

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi dijadikan sebagai salah satu aspek penting yang dapat menunjang keberhasilan dari pembangunan suatu kota. Penyediaan transportasi umum merupakan salah satu upaya pemerintah dalam mengatasi kemacetan, memberikan kemudahan, dan kenyamanan bagi masyarakat di Indonesia. Transportasi umum dipertegas dalam sebuah peraturan perundang-undangan, yaitu Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 15 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Dalam Trayek dan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 2 Tahun 2022 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 9 Tahun 2020 Tentang Pemberian Subsidi Angkutan Penumpang Umum Perkotaan. Oleh karena itu, pemerintah kota atau kabupaten seharusnya memiliki kepedulian dalam menyediakan transportasi umum.

Kemacetan merupakan masalah utama yang sering terjadi di kota-kota besar yang dapat diselesaikan melalui penyediaan transportasi umum. Transportasi umum yang berada di DKI Jakarta, yaitu Transjakarta dan kereta cepat. Kota-kota besar di Indonesia sudah terintegrasi dengan transportasi umum jenis bus, seperti Batik Solo Trans (BST), BRT Semarang, Suroboyo Bus, dan lain-lain. Pada mulanya pembayaran dilakukan secara manual kemudian beralih menjadi pembayaran *e-money*.

Pembayaran secara manual membuat masyarakat menjadi kurang minat dalam menggunakan transportasi umum karena dianggap merepotkan. Permasalahan yang muncul ketika menerapkan pembayaran secara manual, seperti tindak kecurangan baik dari kondektur ataupun penumpang dan sulitnya melakukan pemantauan terhadap pendapatan secara *real time*. Oleh karena itu, membutuhkan inovasi dalam metode pembayaran pada transportasi umum, seperti pembayaran *e-money*. Penerapan *e-money* dapat memberikan kemudahan, keamanan, dan efisiensi waktu bagi penumpang ketika akan menaiki transportasi publik. Pemanfaatan teknologi dalam sistem transportasi publik memiliki peranan yang penting karena membuat pelaksanaan pelayanan menjadi efisien dan efektif. Sektor transportasi dapat menerapkan pembayaran *e-money* karena dapat memberikan kemudahan dalam melakukan pemantauan pendapatan secara *real time*, meminimalisir kecurangan, dan melakukan *tracking* posisi bus.

Pada beberapa kota di Indonesia telah menerapkan pembayaran *e-money* dan mendapatkan respon positif dari masyarakat. Masyarakat merasa dengan sistem pembayaran *e-money* menjadi lebih terstruktur dan memberikan kemudahan bagi masyarakat. Pembayaran secara elektronik sudah digagas oleh pemerintah sejak tahun 2014 bermitra dengan Bank Indonesia mengumumkan suatu gerakan, yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) sebagai penerapan kebijakan pembayaran secara elektronik. Masyarakat di kota-kota besar sudah terbiasa dengan pembayaran yang dilakukan secara digital dengan melakukan *scan barcode* melalui aplikasi atau *tap* menggunakan kartu *e-money*. Menjadi dorongan dalam melakukan perubahan metode pembayaran pada transportasi umum. Pembayaran

digital maupun elektronik memberikan manfaat, seperti masyarakat tidak perlu untuk membawa uang tunai, efisien, ekonomis, waktu menjadi lebih cepat, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Wujud dari *e-money*, yaitu sebuah kartu yang di dalamnya terdapat saldo dan menggunakannya dengan melakukan *tap* pada alat yang tersedia. Alat *tap* tersebut tersedia di dekat pintu masuk bus. Alat *tap* akan menunjukkan status pembayaran yang dilakukan apakah sudah berhasil atau belum, menunjukkan nominal yang dibayar, dan sisa saldo. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah memberikan bentuk pelayanan transportasi umum bagi masyarakat dan mulai menerapkan pembayaran *e-money*.

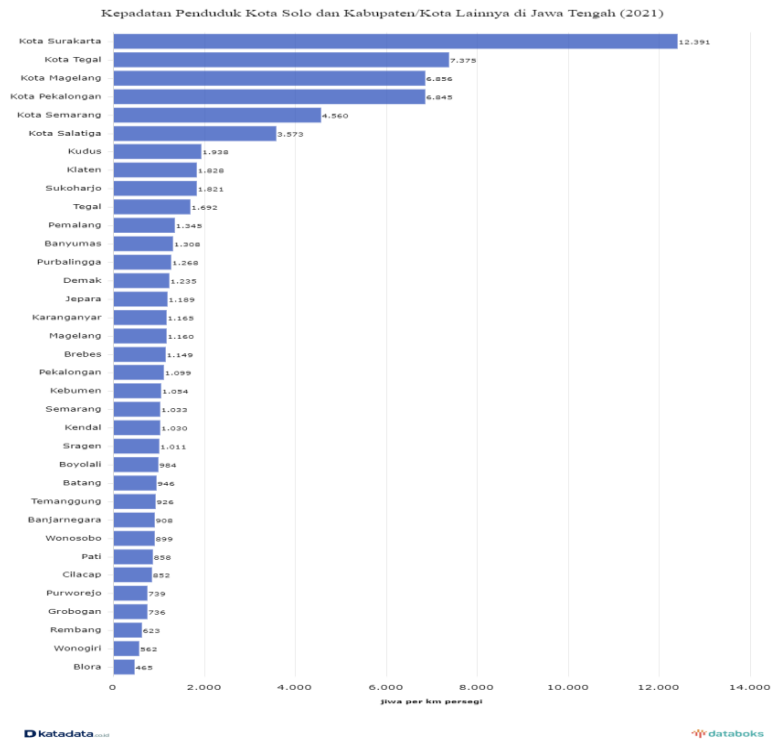
Sejak Desember 2021, pemerintah Provinsi Jawa Tengah meluncurkan pembayaran dengan *cashless* di enam koridor Trans Jateng percobaan awal dilakukan di koridor Semarang-Bawen. Sejak peluncuran pembayaran *cashless* berdasarkan dengan catatan Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Tengah tahun 2022 telah meningkat sebesar 44% dengan penggunaan pembayaran *cashless* paling banyak di koridor Semarang-Bawen sebesar 30%. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah memiliki rencana inovasi lain untuk meningkatkan pembayaran dengan menggunakan kartu dengan metode *tapping*.

Penyebaran pembayaran non tunai menyebar ke daerah-daerah lain yang berada di Provinsi Jawa Tengah, yaitu di Kota Purwokerto. Pada transportasi umum di Kota Purwokerto pembayaran dilakukan dengan cara *tap on bus* dengan media kartu sebagai perantara. Dalam penyediaan pembayaran *e-money*

bekerjasama dengan Bank Mandiri. Kota Semarang juga menerapkan pembayaran *e-money* pada Bus Rapid Transit Semarang (BRT Semarang) dengan cara *tapping* kartu pada alat EDC atau *electronic data capture*. Media yang digunakan, yaitu T-Cash, Tap Cash Semarang Hebat BNI, dan kartu BRIZZI BRI. Kota Banyumas terdapat Trans Banyumas menerapkan pembayaran *e-money* dengan media kartu. Media yang digunakan, yaitu kartu dari Bank Mandiri, Brizzi BRI, Flazz BCA, dan Tap Cash BNI.

Penerapan pembayaran *e-money* memberikan kenyamanan dan kecepatan waktu dalam melakukan proses pembayaran pada transportasi umum. Pemerintah Kota Surakarta menyediakan transportasi publik, yaitu BST atau Batik Solo Trans pada tahun 2010. Batik Solo Trans (BST) memberikan kemudahan bagi masyarakat dan memiliki harga yang terjangkau. Metode pembayaran yang digunakan manual terdapat petugas yang akan berkeliling di dalam bus untuk mengambil pembayaran dari masyarakat. Pemerintah Kota Surakarta meluncurkan Batik Solo Trans (BST) untuk mengurangi kemacetan dan menerapkan sistem pembayaran *e-money*. Hal tersebut disebabkan karena Kota Surakarta memiliki tingkat kepadatan paling tinggi di antara kota atau kabupaten lain yang ada di Jawa Tengah. Hal tersebut dapat dilihat melalui tabel 1.1 di bawah ini.

Gambar 1.1
Kepadatan Penduduk di Jawa Tengah



Sumber: Katadata.com, 2022

Program Teman Bus yang menaungi Batik Solo Trans (BST) sebagai perwujudan dari transportasi publik di Kota Surakarta memiliki jumlah penumpang tertinggi dibandingkan daerah lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memiliki minat tinggi dalam menggunakan Batik Solo Trans (BST).

Gambar 1.2
Jumlah Penumpang Teman Bus Setiap Hari



Sumber: Kementerian Perhubungan, 2021

Pelayanan dan fasilitas yang terdapat pada Batik Solo Trans (BST) memberikan kenyamanan bagi masyarakat. Perubahan metode pembayaran menjadi pembayaran *e-money* memberikan kemudahan dan kenyamanan. Sejak akhir tahun 2022 Pemerintah Kota Surakarta menyatakan bahwa pembayaran pada Batik Solo Trans (BST) menggunakan *e-money*. Proses pembayaran yang dilakukan pun sangat mudah dengan cara melakukan *tapping* kartu pada alat EDC yang terletak di dekat pintu masuk bus. Ketika pembayaran berhasil akan bertuliskan “pembayaran sudah berhasil” dengan ditandai munculnya lampu hijau, tetapi jika status pembayaran gagal akan bertuliskan “pembayaran tidak berhasil” dengan ditandai munculnya lampu merah di bagian tepi alat.

Pemerintah Kota Surakarta bekerjasama dengan berbagai pihak, seperti BNI Tap Cash, BCA Flazz, Mandiri *e-money*, dan BRI Brizzi. Kartu tersebut dapat diperoleh di Alfamart, Indomart atau bank yang bekerjasama dengan membayar seharga Rp20.000-Rp25.000. Penerapan sistem pembayaran *e-money* sebagai bentuk realisasi dari upaya pemerintah dalam menyediakan layanan yang baik. Hal tersebut disebabkan untuk meningkatkan kenyamanan penggunaan pelayanan transportasi publik untuk seluruh masyarakat. Selain itu, dengan adanya sistem pembayaran *e-money* diharapkan tingkat kepuasan dari masyarakat semakin meningkat.

Berdasarkan observasi terkait penggunaan sistem pembayaran *e-money* pada Batik Solo Trans (BST) masih terdapat beberapa permasalahan yang dapat menunjukkan indikasi ketidakpuasan dari pelanggan. Sistem pembayaran *e-money* pada Batik Solo Trans (BST) masih terdapat beberapa permasalahan, seperti alat *Tap On Bus* yang digunakan untuk melakukan *tap* menggunakan kartu terkadang masih *error*. Menurut Informan 1 selaku pelanggan Batik Solo Trans, sebagai berikut:

“Kadang ada beberapa BST yang *tap* kartunya *error* jadi *e-money* tidak terdeteksi. Jadi harus dicoba lagi hingga muncul warna hijau itu pembayaran berhasil. Kalau warna yang muncul merah itu belum berhasil.” (Wawancara 02 November 2023)

Batik Solo Trans (BST) terintegrasi dengan aplikasi Teman Bus. Aplikasi Teman Bus merupakan aplikasi transportasi yang di dalamnya mencakup penggunaan transportasi bus publik pada beberapa kota di Indonesia, yaitu Medan, Denpasar, Yogyakarta, Makassar, Banyumas, Banjarmasin, Bogor, Surabaya,

Bandung, Solo, dan Palembang. Aplikasi Teman Bus memberikan kemudahan untuk mengetahui mengenai rute dan kedatangan bus. Di dalam aplikasi tersebut terdapat bentuk sistem pembayaran *e-money* yang dilakukan dengan *scan*.

Menurut Informan 2 selaku pelanggan Batik Solo Trans, sebagai berikut:

“Aplikasi Teman Bus belum bekerja dengan baik padahal fitur pembayaran dan rute diperlukan soalnya masih banyak yang nunggu di halte tapi sebelum naik tanya dulu rute BST nya kemana.” (Wawancara 02 November 2023)

Pembayaran melalui QRIS melalui *smartphone* memiliki permasalahan di mana dalam bukti transaksi hanya dapat dilihat oleh pelanggan. Di mana keadaan bus yang sedang berjalan membuat pelanggan kesulitan dalam melakukan *scan* dan memberikan bukti transaksi pembayaran kepada sopir BST. Menurut

Informan 3 selaku pelanggan Batik Solo Trans, sebagai berikut:

“Pas pertama kali aku pakai *e-money* aku sempet mengalami kejadian yang bikin aku agak kaget karena aku ditegur sama sopir BST karena lupa nunjukkin bukti pembayaran soalnya posisinya waktu itu susah karena bus sudah jalan jadi berdiri juga susah.” (Wawancara 02 November 2023)

Alat *tap on bus* dan *barcode scan* QRIS terletak di dekat pintu masuk bus hal tersebut membuat antrian pelanggan yang akan melakukan transaksi pembayaran menumpuk di bagian depan padahal bus ketika berhenti harus langsung menaikkan penumpang kemudian kembali untuk jalan. Menurut Informan 4 selaku pelanggan Batik Solo Trans, sebagai berikut:

“Alat *tap* dan papan *barcode* itu di pintu masuk bus. Bus BST yang biru orang yang mau naik harus buka pintu sendiri, nutup pintu sendiri, habis itu bayar pakai *e-money*.” (Wawancara 02 November 2023)

Pembayaran *e-money* yang diterapkan pada Batik Solo Trans berkaitan dengan bentuk penyelenggaraan pelayanan yang diberikan oleh Pemerintah Kota Surakarta untuk seluruh masyarakat dan pelanggan Batik Solo Trans (BST).

Diharapkan dengan adanya pembayaran *e-money* sebagai bentuk peningkatan mutu pelayanan dan produk dapat meningkatkan pula kepuasan pelanggan Batik Solo Trans (BST) untuk bepergian sehari-harian. Kualitas pelayanan merujuk pada adanya bentuk layanan yang sesuai dengan harapan dan dibutuhkan oleh masyarakat, sedangkan kualitas produk merujuk pada adanya kemampuan dari produk yang dapat memiliki hasil kinerja sesuai harapan dan dibutuhkan bahkan melebihinya. Apabila pelanggan merasakan peningkatan kualitas pelayanan dan produk yang disediakan oleh pemerintah maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menggunakan bentuk pelayanan pembayaran *e-money* yang terdapat pada Batik Solo Trans (BST).

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang memiliki potensi memengaruhi kepuasan pengguna sehingga antara keduanya dapat memiliki hubungan ataupun saling berpengaruh (Tjiptono, 2012). Dalam kualitas pelayanan berkaitan dengan ekspektasi dan harapan dari para pelanggan terhadap produk. Hal tersebut disebabkan karena kepuasan pengguna dapat dikatakan sebagai suatu hasil evaluasi terhadap produk maupun jasa yang digunakan apakah selaras dengan harapan. Ekspektasi dan harapan ini berkaitan dengan kinerja dari produk layanan yang diberikan tersebut. Terdapat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pengguna, yaitu kualitas produk (Tjiptono, 2012). Kualitas produk berkaitan dengan kemampuan dari suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan dan ekspektasi dari pelanggan. Di mana berkaitan dengan kemudahan, kehandalan, dan ketepatan dari produk tersebut. Apabila produk tersebut berjalan sesuai dengan fungsi bahkan melebihinya maka pelanggan akan merasa puas untuk

menggunakan produk tersebut. Pelanggan akan selalu kembali untuk menggunakan produk tersebut karena terdapat rasa kepuasan di diri pelanggan. Dalam hal ini faktor mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti emosional, harga, dan biaya konsumen belum digunakan karena ingin melihat bagaimana kinerja yang dihasilkan dari pelayanan dan produk pelayanan baru yang diterapkan pada Batik Solo Trans (BST) apakah sudah memenuhi harapan, kebutuhan, dan keinginan dari para pelanggan.

Berdasarkan uraian dari situasi dan kondisi pembayaran *e-money* pada Batik Solo Trans (BST) di Kota Surakarta melatarbelakangi penulis dalam melangsungkan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Pembayaran *E-Money* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Batik Solo Trans”**

1.2 Rumusan Masalah

Dapat dirumuskan pertanyaan penelitian, yaitu “Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas produk pembayaran *e-money* terhadap kepuasan pelanggan pada Batik Solo Trans?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan di atas maka penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas produk pembayaran *e-money* terhadap kepuasan pelanggan pada Batik Solo Trans.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Berkomitmen menyumbangkan sumbangsih kemajuan ilmu administrasi publik yang berkaitan dengan pemikiran akademis mengenai pembayaran *e-money* pada Batik Solo Trans (BST) melalui teori kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan kualitas produk.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian sesuai dengan materi yang didasari oleh hasil belajar perkuliahan yang menambahkan pengetahuan dan pengalaman untuk melakukan penelitian.

2. Bagi Instansi Terkait

Penelitian yang dilakukan mampu mengupayakan peningkatan dan perbaikan terhadap pelayanan dalam pembayaran *e-money* pada Batik Solo Trans (BST) dengan memberikan kontribusi dalam hal saran yang dapat membantu memberikan peningkatan kualitas dan kepuasan pelayanan.

1.5 Kajian Pustaka

1.5.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti dalam penelitian ini memberikan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan permasalahan yang

akan diteliti terkait dengan pengembangan transportasi umum di Batik Solo Trans (BST).

Dewa dan Safitri (2020) melakukan penelitian yang berjudul “Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan OVO Pada Masa *Physical Distancing*”. Tujuan dari pelaksanaan penelitian tersebut, yaitu menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan OVO pada masa *physical distancing* di Yogyakarta dan Solo. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Dalam penelitian yang dilakukan menggunakan teori loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil penelitian, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Di antara kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna secara parsial variabel yang paling dominan dalam memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, yaitu kepuasan pengguna.

Susila dkk (2022) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Penggunaan BSI Mobile Banking”. Tujuan dari pelaksanaan penelitian tersebut, yaitu mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah pengguna

kualitas layanan *mobile banking* bagi nasabah yang menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Dalam penelitian yang dilakukan menggunakan teori kepuasan, kualitas pelayanan, kemudahan transaksi, dan fitur produk. Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil penelitian, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah. Kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan kualitas pelayanan, kemudahan transaksi, dan fitur produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tiesa (2022) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Manfaat Sistem Pembayaran Aplikasi OVO Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Berbasis Online (Grab) Di Kota Tangerang”. Tujuan dari pelaksanaan penelitian tersebut, yaitu mengetahui seberapa pentingnya pengaruh kualitas layanan dan manfaat sistem pembayaran aplikasi OVO yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi berbasis *online* (GRAB) di Kota Tangerang. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Dalam penelitian yang dilakukan menggunakan kepuasan konsumen, kualitas

pelayanan, dan manfaat sistem pembayaran. Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil penelitian, yaitu kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Manfaat sistem pembayaran aplikasi OVO memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan kepuasan. Secara simultan kualitas pelayanan dan manfaat sistem pembayaran aplikasi OVO berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Rejeki dkk (2020) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya)”. Tujuan dari pelaksanaan penelitian tersebut, yaitu mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan OVO di STIE Eka Prasetya. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Dalam penelitian yang dilakukan menggunakan kepuasan pengguna, kualitas pelayanan, dan promosi. Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil penelitian, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan OVO. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan OVO. Secara simultan kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Mahira dkk (2021) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap

Kepuasan Pelanggan Indihome”. Tujuan dari pelaksanaan penelitian tersebut, yaitu membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di wilayah Tanjung Priok, Jakarta Utara. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Dalam penelitian yang dilakukan menggunakan teori kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Indikator yang digunakan dalam kepuasan pelanggan, yaitu bersedia untuk memberikan rekomendasi dan penggunaan berkelanjutan. Indikator yang digunakan dalam kualitas produk, yaitu reliabilitas, daya tahan, dan kesesuaian dengan spesifikasi. Indikator yang digunakan dalam kualitas pelayanan, yaitu keandalan, responsibilitas, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil penelitian, yaitu kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Malik dkk (2019) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Tujuan dari pelaksanaan penelitian tersebut, yaitu mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di MNC Vision. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan metode

kuantitatif. Dalam penelitian yang dilakukan menggunakan teori kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Indikator yang digunakan dalam kepuasan pelanggan, yaitu kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, dan konfirmasi harapan. Indikator yang digunakan dalam kualitas produk, yaitu spesifikasi produk, kinerja produk, dan tampilan produk. Indikator yang digunakan dalam kualitas pelayanan, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil penelitian, yaitu kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi kualitas pelayanan belum dapat membuktikan hubungan terhadap kepuasan pelanggan.

Andalusi (2018) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium”. Tujuan dari pelaksanaan penelitian tersebut, yaitu menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan instrument penunjang laboratorium di PT. Laborindo Sarana. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Dalam penelitian yang dilakukan menggunakan teori kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk. Indikator yang digunakan dalam kepuasan pelanggan, yaitu konsumen akan membeli kembali dan

menggunakan produk tersebut di waktu yang akan datang. Indikator yang digunakan dalam kualitas pelayanan, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Indikator yang digunakan dalam harga, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan daya saing harga. Indikator yang digunakan dalam kualitas produk, yaitu *performance* (kinerja), *durability* (daya tahan), *features* (fitur), dan *conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi). Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil penelitian, yaitu kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pahlawan dkk (2019) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar”. Tujuan dari pelaksanaan penelitian tersebut, yaitu mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Dalam penelitian yang dilakukan

menggunakan teori kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil penelitian, yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh tidak langsung berasal dari kualitas produk yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jika dilakukan mediasi oleh kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jika dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

Khairusy dan Febriani (2020) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada pelanggan KFC Store Merdeka Bandung)”. Tujuan dari pelaksanaan penelitian tersebut, yaitu mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di KFC Store Merdeka Bandung. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Dalam penelitian yang dilakukan menggunakan teori kepuasan pelanggan, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

Indikator yang digunakan dalam kepuasan pelanggan, yaitu kinerja dan harapan. Indikator yang digunakan dalam kualitas produk, kinerja, fitur, kehandalan, konformasi, daya tahan, *service ability*, estetika, dan persepsi terhadap kualitas. Indikator yang digunakan dalam kualitas pelayanan, yaitu *tangible*, *emphaty*, *realibility*, *responsivnes*, dan *assurance*. Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil penelitian, yaitu secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Nur 'Ain dan Susila (2021) melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Uang Elektronik Pada Masyarakat Kabupaten Sukoharjo dengan Kepuasan dan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening". Tujuan dari pelaksanaan penelitian tersebut, yaitu menguji secara empiris signifikansi pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pengguna uang elektronik pada masyarakat Kabuapten Sukoharjo dengan kepuasan dan kepercayaan sebagai variabel intervening. Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Dalam penelitian yang dilakukan menggunakan teori loyalitas pelanggan, kepuasan, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kualitas

produk. Dari penelitian yang dilakukan didapatkan hasil penelitian, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan dan kualitas produk berpengaruh negatif signifikan terhadap kepercayaan. Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan. Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan berpengaruh negatif signifikan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas. Kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan dan kepercayaan sebagai variabel intervening mampu menjelaskan variabilitas variabel loyalitas pelanggan. Variabel kepuasan terbukti mampu untuk menjadi mediator pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan variabel kepercayaan bukan merupakan variabel mediator pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas.

Dari penelitian terdahulu di atas, kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sehingga, dalam penelitian ini kualitas pelayanan dan kualitas produk tepat untuk digunakan sebagai variabel yang akan diuji terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan dengan penjelasan di atas, kualitas pelayanan dan kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

1.5.2 Administrasi Publik

Chandler dan Plano (1988: 29-30) dalam (Harbani Pasolong, 2010) mengartikan administrasi publik adalah proses yang terdapat sumberdaya atau pegawai publik yang terorganisir dan dikoordinasikan untuk melakukan suatu formulasi, melakukan suatu implementasi atau penerapan, dan melakukan pengelolaan dalam keputusan-keputusan kebijakan publik. Tujuan dari administrasi publik, yaitu melakukan pemecahan masalah-masalah yang terdapat dalam publik dengan adanya perbaikan atau pembenahan. Administrasi publik memberikan gambaran bahwa pemerintah memiliki peran dalam menyediakan pelayanan publik kepada masyarakat untuk memenuhi setiap kebutuhannya. Dalam administrasi publik pemenuhan kebutuhan yang diberikan dapat dilihat melalui sektor transportasi publik. Pemerintah Kota Surakarta menyediakan pelayanan publik dalam bentuk transportasi publik melalui Batik Solo Trans (BST). Selain itu, Pemerintah Kota Surakarta mengadopsi sistem pembayaran non tunai berdasarkan dengan regulasi.

1.5.3 Manajemen Publik

Manajemen publik memiliki fokus yang terletak pada bagian internal supaya mesin pemerintahan dan organisasi non profit dapat bekerja dengan baik, tetapi tidak bisa terlepas dari interaksi dan pengaruh lingkungan di mana organisasi publik itu berada. Dalam

sistem transportasi publik perlu dikelola dengan manajemen yang baik, seperti sistem pembayaran *cashless*. Paradigma manajemen publik, yaitu *Old Public Administration* (OPA), *New Public Administration* (NPA), *New Public Management* (NPM), *New Public Service* (NPS), dan *Governance*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti memfokuskan pada paradigma keempat, yaitu *New Public Service* (NPS). Paradigma *new public service* mengembalikan pandangan bahwa masyarakat sebagai pihak yang harus dilayani dan pemerintah memiliki peran sebagai pelayan publik. Memiliki harapan bahwa pemerintah dapat menemukan berbagai inovasi baru dalam penyelenggaraan kebijakan dan program publik. Hal tersebut disebabkan karena dalam metode pembayaran Batik Solo Trans (BST) terdapat inovasi baru yang muncul, yaitu pembayaran dengan menggunakan *e-money*. Inovasi pembayaran *e-money* memberikan kemudahan bagi masyarakat dan bentuk perwujudan dari peningkatan kualitas yang berdampak dengan peningkatan kepuasan.

1.5.4 Kepuasan Pelanggan (Y)

Tjiptono (2008) berpendapat kepuasan pengguna merupakan respon pelanggan terkait dengan puas atau tidak puas dari seorang pelanggan yang dapat dijadikan sebagai evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau harapan kinerja lainnya dan kinerja

aktual produk yang dirasakan setelah memakainya. Menurut Kuswandi (2004) kepuasan pelanggan berkaitan dengan perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap apa yang diberikan perusahaan. Ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pengguna merupakan tanggapan atau respon yang berkaitan dengan rasa puas dan tidak puas dari pelanggan, serta suatu hal yang dirasakan oleh pelanggan ketika menggunakan dan mendapatkan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Perasaan tersebut adalah sesuatu yang dirasakan oleh pelanggan dapat berupa perasaan senang, sedih, kecewa, terpuaskan, dan masih banyak lagi.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2012:312) sebagai berikut:

1. Kualitas produk. Perasaan puas muncul apabila pemakaian produk yang digunakan merupakan produk yang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan. Perasaan puas akan muncul jika pelanggan memperoleh proses layanan sesuai yang diharapkan dan dibutuhkan.
3. Emosional. Perasaan puas dan bangga dari pelanggan akan muncul apabila orang lain merasa kagum dengan produk yang digunakan oleh pelanggan.
4. Harga produk. Perasaan puas dari pelanggan akan muncul apabila pelanggan memperoleh harga yang relatif lebih murah.

5. Biaya konsumen. Perasaan puas dari pelanggan akan muncul apabila tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau terlalu membuang waktu untuk memperoleh suatu hal yang diinginkan.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2012), yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Rangkuti (2002:30), yaitu persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan, nilai, harga, dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Irawan (2008) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur melalui empat indikator, yaitu:

1. Perasaan puas memiliki makna bahwa pelanggan merasa puas dari pelayanan yang disediakan.
2. Selalu membeli produk di mana pelanggan selalu setia untuk menggunakan pelayanan yang disediakan dengan syarat bahwa harapan dari pelanggan terpenuhi.
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain. Apabila muncul perasaan puas terkait dengan pelayanan lalu pengguna memberikan saran kepada pengguna lain untuk menggunakan layanan tersebut.
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk, kualitas pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan dari pelanggan.

Kotler (2005) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu sistem keluhan dan saran; *ghost Shopping; lost Customer Analysis*. Indrasari (2019) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu:

1. Kesesuaian harapan dimaksudkan bahwa kepuasan dapat diukur berdasarkan dengan sesuai atau tidak sesuai antara harapan dengan kinerja.
2. Minat berkunjung kembali dimaksudkan bahwa pelanggan akan kembali untuk menggunakan bentuk pelayanan yang telah disediakan.
3. Kesiediaan merekomendasikan dimaksudkan bahwa pelanggan yang sudah menggunakan pelayanan tersebut memiliki keinginan dan kesiediaan dalam merekomendasikan pelayanan tersebut kepada orang lain.

Dari tiga teori mengenai kepuasan pelanggan indikator yang tepat terkait dengan kepuasan pelanggan pada pelayanan sistem pembayaran *e-money* pada Batik Solo Trans (BST), yaitu perasaan puas, kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesiediaan merekomendasikan.

1.5.5 Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan publik menurut Hardiyansyah (2011) adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan di mana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan. Dalam Undang-undang No. 25 tahun 2009 tentang pelayanan publik, mendefinisikan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan atau serangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (1993) (dalam Pasolong, 2016) mengemukakan bahwa pelayanan sebagai bentuk kegiatan pelayanan dalam bentuk barang atau jasa dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat. Kualitas pelayanan adalah aspek krusial yang perlu diperhatikan dalam layanan publik. Kualitas pelayanan publik adalah keseluruhan layanan yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat. Penilaian kualitas pelayanan adalah pengukuran terhadap sejauh mana perbandingan antara ekspektasi dan tanggapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2012) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima indikator, yaitu:

1. Bukti fisik merujuk pada aspek visual layanan yang disediakan oleh perusahaan.
2. Empati mengacu pada komitmen pengelola dalam memberikan perhatian yang tulus kepada konsumen.
3. Kehandalan berarti kapabilitas perusahaan dalam secara konsisten memberikan layanan.
4. Cepat tanggap merujuk pada kemampuan perusahaan dalam merespon kebutuhan pelanggan secara efisien serta menyediakan layanan dan menangani keluhan dengan cepat.
5. Jaminan adalah kemampuan perusahaan untuk menjamin bahwa karyawannya memiliki pengetahuan, kesantunan, dan kemampuan melayani pelanggan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry (1990) (dalam Hardiyansyah, 2011) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima indikator, yaitu: *tangible* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati). Kumorotomo (1996) (dalam Pasolong, 2013) terdapat empat indikator dari kualitas pelayanan, yaitu efisiensi, efektivitas, keadilan, dan daya tanggap.

1. Efisiensi berkaitan dengan keberhasilan dari suatu organisasi untuk memberikan layanan, memperoleh keuntungan,

memanfaatkan berbagai faktor produksi, dan memberikan pertimbangan yang berasal dari rasionalitas ekonomis.

2. Efektivitas berkaitan dengan sasaran organisasi, rasionalitas dalam aspek teknis, nilai-nilai yang dianut serta peran dan fungsi yang dimiliki oleh penyedia pelayanan.
3. Keadilan berkaitan dengan distribusi dan jangkauan dari layanan terhadap pelayanan publik yang diberikan.
4. Daya tanggap sangat diperlukan oleh masyarakat pada saat pemberian pelayanan publik kepada masyarakat serta mendengarkan dan tanggap terhadap setiap keluhan atau pengaduan dari masyarakat.

Dari tiga teori mengenai kualitas pelayanan indikator yang tepat digunakan untuk mengukur penelitian terkait dengan kualitas pelayanan pembayaran *e-money* pada Batik Solo Trans (BST), yaitu bukti fisik, empati, kehandalan, cepat tanggap, jaminan.

1.5.6 Kualitas Produk (X2)

Menurut Tjiptono (2015), produk didefinisikan sebagai persepsi subjektif yang dimiliki produsen tentang sesuatu yang mereka tawarkan sebagai cara dalam memperoleh sasaran organisasi. Kotler dan Keller (2009) mengemukakan kualitas produk, yaitu suatu kondisi dinamis dari produk atau barang yang memberikan keuntungan atau manfaat kepada konsumen sejalan dengan apa yang mereka butuhkan dan harapkan.

Tjiptono dan Chandra (2012) menerangkan terdapat delapan indikator dari kualitas produk, yaitu kinerja, fitur, kehandalan, konformasi, daya tahan, *service ability*, estetika, dan persepsi terhadap kualitas. Menurut Haris dan Welsa (2018) terdapat tiga indikator dari kualitas produk, yaitu reliabilitas, daya tahan, dan kesesuaian dengan spesifikasi. Menurut Kotler dan Keller (2012) terdapat sepuluh indikator dari kualitas produk, yaitu bentuk, ciri-ciri produk, kinerja, ketepatan, ketahanan, kehandalan, kemudahan perbaikan, gaya, dan desain.

Dari tiga teori mengenai kualitas pelayanan indikator yang tepat digunakan terkait dengan kualitas produk pembayaran *e-money* pada Batik Solo Trans (BST), yaitu: bentuk, kinerja, ketepatan, ketahanan, dan kemudahan perbaikan.

1.5.7 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Pelanggan

Adanya ekspektasi atau harapan dari pelanggan menandakan bahwa terdapat suatu keinginan atau kebutuhan dari pelanggan pada saat menerima bentuk pelayanan yang diberikan dari organisasi ataupun pemerintah (Tjiptono, 2007). Apabila kinerja dari layanan yang sesuai dengan ekspektasi bahkan melebihinya maka pelanggan dapat merasakan rasa puas setelah menggunakan dan merasakan bentuk pelayanan tersebut. Akan tetapi, jika

pelanggan merasa layanan tidak sesuai dengan ekspektasi maka akan muncul perasaan tidak puas dengan pelayanan tersebut.

Kualitas pelayanan adalah konstruk yang dapat mempengaruhi dan berdampak terhadap tingkatan kepuasan pelanggan. Apabila muncul perasaan puas dari layanan yang diberikan maka pelanggan dapat memberikan rekomendasi kepada orang lain begitu pula apabila muncul perasaan tidak puas dengan layanan akan menceritakan kepada orang lain. Kualitas pelayanan dapat menimbulkan kepuasan pelanggan apabila kinerja dari pelayanan tersebut sesuai atau melebihi dari harapan pelanggan.

1.5.8 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Armstrong (2004) berpendapat bahwa kualitas produk sangat terkait dengan efektivitas produk dalam melaksanakan fungsi-fungsinya. Ini mencakup aspek keseluruhan produk, keandalan, keakuratan serta kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan. Jika produk yang dihasilkan dari suatu organisasi atau pemerintah mampu beroperasi secara efektif dan memiliki tingkat pengoperasian yang mudah sehingga dapat menimbulkan perasaan puas setelah menggunakan dan merasakan produk tersebut. Apabila fungsi dari produk sesuai dapat membuat pelanggan senang setelah menggunakannya. Akan tetapi, apabila fungsi dari produk tersebut tidak sesuai dapat membuat pelanggan tidak senang untuk menggunakannya.

Kualitas produk adalah konstruk yang dapat mempengaruhi dan berdampak terhadap tingkatan kepuasan pelanggan. Dalam memberikan rasa kepuasan bagi pelanggan perusahaan atau pemerintah harus meluncurkan produk yang memiliki kualitas terbaik. Hal tersebut disebabkan supaya pelanggan dapat melakukan pembelian ulang dan meningkatkan kesetiaan pelanggan untuk selalu menggunakan produk tersebut. Pelanggan akan tetap setia menggunakan produk dan tidak memilih pesaing lain karena produk yang dihasilkan lebih unggul dibandingkan dengan yang lainnya. Apabila produk tersebut memiliki suatu permasalahan maka dalam hal perbaikan dapat dilakukan dengan cepat sehingga tidak dapat menghambat pelanggan dalam menggunakannya.

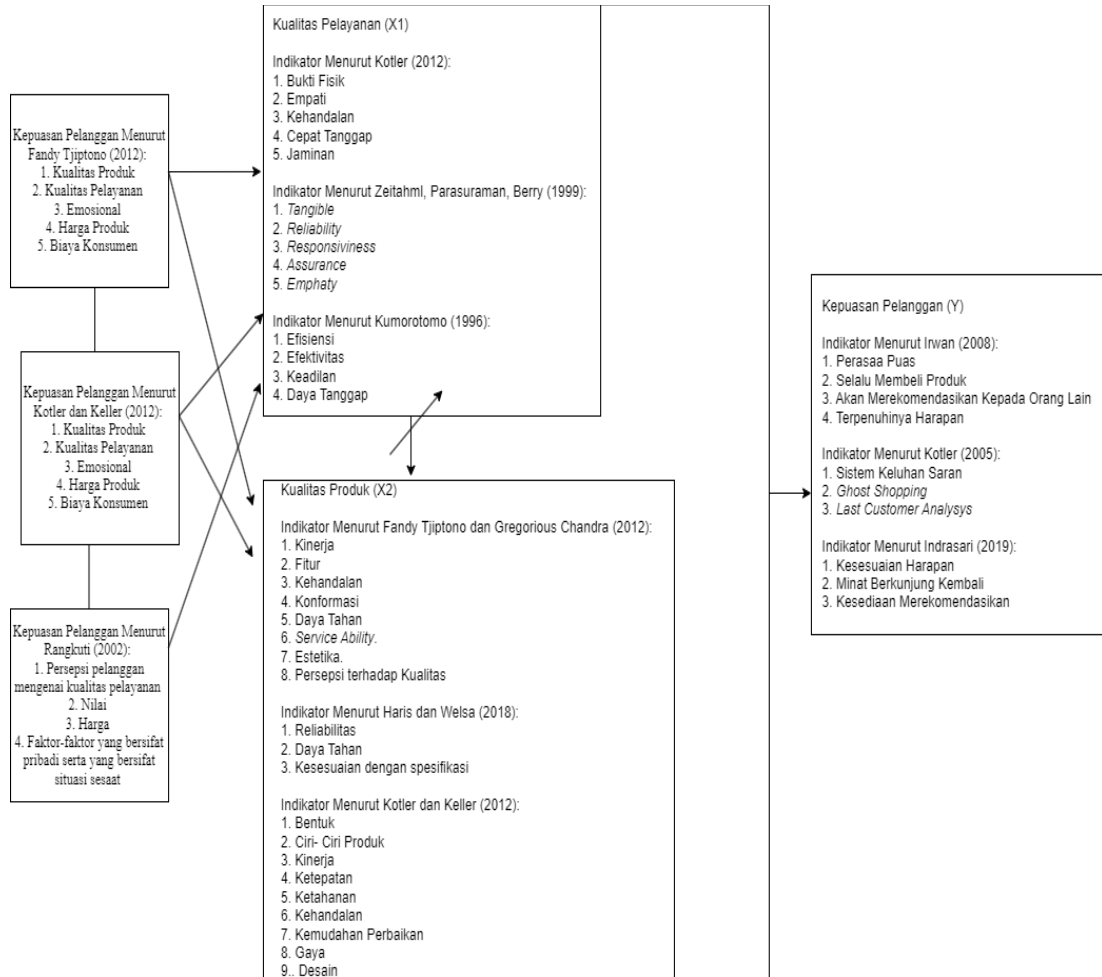
1.5.9 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2012). Di mana antara kualitas pelayanan dan produk memunculkan adanya ekspektasi atau harapan dari para pelanggan ketika mendapatkan dan menggunakan pelayanan dan produk yang disediakan dari pemerintah ataupun organisasi. Apabila hasil yang diperoleh dari bentuk produk layanan memenuhi ekspektasi memunculkan perasaan puas setelah menggunakannya. Apabila

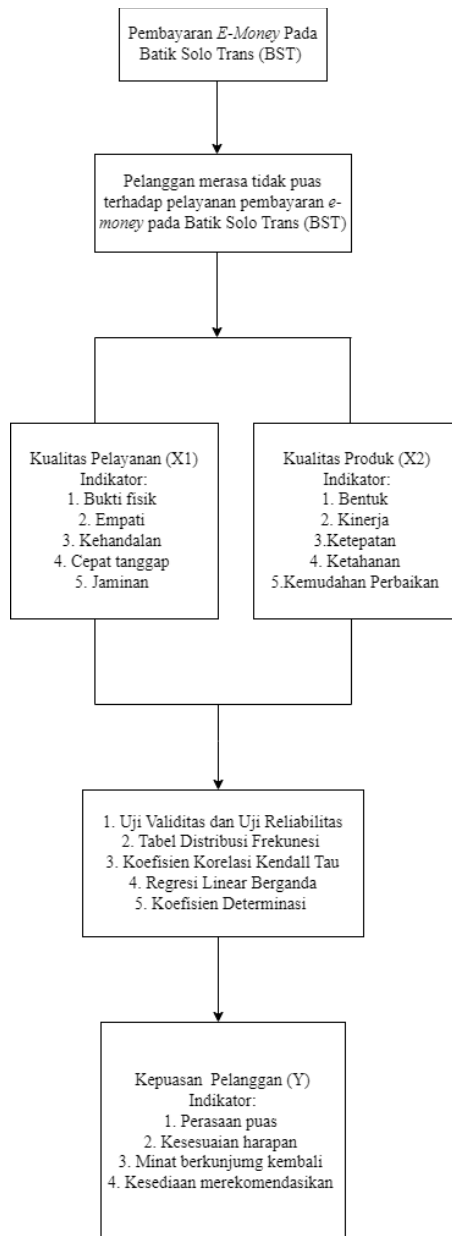
hasil yang diperoleh dari bentuk produk pelayanan yang diberikan tidak memenuhi harapan memunculkan perasaan tidak puas setelah menggunakannya.

Harapan yang muncul dari pelanggan berkaitan dengan pemenuhan permintaan dan kebutuhan. Apabila permintaan dan kebutuhan tersebut terpenuhi dengan baik maka dapat menimbulkan kepuasan pelanggan di dalam dirinya sehingga dapat dikatakan bahwa organisasi atau pemerintah telah menyediakan produk pelayanan yang tepat dan sesuai untuk digunakan oleh pelanggan. Jika kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat ditingkatkan nantinya berdampak terhadap kepuasan pelanggan.

1.6 Kerangka Teori



1.7 Kerangka Berpikir



1.8 Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah kesimpulan awal yang masih bersifat tentatif, sebuah respon atau tebakan awal yang dianggap sebagai pembangunan konseptual oleh peneliti mengenai suatu masalah penelitian yang mengartikulasikan relasi antar dua atau lebih variabel menurut Ismael Nurdin dan Sri Hartati (2019) (dalam Sri Rochani Mulyani, 2021). Kebenaran dari dugaan harus dibuktikan melalui penelitian ilmiah yang dilakukan. Hipotesis penelitian terdapat hipotesis minor dan mayor adalah

Ho: Ada hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Ha: Tidak ada hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Ho: Ada hubungan yang positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Ha: Tidak ada hubungan yang positif antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

Ho: Ada hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Ha: Tidak ada hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

1.9 Definisi Konsep dan Definisi Operasional

1.9.1 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan, yakni suatu respon tentang rasa puas dan tidak puas dari pelanggan serta suatu hal yang dirasakan oleh pelanggan ketika menggunakan dan mendapatkan pelayanan yang diberikan. Indikator yang digunakan, yaitu perasaan puas, kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

1.9.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan, yakni suatu kondisi terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan. Indikator yang digunakan, yaitu bukti fisik, empati, kehandalan, cepat tanggap, dan jaminan.

1.9.3 Kualitas Produk

Kualitas produk, yakni usaha sebuah produk yang mampu memberi hasil kepada pelanggan sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan dari pelanggan bahkan bisa melibehinya. Indikator yang digunakan, yaitu bentuk, kinerja, ketepatan, ketahanan, dan kemudahan perbaikan.

Tabel 1.1 Definisi Konsep dan Definisi Operasional

| No | Variabel | Definisi Konsep | Indikator | Definisi Operasional |
|----|------------------------|--|------------------|---|
| 1. | Kepuasan Pelanggan (Y) | Suatu respon tentang rasa puas dan tidak puas dari pelanggan serta suatu hal yang dirasakan oleh pelanggan | 1. Perasaan puas | 1. Apakah Anda merasa puas menggunakan pelayanan pembayaran <i>e-money</i> pada |

| | | | | |
|----|-------------------------|--|------------------------------|---|
| | | ketika menggunakan dan mendapatkan pelayanan yang diberikan. | | Batik Solo Trans? |
| | | | 2.Kesesuaian harapan | 2. Apakah pembayaran <i>e-money</i> yang diterapkan di Batik Solo Trans lebih mudah dibandingkan dengan pembayaran tunai? |
| | | | 3.Minat berkunjung kembali | 3. Apakah Anda memiliki keinginan untuk menggunakan Batik Solo Trans sebagai transportasi publik karena pembayaran <i>e-money</i> yang telah diterapkan? |
| | | | 4.Kesediaan merekomendasikan | 4. Apakah Anda bersedia memberikan rekomendasi penggunaan pembayaran <i>e-money</i> di Batik Solo Trans kepada orang lain? |
| 2. | Kualitas Pelayanan (X1) | Suatu kondisi terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan. | 1. Bukti fisik | <p>1. Apakah ketika Anda membayar dengan kartu <i>e-money</i> didukung dengan kelengkapan alat bantu <i>tap on bus</i> pada Batik Solo Trans?</p> <p>2. Apakah ketika Anda membayar melalui telepon genggam</p> |

| | | | | |
|----|----------------------|---|------------------|--|
| | | | | didukung dengan kelengkapan alat bantu papan <i>barcode</i> pada Batik Solo Trans? |
| | | | 2. Empati | 3. Apakah penyedia layanan <i>e-money</i> untuk Batik Solo Trans memahami apa yang menjadi kebutuhan Anda sebagai pelanggan? 4. Apakah penyedia layanan <i>e-money</i> untuk Batik Solo Trans memahami apa yang menjadi keinginan Anda sebagai pelanggan? |
| | | | 3. Kehandalan | 5. Apakah <i>e-money</i> pada Batik Solo Trans memberikan pelayanan transaksi yang cepat? |
| | | | 4. Cepat tanggap | 6. Apabila pembayaran <i>e-money</i> mengalami masalah apakah terdapat solusi yang cepat dari penyedia Batik Solo Trans? |
| | | | 5. Jaminan | 7. Apakah pembayaran <i>e-money</i> sudah menjamin pembayaran Anda ketika naik Batik Solo Trans? |
| 3. | Kualitas Produk (X2) | Usaha sebuah produk yang mampu memberi hasil kepada pelanggan sesuai dengan | 1. Bentuk | 1. Apakah bentuk kartu Batik Solo Trans dan <i>scan barcode</i> sudah baik? |

| | | | | |
|--|--|---|------------------------|--|
| | | keinginan, kebutuhan, dan harapan dari pelanggan bahkan bisa melebihinya. | | |
| | | | 2. Kinerja | 2. Apakah kartu Batik Solo Trans dengan alat bantu <i>tap on bus</i> bekerja dengan cepat? 3. Apakah <i>scan barcode</i> dengan alat bantu papan <i>barcode</i> bekerja dengan cepat? |
| | | | 3. Ketepatan | 4. Apakah menurut Anda pembayaran <i>e-money</i> pada Batik Solo Trans memiliki fungsi yang sesuai dengan harapan sebagai alat pembayaran? |
| | | | 4. Ketahanan | 5. Apakah produk pembayaran <i>e-money</i> pada Batik Solo Trans dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama? |
| | | | 5. Kemudahan perbaikan | 6. Ketika ada masalah pada produk pembayaran <i>e-money</i> pada Batik Solo Trans apakah mudah diperbaiki? |

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Riset kuantitatif adalah cara berbasis prinsip-prinsip positivisme yang diterapkan dalam meneliti populasi atau sampel tertentu. Dalam metode ini, data dikumpulkan melalui alat ukur tertentu dan dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2014). Model kuantitatif menggunakan alat-alat yang memiliki kegunaan dalam mengukur gejala-gejala tertentu kemudian diolah secara statistik. Metode penelitian kuantitatif berguna untuk menguji teori atau hipotesis yang bersifat parametrik. Penelitian kuantitatif menampakkan kesulitan di dalam mengontrol atau mengendalikan variabel-variabel lain di mana ke depannya dapat memberikan pengaruh pada proses penelitian. Dalam penelitian kuantitatif memiliki beberapa jenis, yakni penelitian deskriptif, penelitian eksplanatori, dan penelitian eksploratif.

Penelitian ini memfokuskan pada jenis penelitian eksplanatori, yaitu suatu penelitian yang memiliki tujuan dalam menguji hipotesis untuk menguatkan atau menolak hipotesis yang terdapat di dalam hasil penelitian yang sudah tersedia. Hal tersebut disebabkan karena dalam penelitian yang dilakukan peneliti mencantumkan hipotesis untuk melihat pengaruh yang terjadi antar variabel, yaitu Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk sebagai variabel X terhadap

Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Y. Peneliti akan menghasilkan jawaban apakah hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya memiliki pengaruh atau tidak memiliki pengaruh.

1.9.2 Populasi dan Sampel

1.9.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah penggeneralisasian yang dibuat mencakup individu yang mempunyai ciri khas khusus yang ditentukan peneliti sebagai target pengamatan dan penyimpulan (Sugiyono, 2007). Populasi dalam penelitian adalah masyarakat yang menggunakan Batik Solo Trans berjumlah 20.000.

1.9.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik keseluruhan populasi yang diteliti (Sugiyono, 2013). Arikunto (2006: 134) berpendapat jika subyek yang digunakan dalam penelitian kurang dari 100 disarankan untuk memasukkan seluruhnya dalam penelitian. Jika jumlah subjeknya banyak diambil sekitar 10%-15% atau 15%-25% atau lebih. Dalam menentukan sampel menggunakan rumus:

$$n = \frac{N}{(N \times d^2) + 1}$$

Keterangan :

n = Banyak Sampel

N = Populasi

d^2 = Perbedaan antara rata-rata populasi dengan rata-rata sampel (*sampling error*) sama dengan 10% atau 0,1

Tingkat kesalahan yang biasanya digunakan untuk menentukan sampel, antara lain 1%, 5%, 10%. Perhitungan sampel adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= 20.000 / (20.000)(0,1)^2 + 1 \\ &= 99,50 = 100 \text{ responden} \end{aligned}$$

Sesuai dengan perhitungan, jumlah sampel yang akan digunakan untuk dijadikan sebagai responden adalah 100 orang. Di mana jumlah sampel sebesar 100 responden tersebut merupakan batas minimal. Pada penelitian memperoleh 116 responden sehingga sudah sesuai dengan batas minimal yang ditetapkan.

1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan cara-cara tertentu dalam memilih jumlah sampel yang tepat sebagai sumber data untuk memastikan sampel yang diperoleh mewakili populasi (Margono, 2004). Dua teknik pengambilan sampel menurut Sugiyono (2016), yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Analisis

menggunakan *non probability sampling* dengan jenis *convenience sampling*. *Convenience sampling*, yaitu peneliti secara tidak sengaja berpapasan dengan responden yang memiliki kriteria cocok digunakan sebagai sasaran penelitian.

1.9.4 Jenis dan Sumber Data

1.9.4.1 Jenis Data

1. Data Kuantitatif, yakni perolehan data dalam bentuk angka yang kemudian di proses dengan menggunakan rumus-rumus matematika atau dilakukan analisis dengan menggunakan sistem statistik.
2. Data Kualitatif, yakni perolehan data dalam bentuk kata-kata melalui wawancara kepada informan.

1.9.4.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2017:225) terdapat dua jenis sumber data, sebagai berikut:

1. Data Primer, yakni informasi yang diperoleh secara langsung yang berasal dari sumber pertama.
2. Data Sekunder, yakni informasi yang diperoleh secara tidak langsung karena melalui perantara.

Pada penelitian data primer untuk mengetahui mengenai pelaksanaan pembayaran *e-money* pada Batik Solo Trans (BST). Data primer didapatkan melalui jawaban para responden melalui *platform online*, yaitu *google form*.

1.9.5 Skala Pengukuran

1. Skala Nominal, yakni sebuah skala di mana peneliti memberikan tanda untuk kategori atau kelompok tertentu.
2. Skala Ordinal merupakan sebuah skala yang membedakan variabel menurut kategori dan melakukan tingkatan atau ranking di antara kategori tersebut. Terdapat kemungkinan untuk mengurutkan hasil dari ranking yang paling rendah hingga ke ranking yang paling tinggi.
3. Skala Interval merupakan suatu skala yang dilakukan melalui sistem statistik atau rumus-rumus matematika pada data yang dikumpulkan dari responden.
4. Skala Rasio merupakan suatu skala dengan tingkatan paling tinggi karena memiliki semuanya seperti perbedaan, *ranking*, ada jarak, dan memiliki nilai 0 sebagai nilai mutlak.

Dalam penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan skala pengukuran ordinal karena melakukan perbedaan terhadap kelompok data berdasarkan nilai atau tingkatannya dari paling rendah hingga paling tinggi dengan menggunakan perhitungan Skala Likert. Penulis menerapkan perhitungan skala likert dengan skor yang dimulai dari 1 hingga 5.

Setelah membuat penilaian terhadap variabel, dilanjutkan dengan melakukan perhitungan terhadap pengukuran interval agar dapat mudah untuk dilakukan pengelompokan. Rumus untuk melakukan perhitungan interval sebagai berikut:

$$I = R/K$$

Keterangan:

I = Interval

R = Rentang (skor rata-rata tertinggi dikurangi skor rata-rata terendah)

K = Jumlah kelas interval

1.9.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data direalisasikan melalui angket, yaitu memberikan kumpulan pertanyaan kepada responden kemudian setelah melakukan pengisian diserahkan kembali kepada peneliti. Peneliti akan menyebarkan dan memberikan daftar pertanyaan kepada responden yang menggunakan Batik Solo Trans (BST) di Kota Surakarta secara tidak langsung atau *online* melalui media *Google Form*.

1.9.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian memiliki kegunaan mengumpulkan data supaya lebih mempermudah pekerjaannya dan memunculkan hasil

lebih baik, lebih detail, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah ketika dilakukan pengolahan (Arikunto, 2006). Instrumen penelitian kuantitatif berupa angket. Instrumen penelitian yang digunakan peneliti, yakni angket jenis tertutup menggunakan *skala likert*.

1.9.8 Teknik Analisis

Teknik analisis data memiliki kegunaan untuk memahami dan mengetahui terkait dengan hipotesis akan diterima atau ditolak ke depannya yang berasal dari variabel-variabel yang sebelumnya sudah dilakukan penelitian dan pengamatan oleh peneliti melalui data yang berjumlah besar serta sudah dilakukan peklasifikasian. Penerapan taraf kesalahan yang digunakan, yaitu 5%, 1%, dan 10%. Apabila hasil akhir menunjukkan jawaban yang sama atau lebih dari taraf kesalahan yang digunakan maka dapat dilakukan penarikan kesimpulan bahwa hipotesis dapat diterima. Apabila hasil akhir menunjukkan jawaban yang kurang dari taraf kesalahan yang digunakan maka dapat dilakukan penarikan kesimpulan bahwa hipotesis ditolak. Dalam melakukan analisis data di dalam penelitian melalui tahap-tahap, antara lain:

1. Uji Validitas berkaitan dengan ketepatan instrument di dalam pengukuran. Diuji menggunakan rumus *Product Moment Pearson*:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor butir soal

$\sum Y$ = Jumlah skor total soal

$\sum X^2$ = Jumlah skor kuadrat butir soal

$\sum Y^2$ = Jumlah skor total kuadrat butir soal

Adapun kriteria yang harus dipenuhi di dalam uji validitas, antara lain:

1. Nilai r hitung $>$ r tabel dinyatakan bahwa pertanyaan valid.
 2. Nilai r hitung $<$ r tabel dinyatakan bahwa pertanyaan tidak valid.
2. Uji Reliabilitas sebagai suatu tolak ukur untuk memberikan gambaran apakah alat ukur dapat diandalkan dan layak jika diperlukan untuk melakukan pengujian berulang. Diuji menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*:

$$r_{1.1} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{1.1}$ = Reliabilitas instrumen

k = Jumlah pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

$\sum \sigma_t^2$ = Varian skor total

Jika perhitungan menyatakan r hitung $>$ r tabel maka akan diterima.

3. Tabel Distribusi Frekuensi

Tabel distribusi frekuensi memiliki kegunaan untuk menyederhanakan penyajian data dalam jumlah besar dan mempermudah pemahaman dengan mengelompokkan data dalam kategori tertentu yang dilengkapi dengan frekuensi masing-masing. Pembuatan tabel distribusi frekuensi berdasarkan kategori yang berkaitan dengan pertanyaan di dalam angket.

4. Koefisien *Kendall Tau*

Uji Koefisien Kendall Tau memiliki kegunaan untuk mengukur hubungan yang terjadi antara variabel yang terdapat di dalam penelitian, seperti mengukur apakah pasangan variabel dalam hal yang berkaitan dengan ketidaksesuaian *rank*. Diuji menggunakan rumus:

$$r = \frac{S}{2N(N-1)}$$

Keterangan:

N = Jumlah individu atau responden

S = Skor

r = Koefisien Korelasi Kendall Tau

Tabel 1.2 Tingkat Hubungan Antar Variabel

| Interval Koefisien | Tingkat Hubungan |
|---------------------------|-------------------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Korelasi Sempurna |

Sumber: Sugiyono, 2015

Kriteria yang harus dipenuhi dalam uji Z, antara lain:

1. Jika $Z_{hitung} > Z_{tabel}$ terdapat pada taraf signifikansi 1% dinyatakan hubungan yang terjadi sangat signifikan dan

hipotesis dapat diterima.

2. Jika $Z_{hitung} < Z_{tabel}$ terdapat pada taraf signifikansi 1% dinyatakan hubungan yang terjadi tidak signifikan dan hipotesis ditolak.

5. Uji Regresi Linear Berganda

a. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki kegunaan menilai informasi terdistribusi dengan normal atau tidak. Data yang layak dan tepat menunjukkan distribusi normal. Uji dapat dilakukan menggunakan analisis grafik. Menurut Ghozali (2018) data yang memiliki distribusi normal pada grafik akan menunjukkan garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki kegunaan untuk mengetahui apakah terdapat masalah multiklo atau tidak. Uji multikolinieritas tercermin dari nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (IVF). Angka VIF yang besar berkorelasi dengan nilai toleransi yang rendah. Adanya multikolinieritas ditandai dengan

nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 (Ghozali, 2018: 107-108).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki kegunaan dalam menunjukkan bahwa tidak terdapat varian dari variabel sama. Apabila terdapat varian yang sama maka dikatakan homoskedastisitas dan apabila terdapat perbedaan maka dikatakan heteroskedastisitas. Model tepat yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Diuji menggunakan uji Glejser. Kriteria yang harus dipenuhi, yakni hasil yang signifikan pada tingkat kesalahan di bawah 5% sehingga memiliki arti terdapat gejala heteroskedastisitas, sedangkan apabila hasil yang signifikan pada tingkat kesalahan di atas 5% sehingga memiliki arti bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

b. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan

Uji simultan (F) untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari semua variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Memiliki kegunaan dalam menegaskan atau menolak suatu hipotesis. Apabila nilai Fhitung >

F_{tabel} menunjukkan mempunyai pengaruh. Apabila nilai $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ menunjukkan tidak adanya pengaruh.

b. Uji Parsial

Uji parsial (T) mengidentifikasi pengaruh variabel independen masing-masing terhadap variabel dependen. Memiliki kegunaan dalam menegaskan atau menolak suatu hipotesis. Apabila nilai $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$ menunjukkan memiliki pengaruh. Apabila nilai $T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$ menunjukkan tidak memiliki pengaruh.

6. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi, yakni menilai efektivitas seluruh variabel independen dalam menerangkan variasi yang ada pada variabel dependen. Untuk menghitung koefisien determinasi menggunakan metode pengkuadratan hasil dari Koefisien Korelasi (R). Perhitungan untuk menyimpulkan sumbangan persentase dalam hubungan yang disediakan oleh Kualitas Pelayanan (X), Kualitas Produk (X), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Koefisien determinasi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R = Koefisien Determinasi

R^2 = Kuadrat Korelasi