

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara yang memiliki jumlah penduduk besar. Indonesia memiliki sumber daya alam yang beraneka ragam, jumlah penduduk yang banyak, dan luas wilayah yang sangat besar. Tahun 2020, jumlah penduduk Indonesia sebanyak 268.583.016 juta jiwa sedangkan luas wilayah Indonesia seluas 1.904.569 km.

Indonesia merupakan negara yang sedang berkembang, yang terus menerus berupaya melakukan perbaikan sistem birokrasi pemerintahan. Perbaikan sistem birokrasi merupakan salah satu bentuk keseriusan pemerintah untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik. Di Indonesia, kesejahteraan masyarakat sangat tergantung pada kemampuan mereka untuk mendapat akses dan untuk dapat menggunakan pelayanan publik. Permintaan akan pelayanan tersebut biasanya jauh melebihi kemampuan pemerintah untuk dapat memenuhinya.

Pelayanan publik merupakan kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan dasar, sesuai hak-hak dasar setiap warga negara dan penduduk atas suatu barang, jasa dan atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan, yang terkait dengan kepentingan publik. Pelayanan publik merupakan kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksana ketentuan perundang-undangan.

Pelaksanaan pelayanan yang dilakukan oleh pemerintah harus benar-benar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Ukuran keberhasilan penyelenggara pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan pihak penerima pelayanan yang dapat dicapai apabila penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai yang dibutuhkan dan diharapkan. Pelayanan bagi masyarakat merupakan suatu tujuan pemerintah untuk menyejahterakan masyarakat dan sebagai alat pemenuhan kebutuhan maupun harapan bagi masyarakat dan juga melaksanakan dan menjalankan pelaksanaan peraturan perundang-undangan.

Pelayanan publik oleh aparaturnya pemerintah dewasa ini masih banyak dijumpai kelemahan sehingga belum dapat memenuhi kualitas yang diharapkan masyarakat. Hal ini ditandai dengan masih adanya berbagai keluhan masyarakat yang disampaikan melalui media massa dan media sosial, sehingga dapat menimbulkan citra yang kurang baik terhadap aparaturnya pemerintah.

Perbaikan pelayanan publik merupakan salah satu pekerjaan rumah yang belum terselesaikan. Fungsi utama pemerintah adalah melayani masyarakat, maka pemerintah perlu terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan. Upaya memperbaiki pelayanan sebenarnya telah sejak lama dilaksanakan oleh pemerintah. Perbaikan dan peningkatan kinerja aparaturnya, diharapkan dapat mewujudkan pelayanan yang cepat, murah, mudah, berkeadilan, berkepastian hukum, transparan dan dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan perkembangan dinamika masyarakat.

Kota Semarang adalah ibukota Provinsi Jawa Tengah, sekaligus kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia setelah Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Kota Semarang merupakan kota yang berpenduduk padat. Kota ini terletak sekitar 466 km sebelah timur Jakarta, atau 312 km sebelah barat Surabaya, atau 624 km sebelah barat daya Banjarmasin jika diukur via udara. Jumlah penduduk di Kota Semarang menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 berjumlah 1.680.417 penduduk.

Dampak dari masalah pertumbuhan penduduk yang dihadapi Kota Semarang salah satunya adalah masalah transportasi. Transportasi merupakan masalah yang selalu dihadapi oleh negara-negara maju maupun negara berkembang seperti Indonesia. Kota Semarang jika dilihat dari sisi permasalahan sistem kegiatan, terjadi kondisi perubahan guna lahan dan intensitas kegiatan utama di sepanjang jalan utama. Hal ini selanjutnya akan membutuhkan sistem jaringan yang harus terus berkembang namun kondisi sistem jaringan yang ada masih sangat terbatas dengan buruknya fasilitas dan pelayanan transportasi.

Kota Semarang memiliki kegiatan transportasi yang besar. Hal ini ditandai dengan jumlah kendaraan pribadi yang terus meningkat dari tahun ke tahun.

Tabel 1.1.

Jumlah Kendaraan Pribadi Di Kota Semarang

Tahun 2015-2019

No	Tahun	Sepeda Motor	Mobil	Total
1.	2015	389.098	27.998	417.096
2.	2016	407.286	28.099	435.385

No	Tahun	Sepeda Motor	Mobil	Total
3.	2017	415.747	29.094	444.841
4.	2018	441.239	31.701	472.940
5.	2019	465.713	33.967	499.680

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Semarang 2020

Jumlah kendaraan pribadi di Kota Semarang dapat dilihat pada Tabel 1.1. Jumlah kepemilikan kendaraan bermotor pribadi dari tahun ke tahun terus meningkat. Berdasarkan Tabel 1.1 diatas, tercatat sebanyak 417.096 untuk kendaraan roda dua dan roda empat di tahun 2015 meningkat hingga 499.680 di tahun 2019. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah kendaraan bermotor pribadi meningkat seiring dengan penambahan penduduk dan pertumbuhan ekonomi. Prasarana jaringan jalan raya yang ada tidak dapat bertambah secara cepat sehingga terjadi ketidakseimbangan antara sarana dengan prasarana pendukungnya.

Transportasi kota menjadi kunci utama dalam proses pergerakan sektor ekonomi dan investasi di Kota Semarang dan sekitarnya. Lalu lintas manusia, barang, dan jasa di Kota Semarang yang semakin meningkat membutuhkan penanganan yang baik. Pelayanan transportasi umum yang ada di Kota Semarang hingga saat ini masih belum menunjukkan adanya pelayanan yang baik sesuai permintaan masyarakat. Perencanaan sistem angkutan umum Kota Semarang yang kurang tertata dengan baik merupakan salah satu penyebab pelayanan yang kurang baik. Kota Semarang juga menghadapi masalah kemacetan lalu lintas dan buruknya fasilitas transportasi umum.

Pelayanan transportasi umum adalah salah satu kewajiban pemerintah baik pusat maupun kabupaten/kota karena salah satu bentuk pelayanan publik. Pelayanan publik adalah segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggungjawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan BUMN atau BUMD, dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan perundang - undangan (dalam Hardiyansyah, 2011:11).

Pemerintah harus memberikan pelayanan publik berupa alat transportasi yang dapat memenuhi standar pelayanan minimal dalam angkutan umum untuk mengurangi dampak dari meledaknya jumlah kendaraan pribadi. Pemerintah harus menerapkan sistem angkutan umum yang cepat dan efisien sehingga masyarakat lebih tertarik dengan angkutan umum. Upaya yang dilakukan tersebut dapat menekan kenaikan jumlah kendaraan pribadi. Kota Semarang sendiri sudah memiliki berbagai jenis alat transportasi publik, seperti bus ataupun mobil angkutan umum.

Tabel 1.2.

Jumlah Angkutan Umum Di Kota Semarang

Jenis Trayek	Tersedia	Dibutuhkan	Tersedia (%)
Trayek Utama	633	850	74,47
Trayek Cabang	1527	1537	99,35
Trayek Ranting	849	1171	72,50

Sumber : Masterplan Transportasi Kota Semarang 2009-2020

Berdasarkan Tabel 1.2. diatas, secara keseluruhan dapat dilihat jumlah angkutan umum yang dibutuhkan lebih besar daripada yang tersedia. Trayek utama sudah tersedia 633 angkutan umum dari 850 yang dibutuhkan, sedangkan trayek ranting sudah tersedia 849 angkutan umum dari 1171 yang dibutuhkan.

Pemerintah pusat melalui Dinas Perhubungan mengajukan penyelenggaraan sebuah transportasi umum yaitu *Bus Rapid Trans* (BRT) atau yang lebih dikenal dengan sebutan *Busway* di beberapa kota salah satunya di Kota Semarang. *Bus Rapid Transit* (BRT) merupakan solusi yang sedang populer digunakan di kota-kota besar Indonesia untuk mengatasi kemacetan. Yogyakarta dengan Bus Trans Yogyakarta, Jakarta dengan Bus Trans Jakarta, dan Semarang dengan *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang. *Bus Rapid Transit* (BRT) merupakan bus dengan kualitas tinggi yang berbasis sistem transit yang nyaman, cepat, biaya murah, infrastruktur modern, dan operasi pelayanan yang cepat. *Bus Rapid Transit* (BRT) pada dasarnya mengambil karakteristik kinerja sistem transportasi kereta api modern. *Bus Rapid Transit* (BRT) adalah salah satu jenis alat transportasi publik yang memberikan layanan lebih cepat dan efisien dibandingkan alat transportasi sejenis lainnya. *Bus Rapid Transit* (BRT) memiliki rute tersendiri dan terintegrasi dengan baik. *Bus Rapid Transit* (BRT) menawarkan kenyamanan, keamanan, keselamatan, efisiensi waktu dan biaya yang murah untuk masyarakat yang menggunakannya.

Berdasarkan Masterplan Transportasi Kota Semarang tahun 2009-2029, transportasi umum berbasis bus seperti *Bus Rapid Transit* (BRT) merupakan alat transportasi umum yang tepat diterapkan di Kota Semarang. *Bus Rapid Transit* (BRT) menggunakan sistem baru yang diharapkan dapat memberikan kualitas

pelayanan yang lebih baik daripada alat angkutan umum lainnya yang sudah ada. Pelayanan yang lebih baik diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk beralih menggunakan alat transportasi umum dan mengurangi penggunaan alat transportasi pribadi.

Bus Rapid Transit (BRT) Semarang mulai beroperasi pada bulan Oktober tahun 2010. Harga tiketnya adalah sama untuk jarak jauh ataupun dekat, yaitu Rp 3.500 untuk umum dan Rp 1.000 untuk pelajar/mahasiswa. *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang direncanakan akan ada delapan koridor dan empat *feeder*. Sementara hingga tahun 2021 ini terdapat delapan koridor dan tiga *feeder* yang telah beroperasi.

Tabel 1.3.

Jumlah Penumpang *Bus Rapid Transit* (BRT) Tahun 2010 - 2020

TAHUN	UMUM	PELAJAR	TOTAL PENUMPANG
2010	260.416	108.910	369.326
2011	1.195.436	483.106	1.678.542
2012	1.431.811	528.389	1.960.200
2013	3.118.690	702.455	3.821.145
2014	4.228.661	1.603.789	5.832.450
2015	5.931.699	2.092.170	8.023.869
2016	5.851.425	1.874.065	7.725.490
2017	6.541.592	2.583.880	9.125.472
2018	7.066.264	3.144.032	10.210.296
2019	7.636.897	3.669.996	11.306.893
2020	4.833.179	2.002.599	6.835.778
TOTAL	48.096.070	18.793.391	66.889.461

Sumber : UPTD BLU BRT Trans Semarang

Pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang makin meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan tabel diatas, tercatat mulai beroperasi pada tahun 2010, total penumpang *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang sebanyak 369.326 orang. Pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang terus meningkat seiring bertambahnya jumlah koridor dan *feeder*. Hingga Desember 2020 tercatat total jumlah penumpang *Bus Rapid Transit* (BRT) dari tahun 2010 hingga tahun 2020 sebanyak 66.889.461 orang.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang penting dan perlu diperhatikan oleh Pemerintah Kota Semarang dalam menentukan, mempertahankan dan menumbuhkembangkan transportasi publik seperti *Bus Rapid Transit* (BRT). Kepuasan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Daryanto dan Setyobudi, 2014 : 127). Menurut Sudaryono (2014 : 48), kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut Kotler (2009: 138) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap kenyataan yang diperoleh.

Kepuasan masyarakat pengguna BRT di Kota Semarang dapat dipengaruhi oleh banyaknya keluhan dari masyarakat melalui media sosial *twitter* seperti yang terdapat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.4.
Keluhan Masyarakat Pengguna BRT Trans Semarang
di Media Sosial *Twitter* Tahun 2020

No	Tanggal	Keluhan
1.	08/02/2020	Halte BRT sudah rusak.
2.	21/02/2020	Supir tidak sopan.
3.	26/02/2020	Halte BRT terlalu kecil.
4.	26/02/2020	BRT tidak mau berhenti di halte padahal tidak penuh penumpangnya.
5.	15/02/2020	Asap BRT mengganggu pengendara lain.
6.	23/02/2020	BRT tidak mau berhenti di halte padahal tidak penuh penumpangnya.
7.	16/03/2020	BRT tidak mau berhenti di halte padahal tidak penuh penumpangnya.
8.	17/04/2020	Pegawai perempuan BRT tidak ramah.
9.	21/04/2020	Jarak dari rumah ke halte jauh dan membutuhkan biaya.
10.	01/05/2020	Supir ugal-ugalan.
11.	01/05/2020	Pegawai BRT tidak ramah.
12.	05/06/2020	Petunjuk rute BRT tidak ada.
13.	08/06/2020	Halte BRT jaraknya jauh.
14.	07/07/2020	Supir ugal-ugalan.
15.	10/08/2020	Halte BRT jaraknya jauh.
16.	13/08/2020	Supir ugal-ugalan.
17.	17/08/2020	Supir dan kondektur tidak menghargai penumpang.
18.	14/09/2020	BRT hampir menabrak pengemudi lain.
19.	21/09/2020	Lokasi halte BRT mengganggu.
20.	02/10/2020	Supir ugal-ugalan.
21.	20/10/2020	BRT hampir menabrak pengemudi lain.
22.	30/10/2020	Jarak halte terlalu jauh.

No	Tanggal	Keluhan
23.	23/11/2020	Halte BRT terbatas dan jaraknya jauh.
24.	31/11/2020	Supir ugal-ugalan.
25.	11/12/2020	Supir tidak sopan.

Sumber : *Twitter #LaporHendi*

Masyarakat Kota Semarang beberapa kali menyampaikan keluhan terkait ketidakpuasan dengan *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang melalui media massa seperti lapor Gubernur, lapor Hendi, *twitter*, *facebook*, dan koran. Keluhan tersebut seperti laporan masyarakat, bahwa beberapa *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang telah mengalami kerusakan padahal guna dan fungsi *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang sendiri belum dirasakan sepenuhnya oleh masyarakat, dan fasilitas yang disediakan juga tidak berfungsi maksimal. Masyarakat juga memberikan keluhan bahwa selama menunggu di halte, apabila penumpang menumpuk, terpaksa harus berdiri karena kursinya tidak mencukupi. Ada beberapa halte yang kursinya sudah patah dan ada yang kursinya kurang nyaman karena hanya terbuat dari besi.

Masyarakat juga melaporkan kondisi halte *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang yang memprihatinkan, seperti tidak ada rambu halte, kaca pecah, dan coretan oleh tangan jahil. Halte *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang ada yang berupa tangga saja dan ada juga halte kecil yang hanya memiliki satu tempat duduk, contohnya halte di Mijen, Meteseh, dan Sendang Mulyo. Hal tersebut membuat penumpang yang hendak naik *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang kesusahan, karena halte tersebut tidak seperti halte *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang yang lain dan apabila terjadi hujan, tidak dapat melindungi penumpang yang menunggu *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang di halte tersebut. Tempat untuk naik bus

terkadang jaraknya terlalu lebar antara bus dengan halte, sehingga dapat menimbulkan bahaya kaki terperosok, terutama jika penumpang berdesakan dan terburu-buru.

Gambar 1.1.

Kondisi Halte *Bus Rapid Transit* (BRT) Meteseh



Sumber : Dokumentasi penulis, 2021

Keluhan lain yang diadukan masyarakat adalah lamanya waktu menunggu bus di dalam halte, sebab tidak jarang penumpang menunggu sampai 30-45 menit, padahal kondisi normal seharusnya jarak antar bus mestinya 5-15 menit. Bus Rapid Transit (BRT) Semarang juga tidak memiliki jalur khusus sehingga apabila terjadi kemacetan Bus Rapid Transit (BRT) Semarang tersebut ikut merasakan macet. Masyarakat juga mengeluh karena saat menunggu *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang pada pukul 17.00, *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang sudah tidak ada atau jika adapun tidak mau berhenti di halte. Keluhan lain dari masyarakat yaitu

terkait sopir-sopir *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang yang ugal-ugalan dalam mengemudi dan tidak sesuai standar operasional pelayanan, sehingga mengurangi kenyamanan penumpang.

Gambar 1.2.

Keluhan Masyarakat Tentang Supir *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang yang Tidak Sesuai Standar Operasional Pelayanan



Sumber : *Twitter BRT Semarang*

Masalah lain yang menimbulkan ketidakpuasan masyarakat dalam menggunakan BRT Semarang yaitu halte *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang yang semula dapat dijangkau dengan mudah oleh penumpang, namun sengaja dipindahkan agak berjauhan dari lokasi semula. Masyarakat juga menyampaikan keluhan bahwa jarak antara rumah ke halte jauh sehingga menyulitkan masyarakat yang akan menggunakan *Bus Rapid Transit* (BRT). Masyarakat mengeluhkan tentang jumlah halte *Bus Rapid Transit* (BRT) yang sangat terbatas sehingga untuk menuju halte *Bus Rapid Transit* (BRT) membutuhkan biaya lagi. Lokasi halte *Bus*

Rapid Transit (BRT) ada yang tidak strategis dan menimbulkan kemacetan untuk pengendara lain di jalan raya.

Gambar 1.3.

**Keluhan Masyarakat Tentang Halte *Bus Rapid Transit* (BRT)
di Kota Semarang yang Terbatas**



Sumber : Twitter Lapor Hendi

Menurut pengamat Transportasi dari Universitas Katolik Soegidjopranoto Semarang, Joko Setijowarno, selama ini Pemerintah Kota Semarang hanya mengukur keberhasilan BRT Semarang hanya dari sisi kuantitas tetapi menutup mata dengan kualitasnya. Pemerintah Kota Semarang kurang memperhatikan permasalahan armada yang buruk, tiket elektronik tidak maksimal, penumpang tidak mendapat kepastian menunggu di *halte*, sopir tidak nyaman kemudikan bus, beberapa daerah kawasan yang banyak penumpang BRT Trans Semarang tidak disediakan halte atau *halte*, dan persoalan lainnya. Permasalahan tersebut yang menyebabkan masyarakat merasa tidak puas dengan BRT Trans Semarang. (Tribun Jateng, 2018)

Kondisi kualitas pelayanan yang terus mengalami penurunan akan berimbas pada ketidakpuasan pengguna. Hal tersebut sangat tidak diharapkan karena tujuan dari kemunculan BRT Trans Semarang adalah alat untuk menekan kemacetan dan jumlah kendaraan bermotor . Ketidakpuasan masyarakat jika semakin tinggi akan menyebabkan masyarakat akan tetap menggunakan kendaraan pribadi dan kemacetan di Kota Semarang gagal dikurangi.

Lupiyoadi (2013:65) mengemukakan, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, dimana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena terjadinya interaksi antara pelanggan dengan pihak perusahaan. Konsep kepuasan pelanggan menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen. Baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sangatlah mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan di atas, ditemukan permasalahan yaitu banyaknya masyarakat yang menyampaikan keluhan tentang pelayanan *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang melalui media massa seperti lapor Gubernur, lapor Hendi, *twitter*, *facebook*, maupun koran. Di dalam penelitian ini, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian yaitu mengapa pelayanan *Bus Rapid Transit* (BRT) belum memberikan kepuasan bagi masyarakat pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan beberapa uraian yang telah disebutkan pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah mengapa pelayanan *Bus Rapid Transit* (BRT) belum memberikan kepuasan bagi masyarakat pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi yang berguna oleh berbagai pihak yang terkait antara lain :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan teori untuk penelitian di waktu yang akan datang, serta dapat memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan khususnya dalam mengetahui faktor-faktor yang menjadi alasan ketidakpuasan masyarakat dalam menggunakan transportasi publik. Bagi akademis diharapkan dapat menjadi sumber referensi pada bidang administrasi publik untuk penulisan selanjutnya mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat.

2. Kegunaan dalam praktis

1. Bagi Pemerintah Kota Semarang, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi pelayanan transportasi umum di Kota

Semarang dalam menentukan strategi yang tepat, sehingga diperoleh pelayanan yang lebih baik dan berkualitas dimasa yang datang.

2. Bagi penulis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk melatih berpikir ilmiah, dengan dasar pada disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, pengetahuan, dan tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5. Kerangka Teori

1.5.1. Penelitian Terdahulu

Pada setiap penelitian membutuhkan suatu landasan teori untuk mendukung dan memperkuat metode dan analisis yang dilakukan. Penelitian yang dilakukan ini merujuk pada penelitian terdahulu yang membahas tentang Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan. Berikut adalah uraian dari beberapa penelitian terdahulu :

Berdasarkan penelitian Christiana Okky Augusta Lovenia (2012), variabel bebas yang digunakan pada penelitian adalah Bukti fisik, Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati. Variabel terikat yang digunakan adalah Kepuasan nasabah. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kelima variabel bebas yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Dari uji F dapat diketahui variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah. Angka Adjusted R Square yaitu sebesar 0,779 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang sebesar 77,90%.

Penelitian Tika Astia (2015) bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan (tangibles, reability, responsiveness, assurance, dan Empathy) terhadap kepuasan masyarakat pada Kantor Camat Tanjungpinang Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan.. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan

masyarakat dengan persentase 20.7% sedangkan sisanya sebesar 79.3% adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari penelitian Dahmiri Vera dan Suzana (2016), hasil tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sarolangun pada klasifikasi tingkat kulaitas pelayanan sedang, sedangkan hasil tanggapan responden terhadap variabel kepuasan masyarakat pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sarolangun pada klasifikasi tingkat kepuasan masyarakat cukurp rendah. Beberapa keluhan dari masyarakat yaitu prosedur yang berbelit-belit akibat birokrasi yang kaku, perilaku oknum yang mencari keuntungan, dan kurang tepatnya waktu pelayanan. Berdasarkan uji hipotesis, dapat diketahui bahwa ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan masyarakat (Y). Koefisien determinasi r square adalah 99,8%.

Penelitian Eulin Karlina, Oki Rosanto, dan Nur Eka Saputra (2019) disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan disiplin kerja secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Lurah Klender Jakarta Timur. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan menggali data menggunakan teknik, wawancara dan angket. Uji hipotesis menggunakan Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat dengan $r_{x1y} = 0,594$; $r_{2x1y} = 0,353$; $t_{hitung} (8,196) > t_{tabel} (1,979)$ pada taraf signifikansi 5%. Terdapat pengaruh positif antara Disiplin Pegawai terhadap Kepuasan Masyarakat dengan $r_{x2y} = 0,59$; $r_{2x2y} = 0,359$, $t_{hitung} (8,298) > t_{tabel} (1,979)$ pada taraf signifikansi

5%. (3). Terdapat pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan dan Disiplin Pegawai Terhadap Kepuasan Masyarakat dengan $R_{y(1,2)} = (0,671)$; $R^2_{y(1,2)} = (0,450)$. Nilai F hitung (49,989) > F tabel (3,07) pada taraf signifikansi 5%.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Kereta (2014). Latar belakang penelitian ini yaitu banyaknya keluhan dari masyarakat sebagai pelanggan mengenai kualitas pelayanan PDAM. Keluhan tersebut antara lain mengenai penanganan pengaduan yang responnya lambat, lambatnya penanganan kebocoran pipa. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, yang terdiri dari *reliability*(X1), *responsiveness*(X2), *assurance*(X3), *empathy*(X4), dan *tangible*(X5). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama seluruh variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur, dan secara parsial faktor keandalan (*reliability*) (X1), jaminan (*assurance*) (X3), dan faktor berwujud (*tangible*) (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur. Sebaliknya, faktor ketanggapan (*responsiveness*) (X2) dan faktor empati (*emphaty*) (X4) dalam model ini berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur.

Tabel 1.5.
Penelitian Terdahulu

Pengarang/ Tahun	Tujuan	Metode	Hasil Penelitian
Christiana Okky Augusta Lovenia (2012)	Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang	Kualitatif dan Kuantitatif	Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kelima variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Nasabah. Angka Adjusted R Square yaitu sebesar 0,779 yang menunjukkan bahwa antara wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati memiliki pengaruh sebesar 77,90%.
Tika Astia (2015)	Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pada Kantor Camat Tanjungpinang Timur	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, variabel pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan dan pengaruh pelayanan terhadap kepuasan masyarakat bersifat positif. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat dengan persentasi 20.7% sedangkan sisanya sebesar 79.3% adalah dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang tidak disebutkan.
Dahmiri Vera dan Suzana (2016)	Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sarolangun	Kuantitatif	Ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan masyarakat (Y) pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sarolangun. Koefisien determinasi r^2 adalah 99,8%.

Pengarang/ Tahun	Tujuan	Metode	Hasil Penelitian
	(studi pada mahasiswa Universitas Jambi)		
Eulin Karlina, Oki Rosanto, dan Nur Eka Saputra (2019)	Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kedisiplin pegawai terhadap kepuasan masyarakat pada Kantor Lurah Klender Jakarta Timur	Kuantitatif	Penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan disiplin kerja secara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat di Kantor Lurah Klender Jakarta Timur. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,671 dan koefisien Determinasi sebesar 0,450. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan disiplin kerja secara bersama-sama sebesar 45,6% dan sebesar 54,4 % di pengaruhi oleh faktor lain.
Kereta (2014)	Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kabupaten Flores Timur	Kualitatif	Seluruh variabel dari faktor <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , <i>emphaty</i> , dan <i>tangible</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur. Kedua, faktor <i>reliability</i> , <i>assurance</i> , dan <i>tangible</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur. Sebaliknya, faktor <i>responsiveness</i> dan <i>emphaty</i> dalam model ini berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur.

Dari beberapa penelitian terdahulu diatas dapat diketahui bahwa masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat sudah ada yang melakukan penelitian terhadapnya. Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu dari

variabel, indikator, fokus, lokus, dan metode yang diambil. Penelitian penulis menggunakan satu variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan satu variabel dependen yaitu kepuasan masyarakat. Indikator dari variabel kualitas pelayanan yang penulis ambil yaitu Keandalan (*Reability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Langsung/Bukti Fisik (*Tangible*), dan Aksesibilitas. Indikator dari variabel kepuasan masyarakat yang penulis ambil yaitu Harga, Penanganan pengaduan, saran dan masukan, Kesesuaian dengan harapan, Minat menggunakan kembali, dan Merekomendasikan kepada orang lain. Lokus penelitian penulis yaitu *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang. Teknik analisis data dalam penelitian penulis menggunakan Korelasi Kendall Tau. Penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian kuantitatif *explanatory*.

1.5.2. Administrasi Publik

Administrasi publik merupakan disiplin ilmu yang bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah yang ada pada publik atau masyarakat melalui perbaikan-perbaikan terutama bidang sumber daya manusia, organisasi, dan pelayanan publik. Menurut Nicholas Hendry (dalam Pasolong, 2014 : 8), administrasi publik adalah suatu kombinasi yang kompleks antara teori dan praktik, dengan tujuan mempromosikan pemahaman terhadap pemerintah dalam hubungannya dengan masyarakat yang diperintah, dan juga mendorong kebijakan publik agar lebih responsif terhadap kebutuhan sosial.

Menurut Polangi (dalam Pasolong, 2014 : 18), peran administrasi publik adalah kondisi ekonomi suatu negara sangat tergantung kepada dinamika administrasi publik. Menurut Thoha (dalam Pasolong, 2014 : 19), peran

administrasi publik sekarang ini diarahkan kepada kepentingan dan kekuasaan pada rakyat.

Menurut Chandler & Plano (dalam Pasolong, 2013 : 7), administrasi publik adalah proses dimana sumber daya dan personal publik diorganisir dan dikoordinasikan untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengelola (*manage*) keputusan-keputusan dalam kebijakan publik. Chandler & Plano menjelaskan bahwa administrasi publik merupakan seni dan ilmu (*art and science*) yang ditujukan untuk mengatur *publik affairs* dan melaksanakan berbagai tugas yang ditentukan. Administrasi publik sebagai disiplin ilmu bertujuan untuk memecahkan masalah publik melalui perbaikan-perbaikan terutama dibidang organisasi, sumber daya manusia dan keuangan.

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa administrasi publik adalah suatu organisasi pemerintah yang didalamnya memuat konsep kebijakan dan manajemen. Kebijakan merupakan aturan-aturan yang telah dibuat oleh pemerintah yang harus ditaati ketika menjalankan suatu manajemen publik, sedangkan manajemen itu sendiri merupakan bentuk pengelolaan dan praktik dalam memberikan suatu pelayanan kepada masyarakat. Berkaitan dengan definisi tersebut, dalam memberikan pelayanan publik, pemerintah mendirikan sebuah pelayanan publik dalam bidang transportasi yaitu *Bus Rapid Transit* (BRT) yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bidang transportasi.

1.5.3. Manajemen Publik

Menurut Satibi (2012 : 13), manajemen publik adalah pengelolaan sektor - sektor publik yang dilakukan oleh institusi publik, baik terkait dengan perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, strategi maupun evaluasi terhadap sumber daya manusia, anggaran, sarana dan prasarana, teknologi serta sumber daya lainnya yang diarahkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Unsur manajemen saat ini menjadi suatu unsur penting dalam penyelenggaraan organisasi, baik organisasi pada sektor swasta maupun dalam sektor publik. Mahmudi (2010 : 38-40) mengungkapkan tujuh karakteristik manajemen sektor publik yang membedakannya dengan sektor swasta, yaitu :

1. Sektor publik tidak mendasarkan keputusan pada pilihan individual dalam pasar, akan tetapi pilihan kolektif dalam pemerintahan dimana tuntutan masyarakat yang sifatnya kolektif akan disampaikan melalui perwakilannya yang dalam hal ini adalah partai politik atau DPR.
2. Penggerak sektor publik adalah karena adanya kebutuhan sumber daya, seperti air bersih, listrik, keamanan, kesehatan, pendidikan, transportasi, dan sebagainya yang menjadi alasan utama sektor publik untuk menyediakannya.
3. Di dalam organisasi sektor publik, informasi harus diberikan kepada publik seluas mungkin untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas publik, yang artinya sektor publik sifatnya terbuka kepada masyarakat dibandingkan dengan sektor swasta.
4. Organisasi sektor publik berkepentingan untuk menciptakan adanya kesempatan yang sama bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan utama hidupnya,

misalnya kebutuhan terhadap kesehatan, pendidikan, transportasi dan sarana-sarana umum lainnya.

5. Sektor publik dihadapkan pada permasalahan keadilan distribusi kesejahteraan sosial, sedangkan sektor swasta tidak dibebani tanggung jawab untuk melakukan keadilan seperti itu.
6. Di dalam organisasi sektor publik, kekuasaan tertinggi adalah masyarakat. Di dalam hal tertentu masyarakat adalah pelanggan, akan tetapi dalam keadaan tertentu juga masyarakat bukan menjadi pelanggan.
7. Di dalam sektor swasta persaingan merupakan instrument pasar, sedangkan dalam sektor publik tindakan kolektif menjadi instrument pemerintahan.

Konsep manajemen publik dipaparkan menjadi tiga paradigma yaitu sebagai berikut:

1. *Old Public Administration*

Konsep pemerintahan dalam paradigma *Old Public Administration* atau OPA adalah melaksanakan dan menjalankan tugas-tugas atau kebijakan serta memberikan pelayanan secara professional, netral dan mengarah pada pencapaian tujuan yang sudah ditetapkan.

2. *New Public Management (NPM)*

Paradigma ini berpendapat bahwa paradigma yang terdahulu yaitu administrasi klasik kurang efektif dalam memecahkan masalah dan memberikan pelayanan publik, termasuk membangun masyarakat. Menurut Vigoda (dalam Keban 2014:36), NPM dipandang sebagai pendekatan dalam administrasi publik yang menerapkan pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh dalam dunia

manajemen bisnis dan disiplin yang lain untuk memperbaiki efisiensi, efektivitas, dan kinerja pelayanan publik.

3. *New Public Services* (NPS)

Tahun 2003, atau kurang lebih sepuluh tahun kemudian muncul lagi paradigma baru oleh J.V. Denhardt dan R.B. Denhardt diberi nama *New Public Services* (NPS). Kedua tokoh ini menyarankan untuk meninggalkan prinsip administrasi klasik dan Reinventing Government atau NPM dan beralih ke prinsip *New Public Services*. Menurut Denhardt dan Denhardt (dalam Keban 2014:37) administrasi publik harus:

1. Melayani warga masyarakat bukan pelanggan (*service citizen, not customers*).
2. Mengutamakan kepentingan publik (*seek the public interest*).
3. Lebih menghargai kewarganegaraan daripada kewirausahaan (*value citizenship over entrepreneurship*).
4. Berpikir strategis dan bertindak demokratis (*think strategically, act democratically*).
5. Menyadari bahwa akuntabilitas bukan merupakan suatu yang mudah (*recognize that accountability is not simple*).
6. Melayani daripada mengendalikan (*service rather than steer*).
7. Menghargai orang, bukannya produktivitas semata (*value people, not just productivity*).

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini termasuk paradigma *New Public Servicet* (NPS). Hal ini karena berdasarkan ciri-ciri dari *New Public Servicet*

(NPS) yaitu administrasi publik merupakan manajemen yang melayani warga masyarakat, mengutamakan kepentingan publik, lebih menghargai kewarganegaraan dari pada kewirausahaan, berfikir strategis dan bertindak demokratis, menyadari bahwa akuntabilitas hal yang mudah, melayani dari pada mengendalikan, serta menghargai orang.

1.5.4. Manajemen Transportasi dalam Administrasi Publik

Di dalam mengatur sistem transportasi di Indonesia, dibutuhkan suatu manajemen serta pengorganisasian dan pengelolaan dalam sumberdaya atau tenaga kerja yang tepat dalam mengatur sistem transportasi di Indonesia. Sistem transportasi akan menjadi baik apabila sumberdaya atau tenaga kerjanya tepat dan sebaliknya, jika dikelola dengan sumberdaya atau tenaga kerja yang tidak tepat maka sistem transportasi akan terus mengalami masalah.

Transportasi menurut Morlok dalam Setyawan (2012:11) diartikan sebagai pengangkutan barang atau manusia dari tempat asal kegiatan transportasi ke tempat tujuan dimana kegiatan transportasi diakhiri. Transportasi merupakan suatu kegiatan perpindahan manusia atau barang dari tempat satu ke tempat yang lainnya. Menurut Utomo (2010:25-35), transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan dan salah satu jenis kegiatan yang menyangkut peningkatan kebutuhan manusia dengan mengubah letak geografis barang dan orang sehingga akan menimbulkan adanya transaksi.

Transportasi merupakan suatu sistem yang terdiri dari fasilitas tertentu, serta arus dan sistem kontrol pengangkutan barang atau manusia dari tempat asal ke

tempat tujuan dimana kegiatan transportasi diakhiri. Sebuah transportasi membutuhkan manajemen transportasi dengan kualitas sumber daya yang baik agar transportasi yang dikelola memiliki kualitas yang bagus untuk penyediaan layanan kepada masyarakat.

Manajemen transportasi dalam Administrasi Publik merupakan kegiatan yang meliputi perencanaan, pengaturan, pengawasan, dan pengendalian. Menurut Sani (2010:38) dalam “Transportasi: Suatu Pengantar” manajemen transportasi meliputi:

a. Perencanaan

Proses perencanaan pada sistem transportasi terdiri dari:

- 1) Menginventarisasi dan mengevaluasi tingkat pelayanan (*level of service*) lalu lintas.
- 2) Menetapkan tingkat pelayanan yang diinginkan.
- 3) Menetapkan pemecahan permasalahan lalu lintas .
- 4) Menyusun rencana dan program pelaksanaan implementasinya.

b. Pengaturan

c. Pengawasan

- 1) Pemantauan dan penilaian terhadap pelaksanaan kebijaksanaan lalu lintas.
- 2) Tindakan korektif terhadap pelaksanaan kebijaksanaan lalu lintas.

d. Pengendalian

Di dalam transportasi, pemberian arahan dan petunjuk dalam pelaksanaan kebijaksanaan lalu lintas kepada para pengemudi/masinis/pilot. Proses pengendalian meliputi:

- 1) Pemberian arahan dan petunjuk dalam ketentuan ini berupa penetapan atau pemberian pedoman dan tata cara untuk keperluan pelaksanaan manajemen lalu lintas, dengan maksud agar diperoleh keseragaman dalam pelaksanaannya serta dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya untuk menjamin tercapainya tingkat pelayanan yang telah ditetapkan
- 2) Pemberian bimbingan dan penyuluhan kepada masyarakat mengenai hak dan kewajiban masyarakat dalam pelaksanaan kebijaksanaan lalu lintas
- 3) Pada angkutan lain pengawasan dan pengendalian dilakukan pada tempat yang sama.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen transportasi dalam administrasi publik adalah kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang meliputi perencanaan, pengaturan, pengawasan, dan pengendalian dalam rangka meningkatkan kualitas sistem transportasi sebagaimana yang diinginkan.

1.5.5. Pelayanan Publik

Ratminto dan Atik Septi Winarsih dalam Hardiansyah (2011 : 11) mengartikan pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, daerah, dan di lingkungan BUMN maupun BUMD, dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang - undangan. Menurut Moenir dalam Hardiyansyah (2011 : 18), pelayanan publik adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau

sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Kegiatan pelayanan publik yang diselenggarakan pemerintah kepada masyarakat meliputi banyak hal yang menyangkut semua kebutuhan masyarakat.

Menurut Thoha dalam Hardiyansyah (2011 : 144), pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Sementara itu, kondisi masyarakat saat ini telah terjadi suatu perkembangan yang sangat dinamis, tingkat kehidupan masyarakat yang semakin baik, merupakan indikasi dari *empowering* yang dialami oleh masyarakat.

Menurut Litjan Poltak Sinambela, dkk (2011 : 5), pelayanan publik merupakan pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi tertentu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Menurut Lay dalam Jurnal Pendayagunaan Aparatur Negara (2012 : 169), pelayanan umum atau pelayanan publik merupakan istilah yang menggambarkan bentuk dan jenis pelayanan pemerintah kepada rakyat atas dasar kepentingan umum.

Pengertian pelayanan publik di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik merupakan bentuk kegiatan pemberian layanan atau melayani keperluan orang atau masyarakat dan/ atau organisasi lain oleh pemerintah, sesuai dengan

aturan dan tata cara yang ditentukan dan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada penerima pelayanan.

Prinsip-prinsip pelayanan publik menurut Osborn dan Gaebler dalam Kartikaningdyah (2013 : 5), yaitu:

1. Pemerintah sebagai pembuat kebijakan tidak perlu harus selalu menjadi pelaksana dalam berbagai urusan pemerintahan tetapi cukup sebagai penggerak.
2. Pemerintah sebagai badan yang dimiliki masyarakat luas, pemerintah bukan hanya senantiasa melayani publik tetapi juga memberdayakan segenap lapisan secara optimal.
3. Pemerintah sebagai pemilik wewenang untuk mengkompetisikan berbagai lapisan, pemerintah hendaknya tetap menyuntikkan ide pembangunan tetapi dalam misinya ini tetap diberi kebebasan berkarya kepada berbagai lapisan tersebut agar hasil dan berbagai masukan dapat ditampung, dalam rangka pemenuhan kebutuhan bersama. Berbagai pihak bukan hanya sekedar menghabiskan anggaran tetapi menemukan pertumbuhan kembangnya.
4. Pemerintah sebagai pembangkit partisipasi seluruh lapisan masyarakat juga mampu melihat dan mengantisipasi keadaan dalam arti lebih baik mencegah akan terjadinya berbagai kemungkinan kendala daripada menanggulangi dikemudian hari.
5. Pemerintah yang terdesentralisasi, dengan kewenangannya mampu menyerahkan sebagian urusan pemerintahannya, sehingga kekakuan aturan dari pemerintah pusat yang lebih atas dapat berganti mengikut sertakan daerah-daerah, dimana diharapkan terbentuk tim kerja yang optimal dan potensial.

6. Pemerintah sudah waktunya berorientasi pasar, dimana kecenderungannya penyelewengan dan korupsi relatif kecil sehingga untuk itu diperlukan perubahan aturan agar lebih efektif dan efisien melalui pengendalian mekanisme pasar itu sendiri.

1.5.6. Kepuasan Masyarakat (Y)

1.5.7.1. Definisi Kepuasan

Kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka masyarakat akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka masyarakat akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, masyarakat akan sangat puas. Harapan masyarakat dapat dibentuk oleh masyarakat masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Masyarakat yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang organisasi publik.

Kepuasan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya (Daryanto dan Setyobudi, 2014 : 127). Menurut Sudaryono (2014 : 48), kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Menurut Kotler (2009: 138), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara

harapan terhadap kenyataan yang diperoleh. Menurut Hardiyansyah (2011 : 36), pelayanan dikatakan berkualitas atau memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat. Apabila masyarakat tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak berkualitas atau tidak efisien.

Menurut Engel dalam Surjadi (2009 : 49), mengartikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidaksesuaian timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Menurut Harbani Pasolong (2010 : 221-222), semakin baik pemerintahan dan kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepercayaan masyarakat (*high trust*).

Menurut Wilkie dalam Surjadi (2012 : 49), kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi produk atau jasa. Tjiptono mengartikan kepuasan pelanggan merupakan titik pertemuan antara “tujuan organisasi” (pemberi layanan) dengan “kebutuhan dan keinginan pelanggan” (penerima layanan). Tujuan organisasi menghasilkan produk sesuai dengan nilai produk bagi pelanggan sedangkan kebutuhan dan keinginan adalah harapan pelanggan terhadap produk (Surjadi, 2012 : 49).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas yang membahas tentang kepuasan, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap hasil yang diterima dari apa yang diharapkan sesuai dengan kenyataannya.

1.5.7.2. Faktor-Faktor Kepuasan

Menurut Lupiyoadi Rambat (2013 : 247), menentukan tingkat kepuasan pelanggan terdapat lima faktor yang harus diperhatikan yaitu:

1. Kualitas produk

Puasnya pelanggan terjadi apabila produk yang mereka gunakan berkualitas ini menunjukkan hasil dari evaluasi mereka.

2. Emosional

Perasaan bangga saat pelanggan menggunakan produk sehingga orang lain kagum dengan nilai sosial yang memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi.

3. Biaya

Pelanggan merasa puas untuk mendapatkan suatu produk, tidak perlu membayar biaya tambahan lagi.

4. Kualitas Pelayanan

Pelanggan merasa puas jika mampu mendapatkan pelayanan yang cepat, tanggap, cekatan dan yang sesuai harapan dan di janjikan oleh pihak perusahaan.

5. Tarif/Harga

Kesesuaian tarif/harga yang diimbangi dengan produk yang diberikan mempunyai kualitas yang baik kepada pelanggan suatu perusahaan.

Menurut Fandy Tjiptono (2016 : 295), terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen yaitu:

1. Kualitas produk.

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

2. Harga

Produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya.

3. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.

4. Faktor emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila menggunakan produk merek tertentu.

5. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk, cenderung puas terhadap produk.

Menurut Asifa Talitha (2017 : 98), faktor yang mempengaruhi konsumen yaitu :

1. Harga

Kepuasan akan meningkat apabila harga pada suatu produk dan pelayanan telah sesuai dengan harapan dan manfaat.

2. Kualitas Produk

Semakin bagus kualitas produk, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

3. Aksesibilitas

Pelanggan akan merasa puas jika kenyamanan serta kemudahan sesuatu terhadap suatu produk atau pelayanan sudah tercapai.

1.5.7.3. Model Kepuasan

Menurut Fandy Tjiptono (2015:298) menyatakan bahwa kepuasan konsumen didasarkan pada tiga teori utama yaitu :

1. *Contrast Theory*, berasumsi bahwa konsumen akan membandingkan kinerja produk aktual dengan ekspektasi pra pembelian.
2. *Assimilation Theory*, menyatakan bahwa evaluasi purna beli merupakan fungsi positif dari ekspektasi konsumen pra pembelian. Dengan kata lain penyimpangan dari ekspektasinya cenderung akan diterima oleh konsumen yang bersangkutan.
3. *Assimilation – Contrast Theory*, beranggapan bahwa terjadinya efek asimilasi (*assilation effect*) atau efek kontras (*contras effect*) merupakan fungsi dari tingkat kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja aktual.

1.5.7.4. Indikator Kepuasan

Dimensi kepuasan pelanggan menurut Kotler & Keller (2016 : 33) sebagai berikut.

1. Tetap Setia.
Pelanggan yang terpuaskan cenderung akan menjadi setia atau loyal. Pelanggan yang puas terhadap produk yang dikonsumsi 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 pelanggan yang lain dan mengatakan hal-hal baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.

4. Bersedia Membayar Lebih.

Pelanggan cenderung menggunakan harga sebagai patokan kepuasan. Ketika harga tinggi, pelanggan cenderung berfikir kualitas menjadi lebih tinggi juga.

5. Memberi Masukan.

Pelanggan yang merasa kepuasannya sudah tercapai, pelanggan tersebut selalu menginginkan yang lebih lagi sehingga pelanggan akan memberikan masukan agar keinginan mereka dapat tercapai.

Menurut Yuliarmi dan Riyasa dalam Panjaitan dan Yulianti (2016 : 271), indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan.
2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis.
3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan.

Menurut Tjiptono (2011 : 453), ada enam indikator kepuasan konsumen yaitu :

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overaal Customer Satisfaction*).

Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa. Kepuasan diukur berdasar produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk atau jasa pesaing.

2. Dimensi kepuasan pelanggan.

Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan dan meminta pelanggan menilai produk atau jasa berdasar item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan atau keramahan staff. Meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasar item spesifik serta menentukan dimensi-dimensi yang paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. Konfirmasi harapan kepuasan tidak diukur langsung.

Konfirmasi harapan kepuasan tidak diukur langsung namun disimpulkan berdasar kesesuaian/ketidakesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

4. Minat pembelian ulang.

Kepuasan pelanggan diukur berdasar perilaku dengan jalan menanyakan pelanggan apakah akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

5. Kesiediaan untuk merekomendasi.

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bukan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling) kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga.

6. Ketidakpuasan pelanggan.

Ketidakpuasan pelanggan meliputi komplain, pengembalian, biaya garansi, product *recall*, dan konsumen yang beralih ke pesaing.

1.5.7. Kualitas Pelayanan (X1)

1.5.8.1. Definisi Kualitas Pelayanan

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.

Menurut Trilestari dalam Hardiyansyah (2011 : 35), pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten antara satu dengan yang lainnya, yaitu persepsi pelanggan, produk, dan proses. Di dalam produk jasa pelayanan, ketiga orientasi tersebut dapat menyumbangkan keberhasilan organisasi, ditinjau dari kepuasan pelanggan. Menurut Groetsh Davis dalam Hardiyansyah (2011: 35), kualitas merupakan suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Diartikan sebagai suatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila menyediakan produk (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembekuan pelayanan yang baik. Pelayanan dikatakan berkualitas atau memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat.

Groetsh dan Davis, Fandy Tjiptono dalam Hardiyansyah (2011:40) mengemukakan bahwa, kualitas merupakan kesesuaian dengan persyaratan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan/cacat,

pemenuhan kebutuhan pelanggan dari awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu dengan benar, sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2011 : 164), kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti langsung. Menurut Kotler dalam Sangadji dan Sopiah (2013:99), kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Pengertian Kualitas Pelayanan menurut Wyckof dalam Tjiptono (2014 : 265) adalah tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan para konsumen. Menurut Ratnasari dan Aksa (2011 : 107), kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima/diperoleh. Menurut Sedarmayanti (2010 : 253), kualitas pelayanan mengacu kepada pengertian: (1) Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik langsung maupun atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan dan memberi kepuasan atas penggunaan produk itu; (2) Kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas kekurangan atau kerusakan. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu kesempurnaan pada suatu produk baik itu barang, jasa maupun administrasi, jauh dari kata rusak maupun cacat.

Menurut Sampara dalam Hardiyansyah (2011 : 35), kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dilakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan. Menurut Ibrahim dalam Hardiyansyah (2011 : 40), kualitas pelayanan publik merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pelayanan publik tersebut. Pengertian pelayanan publik diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan manusia, namun juga dengan produk, jasa proses dan lingkungannya.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas yang membahas tentang kualitas pelayanan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh pelanggan agar suatu perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

1.5.8.2. Prinsip – Prinsip Kualitas Pelayanan

Enam prinsip pokok kualitas pelayanan menurut Wolkins yang dikutip oleh Saleh (2010:105) meliputi :

1. Kepemimpinan

Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

2. Pendidikan

Aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

4. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konsisten dalam terus-menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.

6. Penghargaan dan pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui, dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani

1.5.8.3. Pengukuran Kualitas Pelayanan

Di dalam pelayanan, untuk dapat mengelola pelayanan dengan baik dan berkualitas, maka perusahaan harus mengenal dan memperhatikan lima kesenjangan yang

berkaitan dengan sebab kegagalan perusahaan. Tjiptono (2011: 80) mengemukakan lima *gap* tersebut sebagai berikut :

1. *Gap* antara harapan konsumen dan persepsi manajemen.

Terjadinya kesenjangan ini umumnya disebabkan kurang efektifnya komunikasi antara bawahan dengan atasan, kurangnya riset pemasaran dan tidak dimanfaatkannya riset pemasaran, serta terlalu banyak tingkat manajemen.

2. *Gap* antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa atau produk.

Manajemen mampu merasakan secara tepat apa yang diinginkan oleh konsumen, tetapi pihak manajemen tersebut tidak menyusun suatu standar kinerja tertentu.

3. *Gap* antara spesifikasi kualitas jasa atau produk dan cara penyampainnya.

Karyawan perusahaan kurang dilatih atau bekerja melampaui batas dan tidak dapat memenuhi standar.

4. *Gap* antara penyapaian jasa atau produk dan komunikasi eksternal.

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh wakil dan iklan perusahaan. Kesenjangan ini terjadi karena tidak memadainya komunikasi horizontal dan adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan.

5. *Gap* antara jasa atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan.

Kesenjangan ini terjadi bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang salah dalam mempersepsikan kualitas jasa atau produk tersebut.

1.5.8.4. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Tjiptono dan Chandra (2015 : 133) menyatakan bahwa ada 5 dimensi kualitas pelayanan yang merupakan penyederhanaan dari sepuluh dimensi kualitas pelayanan yaitu :

1. Keandalan (*Reability*)

Keandalan memiliki 2 aspek utama yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat tidak dipercaya (*dependability*). *Reability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang telah disepakati.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

3. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan yakni perilaku para karyawan mampu menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, dan perusahaan tersebut dapat menciptakan rasa aman bagi para konsumen. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keretampilan yang dibutuhkan untuk menangani pertanyaan atau masalah konsumen.

4. Empati (*Empathy*)

Empati artinya perusahaan memahami masalah para konsumen dan bertindak demi keinginan konsumen saat memberikan perhatian personal kepada para konsumen dan memiliki jam operasional yang nyaman.

5. Bukti Langsung/Bukti Fisik (*Tangible*)

Tangible berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Menurut Tjiptono dalam Darmawanto (2015 : 27), dimensi kualitas pelayanan, yaitu :

1. Bukti fisik, yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan bahan-bahan komunikasi.
2. Reliabilitas, yaitu kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal.
3. Daya tanggap, merupakan kesediaan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.
4. Kompetensi, penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
5. Kesopanan, yaitu sikap santun, respek, perhatian, dan keramahan para staf lini depan.
6. Kredibilitas, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.
7. Keamanan, yaitu bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
8. Akses, yaitu kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
9. Komunikasi, yaitu memberikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mereka.
10. Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan mereka.

Menurut Salim dan Woodward dalam Hardiyansyah (2011:52), dimensi kualitas pelayanan publik terdiri dari *economy*, *eficiency*, *effectiveness* dan *equity*.

1. *Economy* atau ekonomis adalah penggunaan sumberdaya yang sesedikit mungkin dalam proses penyelenggaraan pelayanan publik.
2. *Eficiency* atau efisiensi adalah suatu keadaan yang menunjukkan tercapainya perbandingan terbaik antara masukan dan keluaran dalam suatu penyelenggaraan pelayanan publik.
3. *Effectiveness* atau efektivitas adalah tercapainya tujuan yang telah ditetapkan, baik itu dalam bentuk target, sasaran jangka panjang maupun misi organisasi.
4. *Equity* atau keadilan adalah pelayanan publik yang diselenggarakan dengan memperhatikan aspek-aspek pemerataan.

Menurut Tangkilisan (2015 : 219), indikator kualitas pelayanan yaitu :

1. Kenampakan fisik (*tangible*)
Operasional yang diberikan apakah telah sesuai dengan kebutuhan dalam pelaksanaan tugas.
2. Reabilitas (*reability*)
Sejauh mana informasi yang diberikan kepada konsumen tepat dan dapat dipertanggungjawabkan.
3. Responsivitas (*responsiveness*)
Daya tanggap provider atau penyedia layanan dalam menanggapi kompalin konsumen.
4. Kesopanan (*countesy*)
Sikap petugas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

5. Akses (*accses*)

Kemudahan informasi, murah dan mudah menghubungi petugas, kemudahan mencapai lokasi perusahaan dan kemudahan dalam prosedur.

1.5.8. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Masyarakat (Y) Pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang

Menurut Tjiptono (2011 : 164), kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Kotler dalam Sangadji dan Sopiah (2013:99), kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pengertian kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Tjiptono (2014 : 265) adalah tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan para konsumen.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh dengan tingkat kepuasan seseorang. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2009 : 98) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang erat antara pelayanan dengan kepuasan seseorang serta keuntungan instansi, dimana kualitas yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi. Memahami keinginan dan kebutuhan seseorang, memberikan kemudahan dalam pelayanan, melakukan komunikasi yang efektif kepada konsumen, memberikan perhatian penuh terhadap keluhan konsumen serta memahami kebutuhan para konsumen akan membuat kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sarwono dan Rohmad (2013 : 49) membuktikan adanya pengaruh signifikan antara kualitas layanan pada kepuasan

masyarakat. Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting untuk dapat dikelola dengan baik, bila menginginkan adanya kepuasan yang dirasakan oleh masyarakat. Kualitas pelayanan yang diberikan harus diikuti dengan rasa kepuasan dari konsumen, dimana produk atau jasa yang ditawarkan ada unsur pelayanan. Kualitas pelayanan agar menjadi baik dan memberikan kepuasan kepada masyarakat maka perlu adanya pembenahan dari instansi sehingga kepuasan sesungguhnya dapat terwujud. Begitu jika seseorang merasa tidak puas, dari keluhan-keluhannya tersebut dapat dijadikan sebuah masukan atau saran yang berharga bagi perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul khususnya mengenai kualitas pelayanan.

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2011 : 157), terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan yaitu *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Layanan yang diterima jika sesuai dan dapat memenuhi apa yang diharapkan, maka jasa dikatakan baik atau positif. *Perceived service* apabila melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. *Perceived service* jika lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan pegawainya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Pengaruh antara kualitas pelayanan publik dan kepuasan masyarakat sangat penting bagi pemerintah, karena dengan terpenuhinya kepuasan masyarakat berarti pemerintah telah memberikan kualitas pelayanan publik yang diharapkan

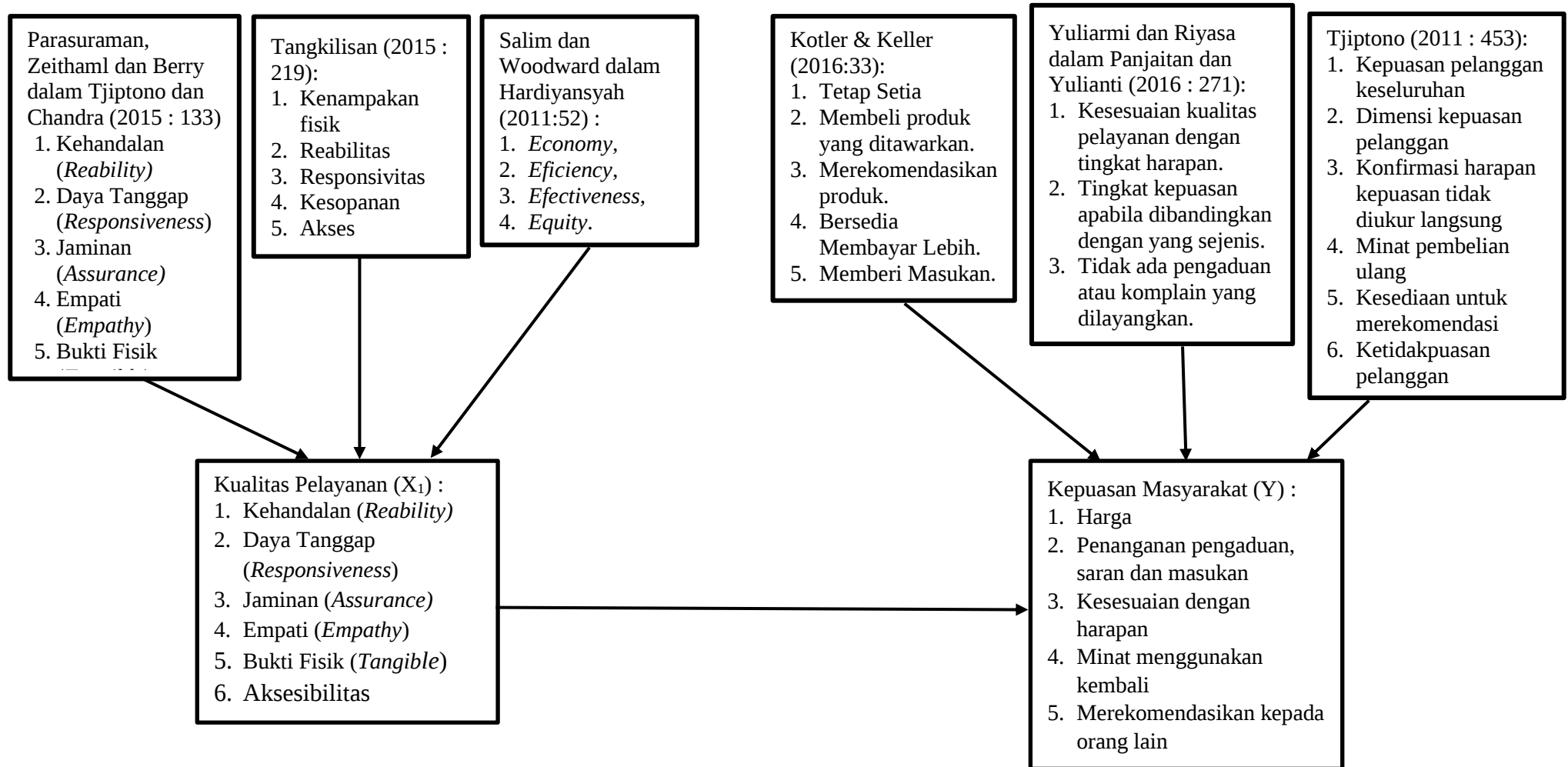
masyarakat dengan maksimal. Suatu pelayanan dari pemerintah dapat dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Tingkat kualitas pelayanan publik tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang pemerintah saja tetapi harus dipandang dari sudut pandang masyarakat. Di dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan masyarakat dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan publik.

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan persepsi masyarakat tentang mutu suatu pelayanan. Semakin baik pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan masyarakat sehingga usaha tersebut akan dinilai semakin bermutu. Pelayanan yang diberikan apabila kurang baik dan kurang memuaskan, maka pelayanan publik tersebut juga dinilai kurang bermutu. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada masyarakat .

1.6. Kerangka Pemikiran

Gambar 1.4.

Kerangka Pemikiran



1.7. Variabel Penelitian

Penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang”, mempunyai dua variabel yaitu :

1. Variabel *Independent*

Penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang” terdapat variabel *independent* atau bisa disebut sebagai variabel yang mempengaruhi atau timbulnya variabel *dependent*. Variabel *independent* dari penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan sebagai variabel X_1 .

2. Variabel *Dependent*

Penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang” terdapat variabel *dependent* atau bisa disebut sebagai variabel yang dipengaruhi. Variabel *dependent* dari penelitian ini adalah Kepuasan Masyarakat sebagai variabel Y .

Kedua variabel tersebut akan menjadi fokus penelitian. Berdasarkan hal tersebut terdapat dua konsep utama yang memerlukan penjelasan dan akan diukur melalui variabel-variabel penelitian yang didasarkan pada teori yang melandasinya. Konsep tersebut adalah kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat, yang akan menjadi fokus penelitian, artinya bahwa yang diteliti yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat

1.8. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2014: 132) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Menurut Prasetyo dan Jannah (2013:76), menjelaskan bahwa teori yang digunakan dalam penelitian kuantitatif akan mengidentifikasi hubungan antar variabel. Hubungan antar variabel bersifat hipotesis. Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji kebenarannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.

Berdasarkan pada landasan teori dan kerangka pemikiran diatas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ho : Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan masyarakat pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang.

Ha : Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan masyarakat pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang.

1.9. Definisi Konsep

Definisi konseptual yang dipakai dalam penelitian ini adalah :

- a). Kepuasan masyarakat merupakan suatu pemenuhan akan apa yang diharapkan masyarakat pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang dari suatu pelayanan. Pelayanan dikatakan memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat. Semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepercayaan masyarakat.

- b). Kualitas pelayanan adalah segala bentuk pelayanan yang dilakukan dengan segala keunggulan dalam rangka memenuhi keinginan atau harapan masyarakat pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang.

1.10. Definisi Operasional

Penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang” terdapat variabel dependen yaitu Kepuasan Masyarakat sebagai variabel Y. Indikator dari variabel Y adalah sebagai berikut :

1. Harga
 - a. Keterjangkauan harga
 - b. Harga sesuai dengan pelayanan yang diberikan
2. Penanganan pengaduan, saran dan masukan
 - a. Kemudahan dalam menyampaikan pengaduan, kritik, saran, dan masukan
 - b. Penanganan pengaduan, kritik, saran, dan masukan yang cepat
3. Kesesuaian dengan harapan
 - a. Kualitas pelayanan yang dilakukan memberikan kepuasan penumpang
4. Minat menggunakan kembali
 - a. Penumpang menggunakan kembali transportasi BRT
 - b. Penumpang menggunakan terus menerus transportasi BRT
 - c. Penumpang lebih memilih menggunakan BRT daripada transportasi publik lainnya

5. Merekomendasikan kepada orang lain

- a. Penumpang merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan transportasi BRT
- b. Penumpang akan berkata positif tentang transportasi BRT

Variabel *independent* penelitian ini Kualitas pelayanan sebagai variabel X_1

Indikator dari variabel X_1 adalah sebagai berikut :

1. Keandalan (*Reability*)

- a. Pegawai memberikan pelayanan yang sama rata
- b. Ketepatan pegawai dalam memberikan pelayanan
- c. Kemampuan pegawai dalam memberikan informasi dengan jelas

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

- a. Kemudahan dalam pembelian tiket
- b. Kemudahan dalam memperoleh informasi
- c. Kecepatan dan keterampilan pegawai dalam melayani penumpang

3. Jaminan (*Assurance*)

- a. Kejujuran pegawai dalam melayani penumpang
- b. Keterampilan pengemudi dalam menjalankan BRT
- c. Penumpang merasa aman, nyaman, dan tenang

4. Empati (*Empathy*)

- a. Keramahan dan kesopanan pegawai dalam memberikan pelayanan
- b. Kepedulian pegawai pada penumpang
- c. Pegawai cepat tanggap dalam menanggapi keluhan dari penumpang

5. Bukti Langsung/Bukti Fisik (*Tangible*)

- a. Kerapian pegawai
- b. Kebersihan dan kenyamanan Halte BRT
- c. Kondisi Kendaraan BRT Layak
- d. Kelengkapan fasilitas di dalam BRT
- e. Kelengkapan fasilitas halte BRT

6. Aksesibilitas

- a. Jarak penumpang untuk mencapai Halte BRT
- b. Kemudahan penumpang menjumpai Halte BRT di dekat fasilitas publik
- c. Akses menuju Halte BRT mudah dijangkau penumpang

1.11. Metode penelitian

1.11.1. Tipe penelitian

Tipe penelitian yang digunakan peneliti adalah tipe penelitian *eksplanatory* (penjelasan), penelitian yang menyoroti pengaruh antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang.

1.11.2. Populasi dan Sampel

1.11.2.1. Populasi

Menurut Arikunto (2013 : 173), populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun prosentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian. Menurut Sugiyono (2013 : 117), populasi adalah

generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Hartono (2011 : 46), populasi dengan karakteristik tertentu ada yang jumlahnya terhingga dan ada yang tidak terhingga. Penelitian hanya dapat dilakukan pada populasi yang jumlahnya terhingga saja.

Populasi pada penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang” adalah masyarakat pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang pada bulan November 2020 yaitu sebanyak 521.021 orang .

1.11.2.2. Sampel

Menurut Arikunto (2010:134) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Menurut Sugiyono (2013 : 118), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Di dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan Rumus Slovin (Sugiyono, 2011 : 87) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

N = ukuran populasi

n = ukuran sampel

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel.

Menurut Isaac dan Michael (dalam Sugiyono 2014 : 86) persen kelonggaran yang digunakan antara dalam penentuan sampel adalah 1%, 5%, 10%. Penulis memilih kelonggaran yang bisa digunakan sebesar 10%. Berdasarkan data statistik,

jumlah masyarakat yang menggunakan *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang pada bulan November 2020 adalah 521.021 orang, sehingga perhitungan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N \cdot e} = \frac{521.021}{1 + 521.021 \times 0,10^2} = \frac{521.021}{1 + 521.021 \times 0,01} \\
 &= \frac{521.021}{1 + 5210,21} = \frac{521.021}{5211,21} \\
 &= 99,98 \text{ (pembulatan menjadi 100 sampel)}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan sampel, sampel yang diambil dari jumlah masyarakat yang menggunakan *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang pada bulan November 2020 adalah sebanyak 100 sampel.

1.11.3. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut buku metodologi penelitian kuantitatif (Sinambela 2014 : 99), cara menentukan sampel dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang dapat digunakan meskipun demikian pada dasarnya teknik yang dimaksud pada umumnya dibagi dua yakni teknik “*probability sampling*” dan “*non probability sampling*”.

1. *Probability Sampling*, adalah teknik *sampling* yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih untuk menjadi anggota sampel.
2. *Non Probability Sampling*, adalah teknik *sampling* yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang” menggunakan teknik pengambilan sampel *Probability Sampling*, yaitu memberi peluang atau kesempatan sama kepada seluruh masyarakat yang menggunakan *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang, lebih khususnya menggunakan teknik *Simple Random Sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dan kebetulan ditemui oleh peneliti dalam observasi di *Bus Rapid Transit* (BRT) Kota Semarang tanpa memperhatikan strata yang ada. Peneliti melakukan penelitian berkali-kali di *Bus Rapid Transit* (BRT) Kota Semarang untuk mencari pengguna *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang yang ditemui peneliti untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini.

1.11.4. Jenis dan Sumber Data

1.11.4.1. Jenis Data

Menurut Sinambela (2014 : 114), jenis data dibagi menjadi 2 (dua) yaitu:

1. Data Kualitatif

Data kualitatif yaitu data yang berupa kata atau kalimat, atau gambar, atau skema yang belum diangkakan. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dalam bentuk informasi melalui wawancara yang dilakukan terhadap narasumber (responden) yang telah ditentukan sebelumnya.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dalam bentuk angka atau yang diangkakan.

1.11.4.2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yang diperoleh dengan metode survei, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada seluruh masyarakat yang menggunakan *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang, selain itu untuk memperkuat data maka dilakukan metode observasi (pengamatan langsung) dan metode wawancara kepada pegawai Badan Layanan Umum (BLU) UPTD Trans Semarang serta pegawai *Bus Rapid Transit* (BRT) Semarang. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari studi kepustakaan yang mendukung penelitian seperti buku, skripsi, jurnal, koran, dan media elektronik.

Menurut Sinambela (2014 : 112), sumber data dibagi menjadi 2 (dua) yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau didapat oleh peneliti secara langsung dari lokus atau tempat penelitian. Data tersebut didapatkan dengan teknik wawancara, analisis dokumen, diskusi, atau observasi yang telah dicatat di dalam catatan lapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti secara tidak langsung tetapi berkaitan dengan fokus dan lokus dimana penelitian dilakukan.

1.11.5. Skala Pengukuran Data

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala pengukuran yaitu skala *likert*. Menurut Sugiyono (2014 : 93), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Di

dalam skala *likert*, unsur-unsur yang diteliti diberi skor. Skor yang paling tinggi dikenakan pada jawaban yang paling menunjang dan skor terendah dikenakan pada jawaban yang paling tidak menunjang.

Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item* instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Skala *likert* terdiri dari empat tingkatan yaitu:

1. Jawaban “sangat setuju” diberi skor 4
2. Jawaban “setuju” diberi skor 3
3. Jawaban “kurang setuju” diberi skor 2
4. Jawaban “tidak setuju” diberi skor 1

Perhitungan bobot kelas Interval berdasarkan skala *likert* dalam penelitian ini adalah:

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

I: Interval kelas

R: Range (skala tertinggi – skala terendah)

K: Kelas

$$I = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Berdasarkan perhitungan diatas, $I = 0,75$ dan $K = 4$, ditetapkan terendah 1,00 oleh penulis, sehingga *Range* yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Tabe1 1.6.
Penafsiran Tanggapan

Skala	Tanggapan Responden
1 – 1,75	Tidak Setuju
1,76 – 2,50	Kurang Setuju
2,51 – 3,25	Setuju
3,26 – 4,00	Sangat Setuju

1.11.6. Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa teknik pengumpulan data penelitian kuantitatif dikemukakan oleh Sugiyono (2012:137-146) dalam penelitian ini. Teknik tersebut antara lain:

1. Wawancara atau *interview*

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

2. Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.

Peneliti akan menggunakan metode atau teknik kuesioner yang akan diberikan kepada masyarakat yang menggunakan *Bus Rapid Transit* (BRT) di Kota Semarang dengan menggunakan skala *likert* sebagai acuan pertanyaan atau pernyataan. Peneliti juga akan menggunakan teknik wawancara dan observasi sesuai kebutuhan.

1.11.7. Teknik Pengolahan Data

Proses pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a). Editing

Editing adalah kegiatan memeriksa serta meneliti kembali data yang diperoleh dari hasil wawancara dan daftar pertanyaan, untuk mengetahui apakah data sudah cukup atau perlu pembetulan.

b). Koding

Koding yaitu mengklasifikasikan jawaban dari responden menurut jenisnya dengan cara memberi kode atau tanda serta skor menurut kriteria yang ada.

c). Tabulasi

Tabulasi yaitu proses penyusunan data yang diklasifikasikan untuk kemudian disusun dalam tabel sehingga mudah dimengerti dan berguna dalam menganalisis data.

1.11.8. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun fenomena sosial yang kita amati. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner penelitian akan dibagi

kepada 100 responden dan dibuat dalam bentuk skala *likert* sesuai dengan skala pengukuran yang dipakai.

Daftar kuesioner sebelum digunakan untuk pengambilan data penelitian, maka daftar kuesioner perlu dilakukan pengujian terlebih dahulu, agar ata yang terkumpul berkualitas, dan sesuai dengan tujuan penelitian. Pengujian kuesioner meliputi uji validitas dan uji reliabilitas (Agus Wahyudin, 2015: 131).

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mendeteksi apakah kuesioner sebagai alat ukur variabel penelitian, telah benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Kuesioner sebagai alat ukur, seharusnya mampu mengukur aspek-aspek substantif yang merupakan indikator dari sebuah variabel penelitian.

Kuesioner sebagai alat ukur, secara statistik dapat diuji validitasnya dengan menggunakan beberapa alat uji. Salah satu uji yang populer digunakan dalam uji validitas kuesioner adalah uji korelasi jawaban butir dan total butir pertanyaan.

Instrumen yang valid harus mempunyai validitas internal dan eksternal. Instrumen yang mempunyai validitas internal, bila kriteria yang ada di dalam instrument secara rasional adalah terukur. Validitas eksternal dapat diketahui apabila kriteria di dalam instrument disusun berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada (Sugiyono, 2012: 111).

Pelaksanaan perhitungan validitas dianalisis dengan bantuan program IBM SPSS *Statistic* 23. Di dalam penelitian ini digunakan rumus *Product Moment*, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

r = Koefisien validitas item yang dicari

x = Skor responden untuk setiap item

$\sum x$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing skor Y

N = Jumlah responden

Suatu kuesioner dikatakan valid jika nilai korelasi r hitung > r tabel. Suatu kuesioner dikatakan tidak valid jika korelasi r hitung < r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mendeteksi apakah kuesioner sebagai alat ukur variabel penelitian telah memberikan hasil pengukuran yang konsisten dari waktu ke waktu. Angket atau kuesioner sebagai alat ukur, diharapkan mampu mengukur semua aspek substantif indikator variabel penelitian dengan hasil yang konsisten dari pengukuran yang pertama dengan pengukuran berikutnya.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan cara pengukuran ulang. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar. Rumus *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = koefisien reliabilitas *alpha*

k = jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah varian butir

σ_t^2 = varian total

1.11.9. Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif yaitu dengan menggunakan angka-angka dan dikelompokkan dalam kategori tertentu atau dalam bentuk statistik. Peneliti menggunakan analisis data yang dilakukan dalam penelitian melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. Tabel Distribusi Frekuensi

Tabel distribusi frekuensi berisi data-data yang diperoleh dari kuesioner ke dalam kerangka tabel yang telah disiapkan sebelumnya, lalu dianalisis sesuai dengan jawaban-jawaban yang ada. Tabel frekuensi tersebut disusun berdasarkan kategori-kategori tertentu yang sesuai dengan pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner.

2. Analisis *Crosstab* atau Tabulasi Silang

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel dan bentuk penyajiannya dalam bentuk tabulasi yang di dalamnya terdapat baris dan kolom. Maka analisis ini akan diperoleh kesimpulan tentang hubungan antar dua variabel.

3. Koefisien Korelasi Rank Kendall

Metode ini dikembangkan oleh Maurice G. Kendall. Korelasi Kendall Tau (τ) digunakan untuk mencari pengaruh dan menguji hipotesis antara dua variabel atau lebih, apabila datanya berbentuk ordinal. Rumus ini digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Kepuasan Masyarakat (Y) dengan rumus sebagai berikut :

$$\tau = \frac{\sum A - \sum B}{\frac{N(N-1)}{2}}$$

Keterangan :

τ = Koefisien Korelasi Kendall Tau yang besarnya ($-1 < \tau < 1$)

A = Total rangking atas

B = Total rangking bawah

N = Total anggota sampel

Tabel 1.7.**Tabel Tingkat Pengaruh antar Variabel**

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0,00 – 0,20	Sangat lemah
0,21 – 0,40	Lemah
0,41 – 0,70	Sedang
0,71 – 0,90	Kuat
0,91 – 0,99	Sangat kuat
1	Korelasi sempurna

Sumber : Sugiono (2019:213)

Uji signifikansi koefisien korelasi menggunakan rumus Z, karena distribusinya mendekati distribusi normal. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$Z = \frac{\tau}{\sqrt{\frac{2(2n+5)}{9n(n-1)}}}$$

Keterangan :

Z = Hasil hitung yang akan dikonsultasikan

τ = Koefisien korelasi

N = Jumlah responden dalam sampel

Hasil perhitungan tersebut dikonsultasikan dengan kriteria Z sebagai berikut :

1. Apabila $Z_0 = Z_t$ pada taraf signifikansi 1% artinya sangat signifikan, hipotesis diterima.
2. Apabila $Z_0 > Z_t$ pada taraf signifikansi 5% artinya signifikan, hipotesis diterima.

3. Apabila $Z_0 < Z_t$ pada taraf signifikansi 5% artinya tidak signifikan, hipotesis ditolak.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui berapa persen (%) pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Kepuasan Masyarakat (Y).

Rumus yang digunakan yaitu :

$$R = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R = koefisien determinasi

r^2 = kuadrat korelasi