

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pembangunan Infrastruktur**

Pengertian Infrastruktur, menurut American Public Works Association (Stone,1974 dalam Kodoatie, R.J.,2005) infrastruktur adalah fasilitas-fasilitas fisik yang dikembangkan atau dibutuhkan oleh agen-agen publik untuk fungsi-fungsi pemerintahan dalam penyediaan air, tenaga listrik, pembuangan limbah, transportasi dan pelayanan-pelayanan similar untuk memfasilitasi tujuan-tujuan sosial dan ekonomi. Berdasarkan pengertian infrastruktur tersebut maka infrastruktur merupakan sistem fisik yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia dalam lingkup sosial dan ekonomi.

Secara teknik, pengertian infrastruktur dijelaskan sebagai aset fisik yang dirancang dalam sistem sehingga memberikan pelayanan publik yang penting. Oleh karena itu, infrastruktur merupakan bagian-bagian berupa sarana dan prasarana (jaringan) yang tidak terpisahkan satu sama lain yang didefinisikan dalam suatu sistem.

Pengertian Infrastruktur, menurut Grigg (1988) infrastruktur merupakan sistem fisik yang menyediakan transportasi, pengairan, drainase, bangunan gedung dan fasilitas publik lainnya, yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia baik kebutuhan sosial maupun kebutuhan ekonomi.

##### **2.1.1 Pengertian Jalan**

Jalan adalah prasarana transportasi darat yang meliputi segala bagian jalan, termasuk bangunan pelengkap dan perlengkapannya yang diperuntukkan bagi lalu lintas, yang berada pada permukaan tanah, di atas permukaan tanah, di bawah permukaan tanah dan/atau air, serta di atas permukaan air, kecuali jalan kereta api, jalan lori, dan jalan kabel (UU No.38 Tahun 2004). Jalan diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Jalan umum, yaitu jalan yang diperuntukkan bagi lalu lintas umum
2. Jalan khusus, yaitu jalan yang dibangun oleh instansi, badan usaha, perseorangan, atau kelompok masyarakat untuk kepentingan sendiri.

3. Jalan tol, yaitu jalan umum yang merupakan bagian sistem jaringan jalan dan sebagai jalan nasional yang penggunaannya diwajibkan membayar tol.

Pada UU No. 38 Tahun 2004, jalan umum dikelompokkan berdasarkan sistem, fungsi, status dan kelas jalan. Untuk pengelompokan jalan umum berdasarkan sistem dibagi dua menjadi sistem jaringan jalan primer dan sekunder. Sedangkan jalan umum yang dikelompokkan berdasarkan fungsinya dibagi menjadi jalan arteri, jalan kolektor, jalan lokal, dan jalan lingkungan. Untuk jalan umum menurut statusnya dikelompokkan menjadi jalan nasional, jalan provinsi, jalan kabupaten, jalan kota dan jalan desa. Jalan umum dikelompokkan menurut kelasnya adalah jalan bebas hambatan, jalan raya, jalan sedang dan jalan kecil.

### **2.1.2 Jalan Tol**

Menurut UU No. 15 Tahun 2015 tentang Jalan tol, Jalan tol adalah jalan umum yang merupakan bagian sistem jaringan jalan dan sebagai jalan nasional yang penggunaannya diwajibkan membayar tol.

Jalan tol adalah jalan umum yang kepada pemakainya dikenakan kewajiban membayar tol dan merupakan jalan alternatif lintas jalan umum yang telah ada. Jalan tol diselenggarakan dengan maksud untuk mempercepat pewujudan jaringan jalan dengan sebagian atau seluruh pendanaan berasal dari pengguna jalan untuk meringankan beban pemerintah.

Jalan tol diselenggarakan dengan tujuan meningkatkan efisien pelayanan jasa distribusi guna menunjukkan pertumbuhan ekonomi dengan perkembangan wilayah dengan memperhatikan rencana induk jaringan jalan.

Terdapat beberapa cara untuk mendefinisikan waktu pelayanan, hal itu tergantung kepada apa yang sedang dilayani. Pelayanan berarti memberikan suatu kepuasan bagi si penerima jasa yang di berikan kepada pemberi jasa.

Waktu pelayanan adalah waktu yang diberikan dalam melayani penerima jasa secara efektif dan efisien, dengan waktu cepat dan tepat penerima jasa akan merasa puas. Pertambahan volume lalu lintas yang memakai jalan tol akan menuntut pelayanan yang handal dari pemakai jalan tol tersebut sebagai

imbalan dari sejumlah pembayaran tol yang mereka berikan. Target yang menjadi sasaran pelayanan jasa jalan tol terhadap pemakai jasa adalah kelancaran, keamanan dan kenyamanan. Untuk dapat mencapai sasaran tersebut, ditetapkan sebagai tolak ukur operasionalnya adalah berupa waktu pelayanan di gardu, waktu tempuh jalan tol, tingkat kelancaran, tingkat fasilitas, tingkat keluhan pelanggan dan standar kerataan jalan. Pada situasi dimana terdapat banyak jalur masuk station dan juga tersedia fasilitas pelayanan, maka asumsi pengguna fasilitas pelayanan tunggal dapat dilakukan asalkan aliran kendaraan terbagi secara merata atau sama di antara fasilitas-fasilitas yang ada (Martin, 1967).

### **2.1.3 Standar Pelayanan Minimal (SPM) Jalan Tol**

Standar Pelayanan Minimal Jalan Tol adalah ukuran jenis dan mutu pelayanan dasar yang harus dicapai dalam pelaksanaan penyelenggaraan jalan tol. Berdasarkan Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 16/PRT/M/2014 tentang Standar Pelayanan Minimal Jalan Tol yang mencakup substansi pelayanan:

1. Kondisi Jalan Tol
2. Kecepatan tempuh rata – rata
3. Aksesibilitas
4. Mobilitas
5. Keselamatan
6. Unit pertolongan/penyelamatan dan bantuan pelayanan
7. Lingkungan; dan
8. Tempat Istirahat, dan Tempat Istirahat Pelayanan

Ketentuan mengenai Standar Pelayanan Minimal Jalan Tol sebagaimana dimaksud pada ayat di atas tercantum dalam Lampiran 1 yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini

## **2.2 Transportasi**

Transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dalam waktu tertentu dengan menggunakan sebuah kendaraan

yang digerakkan oleh manusia, hewan, maupun mesin. Definisi transportasi menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut:

1. Menurut Morlok (1978), transportasi didefinisikan sebagai kegiatan memindahkan atau mengangkut sesuatu dari suatu tempat ketempat lain.
2. Menurut Bowersox (1981), transportasi adalah perpindahan barang atau penumpang dari suatu tempat ketempat lain, dimana produk dipindahkan ke tempat tujuan dibutuhkan. Dan secara umum transportasi adalah suatu kegiatan memindahkan sesuatu (barang dan/atau barang) dari suatu tempat ke tempat lain, baik dengan atau tanpa sarana.
3. Menurut Steenbrink (1974), transportasi adalah perpindahan orang atau barang dengan menggunakan alat atau kendaraan dari dan ke tempat-tempat yang terpisah secara geografis.
4. Menurut Papacostas (1987), transportasi didefinisikan sebagai suatu sistem yang terdiri dari fasilitas tertentu beserta arus dan sistem control yang memungkinkan orang atau barang dapat berpindah dari suatu tempat ke tempat lain secara efisien dalam setiap waktu untuk mendukung aktivitas manusia.

Transportasi manusia atau barang biasanya bukanlah merupakan tujuan akhir, oleh karena itu permintaan akan jasa transportasi dapat disebut sebagai 20 permintaan turunan (derived demand) yang timbul akibat adanya permintaan akan komoditas atau jasa lainnya. Dengan demikian permintaan akan transportasi baru akan ada apabila terdapat faktor-faktor pendorongnya. Permintaan jasa transportasi tidak berdiri sendiri, melainkan tersembunyi dibalik kepentingan yang lain (Morlok, 1984).

Pada dasarnya permintaan angkutan diakibatkan oleh hal-hal berikut (Nasution, 2004):

1. Kebutuhan manusia untuk berpergian dari lokasi lain dengan tujuan mengambil bagian di dalam suatu kegiatan, misalnya bekerja, berbelanja, ke sekolah, dan lain-lain
2. Kebutuhan angkutan barang untuk dapat digunakan atau dikonsumsi di lokasi lain

### **2.3 Peran dan Manfaat Transportasi**

Menurut Tamin (1999:5), prasarana transportasi mempunyai dua peran utama, yaitu: Sebagai alat bantu untuk mengarahkan pembangunan di daerah perkotaan; dan sebagai prasarana bagi pergerakan manusia dan/atau barang yang timbul akibat adanya kegiatan di daerah perkotaan tersebut dan, untuk mendukung pergerakan manusia dan barang.

Dengan melihat dua peran yang di sampaikan di atas, peran pertama sering digunakan oleh perencana pengembang wilayah untuk dapat mengembangkan wilayahnya sesuai dengan rencana. Misalnya saja akan dikembangkan suatu wilayah baru dimana pada wilayah tersebut tidak akan pernah ada peminatnya bila wilayah tersebut tidak disediakan sistem prasarana transportasi. Sehingga pada kondisi tersebut, prasarana transportasi akan menjadi penting untuk aksesibilitas 10 menuju wilayah tersebut dan akan berdampak pada tingginya minat masyarakat untuk menjalankan kegiatan ekonomi.

Selain memahami peran dari transportasi di atas, aspek yang menjadi penting dari sektor transportasi adalah aksesibilitas, karena perlunya transportasi guna mendukung kedua peran yang disampaikan di atas sehingga akan memudahkan aksesibilitas orang dan barang. Dalam pendekatan transportasi, menurut Dagun. Save M (2006 : 159) aksesibilitas merupakan sebuah konsep yang menggabungkan sistem pengaturan tata guna wilayah secara geografis dengan sistem jaringan transportasi yang menghubungkannya.

Sehingga, aksesibilitas merupakan suatu ukuran kenyamanan atau kemudahan mengenai cara lokasi berinteraksi satu sama lain dan “mudah” atau “susah”-nya lokasi tersebut dicapai melalui sistem jaringan transportasi. Pernyataan “mudah” atau “susah” merupakan pernyataan yang sifatnya sangat “subyektif” dan “kualitatif”, karena setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda tentang mudah dan susah terhadap aksesibilitas yang mereka rasakan. Tamin (1999:52) mengungkapkan bahwa aksesibilitas dapat pula dinyatakan dengan jarak.

## 2.4 Kualitas Layanan

Kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi mulai dari yang konvensional hingga yang lebih strategis. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk, seperti: 1. Kinerja, 2. Keandalan, 3. Mudah dalam penggunaan, 4. Estetika. Adapun dalam definisi strategis kualitas adalah sesuatu yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Kualitas adalah suatu tujuan yang susah dimengerti sebab harapan konsumen selalu berubah. Setiap suatu standar yang baik ditemukan, maka konsumen akan menuntut lagi agar diperoleh standar yang lebih baru dan lebih baik, sehingga selalu dituntut peningkatan standar.

Gappmayer dalam Rahman Kadir (2013:87) menyatakan bahwa “kualitas didefinisikan dengan cara menemukan keseluruhan harapan konsumen, meningkatkan nilai produksi, atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan konsumen tersebut”.<sup>3</sup> Oleh karena itu kualitas diartikan sebagai sebuah proses, bukan merupakan suatu hasil akhir. Peningkatan kualitas merupakan aktivitas berkelanjutan untuk mencari cara memuaskan harapan pelanggan.

Layanan transportasi adalah memindahkan barang atau manusia dari satu tempat ke tempat lain sehingga diperoleh manfaat. Manfaat perpindahan tersebut dapat dilihat dari berbagai aspek sesuai tujuannya, yaitu aspek ekonomi, sosial, politis, bahkan hankam. Menurut Mulyono (2009:153), Berdasarkan pelakunya pelayanan transportasi dibedakan menjadi dua, yaitu pelayanan oleh pemerintah dan pelayanan oleh swasta. Pelayanan pemerintah lebih diutamakan pada pengaturan transportasi, sedangkan pelayanan penyelenggaraan transportasi lebih banyak dilakukan oleh pihak swasta.

Penyelenggaraan layanan transportasi berdasarkan pada prinsip-prinsip berikut:

- a) Aman; barang yang dipindah tidak menjadi rusak atau cacat. Kalau untuk manusia, prinsip aman mencakup bebas dari cedera atau sampai merenggut jiwa.

- b) Nyaman; barang mati tidak mengalami penurunan kualitas, barang hidup (hewan, tumbuhan) tidak tersiksa dan mengalami penurunan kualitas. Sedangkan manusia perlu merasa nyaman sejak persiapan, selama perjalanan, maupun sesudah menempuh perjalanan.
- c) Mudah; tingkat kemudahannya diukur dengan seberapa banyak pilihan yang tersedia bagi konsumen, seperti jenis kendaraan, rute perjalanan, jadwal waktu pelayanan dan biaya. Semakin banyak pilihan yang tersedia menunjukkan tingkat kemudahan dan fleksibilitas perjalanan bagi masyarakat.
- d) Ekonomis; murah, terjangkau semua lapisan masyarakat.
- e) Lancar; menjamin ketepatan waktu dalam penyediaannya dan waktu tempuh yang sesingkat-singkatnya.
- f) Ramah Lingkungan; tidak berdampak negative (misalnya getaran, kebisingan dan gas buang) yang dapat merusak lingkungan.

## **2.5 Kepuasan Pelanggan**

### **2.5.1 Definisi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Rangkuti (2006), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap kesesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan selama menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang diperoleh tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi berupa mutu pelayanan yang buruk untuk tahapan selanjutnya, sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan secara keseluruhan. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai mutu jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa, yaitu responsiveness, reliability, empathy, assurance, dan tangible. Kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh persepsi mutu jasa, juga ditentukan oleh mutu produk dan harga.

Menurut Kotler (2002), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya. Jika kinerja tersebut berada di bawah harapan pelanggan, maka pelanggan tersebut akan kecewa;

jika memenuhi harapan, maka pelanggan tersebut akan merasa puas; dan jika melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Engel, et al., dalam Tjiptono (2001) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut (Sumarwan, 2003).

Ada kesamaan di antara beberapa definisi di atas, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli (Tjiptono, 2001).

Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan dan ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau telampau. Karena kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan (Lovell dan Wright, 2005). Kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan tingkat kepuasan pelanggan yang makin tinggi akan menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih besar. Dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik daripada terus menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Pelanggan yang sangat puas akan menyebarkan citra positif dari mulut ke mulut dan malah akan menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi suatu

perusahaan, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru. Selain itu mengukur kepuasan pelanggan juga sangat bermanfaat dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan pengguna akhir, serta menemukan bagaimana yang membuahkan peningkatan (Rangkuti, 2006).

### **2.5.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Menurut Gerson (2004), terdapat tujuh alasan utama mengapa perlu dilakukan pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Mempelajari persepsi pelanggan.
2. Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan dan harapan pelanggan.
3. Menutup kesenjangan.
4. Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan pelanggan atau tidak.
5. Peningkatan kinerja membawa peningkatan laba.
6. Mempelajari bagaimana sebenarnya kinerja perusahaan dan apa yang harus dilakukan perusahaan di masa depan.
7. Menerapkan proses perbaikan berkesinambungan.

Menurut Gerson (2004), ada lima manfaat dari pengukuran mutu dan kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Pengukuran memotivasi orang untuk melakukan dan mencapai tingkat produktivitas lebih tinggi.
2. Pengukuran memberi tahu apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki mutu dan kepuasan pelanggan, serta bagaimana harus melakukannya.
3. Pengukuran memberikan umpan balik segera kepada pelaksana, terutama bila pelanggan sendiri yang mengukur kinerja pelaksana atau perusahaan yang memberikan pelayanan.
4. Pengukuran dapat dijadikan dasar menentukan standar kinerja dan standar prestasi yang harus dicapai, yang akan mengarahkan menuju mutu semakin baik dan kepuasan pelanggan yang meningkat.
5. Pengukuran menyebabkan orang memiliki rasa berhasil dan berprestasi, yang kemudian diterjemahkan menjadi pelayanan prima kepada pelanggan.

Menurut Rangkuti (2006) mengemukakan beberapa pendekatan umum yang biasa digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Pendekatan tradisional (traditional approach), yakni pelanggan diminta memberikan penilaian atas masing-masing indikator produk yang mereka nikmati, misalnya dengan memberikan rating dari "sangat tidak puas" sampai "sangat puas sekali".
2. Analisis secara deskriptif, yakni dengan menggunakan analisis statistik secara deskriptif misalnya melalui penghitungan rata-rata, nilai distribusi serta standar deviasi. Analisis ini juga dapat dikembangkan dengan membandingkan hasil kepuasan antar waktu, sehingga kecenderungan perkembangannya dapat ditentukan.
3. Pendekatan secara terstruktur (structured approach), yakni pendekatan yang paling sering digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Salah satu teknik yang paling populer adalah semantic differential dengan menggunakan prosedur scaling. Caranya adalah responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap suatu produk. Penilaian ini juga dapat dilakukan dengan cara membandingkan satu produk atau fasilitas suatu produk atau fasilitas lainnya dengan syarat peubah yang diukur sama.
4. Analisis importance dan performance, yakni pendekatan dimana tingkat kepentingan pelanggan (customer expectation atau importance) diukur dalam kaitannya dengan apa yang seharusnya dikerjakan oleh perusahaan agar menghasilkan produk yang berkualitas baik. Dari berbagai persepsi tingkat kepentingan pelanggan maka dapat dirumuskan tingkat kepentingan yang paling dominan. Selanjutnya peubah tersebut dapat dikaitkan dengan kenyataan (performance) yang dirasakan oleh pelanggan.

## **2.6 Kuesioner**

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.

Kuesioner juga dikenal sebagai angket. Kuesioner merupakan sebuah daftar pertanyaan yang harus diisi atau dijawab oleh responden atau orang yang akan diukur.

Hal yang didapatkan melalui kuesioner adalah kita dapat mengetahui keadaan atau data pribadi seseorang, pengalaman, pengetahuan, dan lain sebagainya yang kita peroleh dari responden.

Kuesioner berbentuk daftar pertanyaan. Harapan yang diinginkan melalui penyusunan kuesioner adalah mampu mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting.

Adapun tujuan penyusunan kuesioner adalah guna memperbaiki bagian-bagian yang kurang tepat untuk diterapkan dalam pengambilan data terhadap responden.

Responden bisa dengan mudah memberikan jawaban karena alternatif jawaban sudah disediakan misalnya dalam bentuk membubuhkan checklist pada kolom. Selain itu, kuesioner juga memerlukan waktu yang singkat untuk menjawab pertanyaan.

Kuesioner digunakan secara tepat apabila mencakup :

- a) Responden atau orang yang merespon atau menjawab pertanyaan memiliki jarak saling berjauhan.
- b) Melibatkan sejumlah orang di dalam proyek sistem, dan berguna jika mengetahui berapa proporsi suatu kelompok tertentu yang menyetujui atau tidak menyetujui suatu fitur khusus dari sistem yang diajukan.
- c) Melakukan studi guna mengetahui sesuatu dan ingin mencari seluruh pendapat sebelum proyek sistem diberi petunjuk-petunjuk tertentu.
- d) Ingin yakin bahwa masalah-masalah dalam sistem yang ada bisa diidentifikasi dan dibicarakan dalam wawancara tindak lanjut.

## **2.7 Model Servqual**

Model Servqual (Service Quality) merupakan metode pengukuran kepuasan pelanggan terhadap suatu layanan dalam pendekatan yang dikenal dengan Servqual. Dasar analisis yang dipakai dalam metode ini adalah dengan melihat kesenjangan antara harapan pelanggan (expectations) terhadap kenyataan layanan yang diterimanya (perception). Metode ini menggunakan pola user-based approach, yang mengukur kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuesioner dan mengandung dimensi-dimensi kualitas pelayanan (Parasuraman et al. 1990). Lima dimensi kualitas pelayanan Servqual (Parasuraman et al. 1990) yaitu:

### **2.7.1 Tangibles (Bukti Terukur)**

Dimensi tangible (bukti terukur) merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan penampilan sarana dan prasarana fisik perusahaan atau dengan kata lain dimensi tangible menggambarkan fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna. Dimensi ini mencakup kondisi fisik fasilitas, peralatan serta penampilan pekerja. Karena jasa tidak dapat diamati secara langsung, maka pelanggan sering kali berpedoman pada kondisi yang terlihat mengenai jasa dalam melakukan evaluasi. Kenyataan yang berkaitan dengan perusahaan itu mencakup obyek yang sangat bervariasi seperti pencahayaan, warna dinding, penampilan pekerja, keramahan pekerja dan sebagainya. Dimensi ini terdiri dari dimensi yang berkaitan dengan peralatan dan fasilitas yang digunakan serta personel dan materi komunikasi yang digunakan.

### **2.7.2 Reliability (Keandalan)**

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

### **2.7.3 Responsiveness (Daya Tanggap)**

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

### **2.7.4 Emphaty (Empati)**

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

- a) Accesibillity: Hal ini mencakup kemudahan untuk mencakup dan menghubungi.
- b) Communication skills: Hal ini mencakup pemberian informasi kepada pelanggan dengan bahasa yang dapat dimengerti dan mendengarkan tanggapan dan pernyataan pelanggan.
- c) Understanding the costumers: Hal ini mencakup perlunya usaha untuk mengetahui pelanggan dan kebutuhan khususnya. Dimensi ini menunjukkan derajat perhatian yang diberikan kepada setiap pelanggan. Dimensi ini juga merefleksikan kemampuan pekerja untuk menyelami perasaan pelanggan sebagaimana jika pekerja itu sendiri yang mengalaminya.

Menurut Wilson and Heyel (1987), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai taraf atau tingkat baik buruknya pelayanan yang diberikan, selain itu kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Konsumen akan membuat perbandingan antara apa yang mereka berikan dengan apa yang didapat. Kelima dimensi yang diperoleh melalui pendekatan Servqual bertujuan untuk mengetahui mengenai tingkat baik buruknya pelayanan yang diberikan oleh Tol Soroja.

### **2.7.5 Dimensi Servqual**

Instrumen Servqual mendefinisikan atribut pengukuran kualitas pelayanan jasa dalam 17 butir atribut yang mewakili kelima dimensi pengukurannya (Parasuraman et al. 1990). Pengukuran atribut menggunakan skala 5-point Likert. Atribut-atribut inilah yang akan dijadikan variabel eksternal dalam penelitian ini..

Dari konsep asli Servqual, terdapat 5 dimensi yang dijabarkan menjadi 17 atribut. Dimana atribut Servqual tidak bersifat kaku, dan dapat dikembangkan sesuai dengan sistem berbeda yang akan di analisis. Dalam penelitian ini terdapat 16 atribut dari penelitian terdahulu (Satriotomo, 2011) yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dan efektivitas layanan jalan tol..

### **2.8 Metode Important Performance Analysis (IPA)**

Metode Important-Performance Analysis (IPA) merupakan sebuah teknik analisis pasar yang diperkenalkan pada sekitar akhir 1970 pada dunia pemasaran umum. Teknik ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk dan layanan dengan cara membandingkan dua kriteria yang dipakai konsumen dalam mengambil keputusan: tingkat kepentingan atribut yang relatif bagi konsumen dan penilaian konsumen terhadap atribut yang mereka terima. Tidak seperti model kualitas layanan Servqual yang mengukur persepsi pelanggan secara absolut, model IPA berusaha melihat tingkat signifikansi atribut kualitas di mata konsumen dan menghubungkannya dengan beberapa kriteria kualitas yang diukur (Hamim, 2011).

Model IPA merupakan metode pengukuran kepuasan konsumen yang mendasarkan pola analisisnya pada pengaruh dua faktor yakni harapan konsumen akan kinerja sebuah produk/jasa dan kenyataan yang mereka terima setelah mengkonsumsi produk/jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas jika kinerja produk/jasa sama atau bahkan melebihi harapan semula. Sebaliknya, konsumen akan tidak puas jika kinerja produk/jasa tidak sesuai dengan harapannya.

Tahapan yang dilakukan dalam analisis IPA adalah sebagai berikut:

1. Pembobotan

2. Analisis Diagram/Kuadran IPA (Importance – Performance Matrix) dan GAP (selisih antara kinerja dan kepentingan)

### **2.8.1 Pembobotan**

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert umumnya digunakan dalam penelitian yang bersifat pengukuran sikap, keyakinan, nilai dan pendapat pengguna/konsumen terhadap suatu kondisi objek. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini dengan 5 (lima) tingkat atau bobot penilaian terhadap tingkat kepentingan yang diharapkan serta penilaian persepsi terhadap kinerja adalah sebagai berikut:

- a) Jawaban sangat penting / sangat puas diberi bobot 5.
- b) Jawaban penting / puas diberi bobot 4.
- c) Jawaban ragu-ragu diberi bobot 3.
- d) Jawaban tidak penting / tidak puas diberi bobot 2.
- e) Jawaban sangat tidak penting / sangat tidak puas diberi bobot 1.

Pembobotan dari hasil pengolahan kuisioner dilakukan pada kriteria masing-masing item yang kemudian dicari rata-rata untuk memperoleh nilai tingkat kepentingan maupun kualitas dari item-item tersebut.

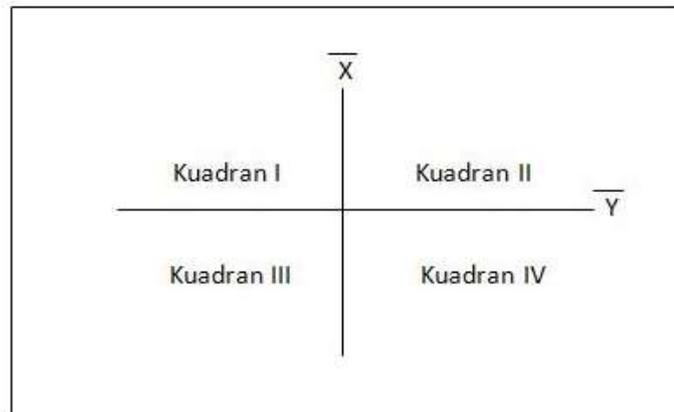
### **2.8.2 Importance – Performance Matrix (Diagram IPA)**

Metode IPA menggunakan analisis deskriptif kualitatif-kuantitatif dalam menganalisis data penelitian untuk menjawab perumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja suatu perusahaan. Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen dapat menghasilkan suatu diagram kartesius yang dapat menunjukkan letak faktor - faktor atau unsur-unsur yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana dalam diagram kartesius tersebut faktor-faktor akan dijabarkan dalam empat kuadran (Anonim, 2011).

Menurut teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dalam artikel mereka “Importance-Performance Analysis” yang dipublikasikan di Journal of Marketing. Pada teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja Sekolah, kemudian nilai

rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada Importance-Performance Matrix, yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan. Maka nanti akan didapat hasil berupa empat kuadran.

**Gambar II – 1**  
**Kuadran Cartesius IPA**



- 1) **Prioritas Utama (Concentrate Here)** Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja Sekolah dinilai belum memuaskan sehingga pihak Sekolah perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.
- 2) **Pertahankan Prestasi (Keep Up The Good Work)** Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga Sekolah wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.
- 3) **Prioritas Rendah (Low Priority)** Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga Sekolah tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.
- 4) **Berlebihan (Possibly Overkill)** Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu

diharapkan oleh pelanggan sehingga Sekolah lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada factor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

### 2.8.3 Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel dilakukan dengan teknik convenience sampling, yaitu sampel diambil berdasarkan ketersediaan dan kemudahan untuk mendapatkannya. Metode pengambilan data yang digunakan adalah dengan mewawancarai pelanggan yang sering menggunakan Jalan Tol Soroja dan yang sedang berada di rest area sekitar Jalan Tol Soroja. Pada penelitian ini digunakan 100 responden, hal ini berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin (Simamora, 2002), yaitu

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

Dimana: n = Jumlah contoh minimal.

N = Jumlah Populasi.

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir atau diinginkan. Dalam penelitian ini kelonggaran ketidaktelitian yang diambil sebesar 10 %.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari data rata-rata volume kendaraan yang lewat Jalan Tol Soroja per hari pada tahun 2006 sampai dengan bulan maret adalah sebanyak 24.000 kendaraan per hari (N). Dengan nilai e sebesar 10 %, maka diperoleh nilai sebesar :

$$n = \frac{24.000}{1 + 24.000(10\%^2)} = 110,004167 \approx 100$$

Jadi, jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 100 orang.

#### 2.8.4 Penelitian Terdahulu

Tahun	Penulis	Judul Artikel	Metode dan Dimensi Kualitas Pelayanan
2010	Geetika S. N.	Determinants of Customer Satisfaction on Service Quality: A Study of Railway Platforms in India	Studi pelayanan kereta api: Refreshment, Information System, Behavioral Factors, Basic Facilities, Safety & Security
2011	Sakai T., Yamada K., Matsumoto H., Uchida T.	New Measure of the Level of Service for Basic Expressway Segments Incorporating Customer Satisfaction	Studi mengenai performa expressway berdasarkan Level of Service (LoS): traffic condition, affecting customer satisfaction of using expressway.
2012	Akhlaghi E., Amini S., Akhlaghi H.	Evaluating Educational Service Quality in Technical and Vocational Colleges using SERVQUAL Model	Mengukur kualitas pelayanan pendidikan berdasarkan perspektif pelajar, menggunakan model SERVQUAL.
2012	Aydin K., & Yildirim S.	The Measurement of Service Quality with Servqual for Different Domesitic Airline Firms in Turkey	Menganalisis kualitas pelayanan penerbangan menggunakan SERVQUAL: Reliability, Assurance, Tangible, Emphaty, Responsiveness, Safety and Cost Variable
2012	Randheer K., AL-Motawa A.	Measuring Commuters' Perception on Service	Mengukur pelayanan transportasi publik

	A. , Vijay. P. J.	Quality Using SERVQUAL in Public Transportation	dengan SERVQUAL berdasarkan persepsi pengguna: Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, Culture.
2013	Ariff M. S., Yuna L. O., Zakuan N.	The Impacts of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Internet Banking	Menggunakan ESERVQUAL yang dimodifikasi pada pelayanan internet banking di Malaysia.
2013	Purcărea V. L., Gheorghe I. R., Petrescu C. M.	The Assessment of Perceived Service Quality of Public Health Care Services in Romania Using the SERVQUAL Scale	Mengeksplorasi aplikasi SERVQUAL dalam konteks pelayanan kesehatan publik di Romania.
2013	Maruvada D. P. & Bellamkonda, R. S.	The Effects of Demographic Variables on Railway Passenger Service Quality: Finding from Indian Railway Passenger Service through Rail Qual	Mengembangkan model SERVQUAL pada kereta api yang disebut RAILQUAL: Reservation and Ticketing, In-train service, Railway amenities, Employee service, Punctuality, Safety and Security
2014	Pabedinskaite A. & Akstinaite V.	Assessment of The Airport Service Quality	Penilaian terhadap pelayanan bandara menggunakan SERVQUAL: Tangible,

			Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy
--	--	--	---

