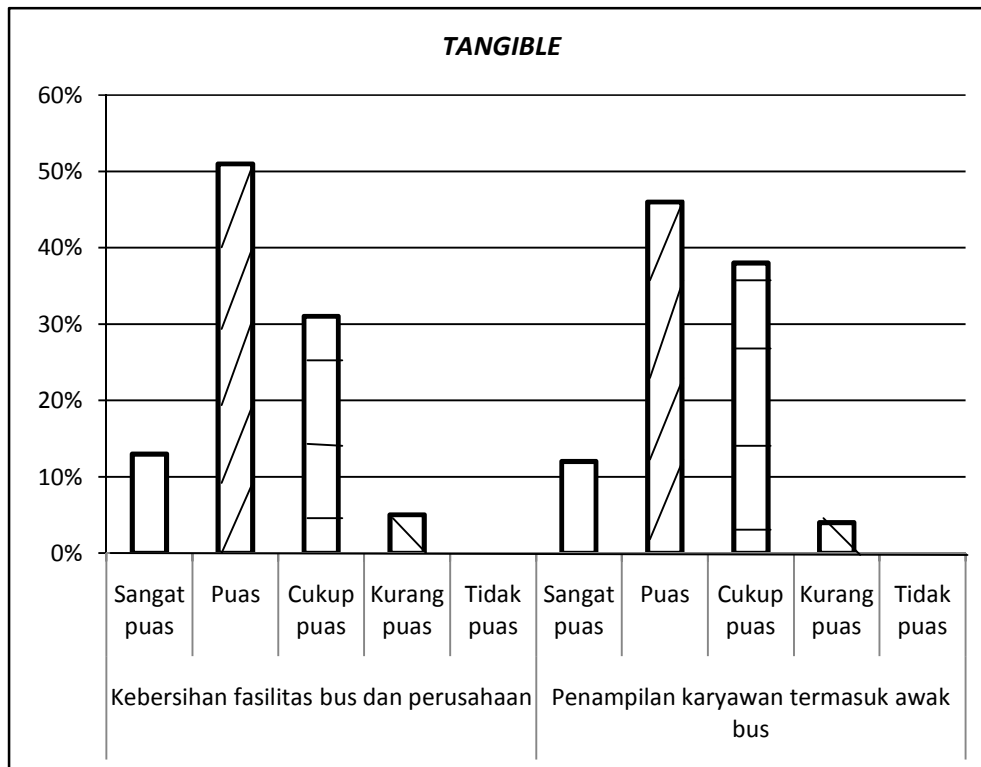
TABEL 3.16
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
DIMENSI *TANGIBLE*

No.	<i>Tangible</i>	Tanggapan	Jumlah orang	Persentase %
1	Kebersihan fasilitas bus dan perusahaan	Sangat puas	13	13 %
		Puas	51	51 %
		Cukup puas	31	31 %
		Kurang puas	5	5 %
		Tidak puas	0	0 %
2	Penampilan karyawan termasuk awak bus	Sangat puas	12	12 %
		Puas	46	46 %
		Cukup puas	38	38 %
		Kurang puas	4	4%
		Tidak puas	0	0 %

Sumber: Kuesioner

Data pada tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa **Puas** terhadap pelayanan dimensi *tangible* di BPU Rosalia Indah. Hal ini terbukti dari jawaban responden yaitu :

- Kebersihan fasilitas bus dan perusahaan, yang menjawab sangat puas sebanyak 13 orang atau 13%, jawaban puas sebanyak 51 orang atau 51%, jawaban cukup puas sebanyak 31 orang atau 31%, jawaban kurang puas sebanyak 5 orang atau 5 %, jawaban tidak puas sebanyak 0 orang atau 0%.
- Penampilan karyawan termasuk awak bus, yang menjawab sangat puas sebanyak 12 orang atau 12%, jawaban puas sebanyak 46 orang atau 46%, jawaban cukup puas sebanyak 38 orang atau 38%, jawaban kurang puas sebanyak 4 orang atau 4%, jawaban tidak puas sebanyak 0 orang atau 0 %.



Sumber: Kuesioner

GAMBAR 3.14
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP
DIMENSI *TANGIBLE*

Berdasarkan hasil analisis data diatas, mengenai persentase penilaian dari 100 responden terhadap lima dimensi kualitas pelayanan jasa BPU Rosalia Indah, mayoritas pelanggan menilai **Puas** terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, antara lain pada dimensi *reliability* (ketepatan waktu berangkat dan tiba dengan persentase 40%, kemampuan dalam menangani

permasalahan / keluhan konsumen dengan persentase 45%). Pada dimensi *responsiveness* (kejelasan dalam penyampaian informasi waktu dengan persentase 48%, kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan dengan persentase 45%). Pada dimensi *emphaty* (pelayanan yang ramah dari karyawan dengan persentase 55%, perhatian perusahaan kepada konsumen dengan persentase 39%). Pada dimensi *tangible* (kebersihan fasilitas bus dan perusahaan dengan persentase sebesar 51%, penampilan karyawan termasuk awak bus dengan persentase 46%). Kecuali pada dimensi *assurance* (kemampuan sopir dalam memberikan keamanan bagi penumpang dengan persentase 47%, kesabaran karyawan terhadap konsumen dengan persentase 45%) mayoritas responden merasa **cukup puas**.

TABEL 3.17
RINGKASAN
PRESENTASE TANGGAPAN PELANGGAN AKAN PELAYANAN BPU ROSALIA
INDAH

Sumber: Kuesioner

No	Dimensi	Tanggapan				
		SP	P	CP	TP	KP
1	Reliability					
	a. Ketepatan waktu berangkat dan waktu tiba	4 %	40 %	37 %	16 %	3 %
	b. Kemampuan dlm menangani keluhan konsumen	4 %	45 %	41 %	7 %	3 %
2	Responsiveness					
	a. Kejelasan dlm penyampaian informasi waktu	10 %	48 %	37 %	5 %	0 %
	b. Kecepatan & ketepatan dalam pelayanan	7 %	45 %	44 %	4 %	0 %
3	Asurance					
	a. Kemampuan sopir dlm memberikan keamanan	10 %	37 %	46 %	5 %	2 %
	b. Kesabaran karyawan terhadap konsumen	6 %	45 %	45 %	4 %	0 %
4	Emphaty					
	a. Pelayanan yang ramah dari karyawan	11 %	55 %	30 %	4 %	0 %
	b. Perhatian perusahaan terhadap konsumen	11 %	39 %	44 %	5 %	1 %
5	Tangible					
	a. Kebersihan fasilitas bus dan perusahaan	13 %	51 %	31 %	5 %	0 %
	b. Penampilan karyawan termasuk awak bus	12 %	46 %	38 %	4 %	0 %

BAB IV
PENUTUP
P
A. KE
SIMPULAN

Dar
i hasil
analisis dan
pembahasa
n terhadap

analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan BPU Rosalia Indah, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dilihat dari lima dimensi kualitas jasa dari BPU Rosalia Indah, yaitu :
 - a. *Reliability*. Responden merasa **Puas** terhadap pelayanan dimensi *reliability* di BPU Rosalia Indah. Hal ini terbukti dari jawaban responden yaitu : Ketepatan

waktu berangkat dan tiba, yang menjawab puas sebanyak 40 orang atau 40%.

Kemampuan dalam menangani keluhan konsumen, yang menjawab puas sebanyak 45 orang atau 45%.

- b. *Responsiveness*. Responden merasa **Puas** terhadap pelayanan dimensi *responsiveness* di BPU Rosalia Indah. Hal ini terbukti dari jawaban responden yaitu: Kejelasan penyampaian informasi waktu, yang menjawab puas sebanyak 48 orang atau 48%. Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan, yang menjawab puas sebanyak 45 orang atau 45%.
- c. *Asurance*. Responden merasa **Cukup Puas** terhadap pelayanan dimensi *asurance* di BPU Rosalia Indah. Hal ini terbukti dari jawaban responden yaitu: Kemampuan sopir dalam memberikan keamanan bagi penumpang, yang menjawab cukup puas sebanyak 46 orang atau 46%. Kesabaran karyawan terhadap konsumen, yang menjawab cukup puas sebanyak 45 orang atau 45%.
- d. *Emphaty*. Responden merasa **Puas** terhadap pelayanan dimensi *emphaty* di BPU Rosalia Indah. Hal ini terbukti dari jawaban responden yaitu: Pelayanan yang ramah dari karyawan, yang menjawab puas sebanyak 55 orang atau 55%. Perhatian perusahaan kepada konsumen, yang menjawab puas sebanyak 39 orang atau 39%.
- e. *Tangible*. Responden merasa **Puas** terhadap pelayanan dimensi *tangible* di BPU Rosalia Indah. Hal ini terbukti dari jawaban responden yaitu: Kebersihan fasilitas bus dan perusahaan, yang menjawab puas sebanyak 51

orang atau 51%. Penampilan karyawan termasuk awak bus, yang menjawab puas sebanyak 46 orang atau 46%.

B. SARAN

1. BPU Rosalia Indah diharapkan untuk mempertahankan pelayanannya pada dimensi *reliability*, *responsiveness*, *emphaty* dan *tangible* yang meliputi: ketepatan waktu berangkat dan tiba bus, kemampuan dalam menangani keluhan konsumen, kejelasan dalam penyampaian informasi waktu pemberangkatan, kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan, pelayanan yang ramah dari karyawan, perhatian perusahaan kepada konsumen, kebersihan dan kenyamanan fasilitas bus serta penampilan yang rapi dari karyawan. Hal ini agar konsumen tetap merasa puas akan pelayanan BPU Rosalia Indah serta tetap setia menggunakan jasa transportasi tersebut.
2. BPU Rosalia Indah diharapkan untuk lebih meningkatkan pelayanannya terutama pada dimensi *assurance* yang meliputi: kemampuan sopir dalam mengemudi serta memberikan keamanan bagi penumpang dan kesabaran karyawan dalam melayani konsumen. BPU Rosalia Indah diharapkan lebih mengkoordinasi, memberikan pengarahan serta sanksi yang tegas kepada sopir beserta kru bus yang tidak mentaati

peraturan. Hal – hal yang masih perlu diperhatikan perusahaan antara lain: sopir yang kebut-kebutan ketika mengemudi, sopir yang sering rem mendadak dan sering banting setir, sopir menggunakan handpone ketika mengemudi, sopir yang merokok di dalam bus sehingga mengganggu penumpang, serta sopir dan awak bus lainnya yang berkata kasar dan tidak sopan kepada penumpang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian*. Edisi Revisi V.PT.Rineka Cipta.Jakarta.
- Kotler, P.,Swee Hong Ang, Siew Meng Leong, and Chin Tiong tan. 1996, *Marketing Management : An Asian Perspective*. Singapore : Prentice Hall.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 2006, *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi keduabelas jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori & Praktik*. Edisi Pertama. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Stanton, William J.,Y Lamarto. 1985. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh jilid 1. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 1997, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Wood, Ivonne. 2009, *Layanan Pelanggan*. Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu.