Bab 5

Analisis

5.1. Analisis Pengumpulan Data Responden

Responden pada penelitian ini merupakan para pelanggan CITI TRANS yang sedang menunggu keberangkatan pada ruang tunggu CITI TRANS cabang Bandung Dipatiukur. Jumlah responden dihitung dengan berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, populasi merupakan jumlah pelanggan perbulan pada tahun terakir (2010) dengan jumlah 38000 sehingga di dapatkan sampel sebanyak 99.73753 yang dibulatkan menjadi 100 responden.

5.2. Analisis Pengolahan Data

5.2.1. Analisis Data Penyebaran Responden

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner didapatkan data pribadi responden dengan penjabaran sebagai berikut:

- Klasifikasi responden menurut usia:
  Responden berasal dari kalangan 19 – 25 tahun yang mencapai angka 48% dari populasi, selanjutnya kalangan 26 – 35 yang mencapai 26%, kalangan 15 – 19 tahun yang mencapai 14% dan diatas 36 tahun yang mencapai 12% dari populasi. Dapat dilihat bahwa mayoritas penumpang CITI TRANS merupakan kalangan usia 19 – 25 tahun yang pada umumnya adalah mahasiswa sehingga dalam praktek bauran pemasaran dari segi produk lebih di lihat lagi produk yang seperti apa yang sedang di gemari pada kelompok usia diatas, dari segi tempat sudah dekat dengan wilayah perkampusan, dari segi promosi harus lebih tepat sasaran dan secara kontinyu dilakukan pada kategori tersebut, dari segi harga lebih di sesuaikan dengan tujuan dan faktor dari penentuan harga, dari segi orang (kayawan) dengan memberikan *training* agar mengetahui cara berkomunikasi yang tepat dan benar terhadap kategori tersebut, dari segi

fasilitas seperti misalnya ruang di desain dengan desain yang sesuai terhadap kategori tersebut dan dari segi proses lebih di perbaharui lagi dengan gaya hidup yang sedang berkembang saat ini misalnya dengan penggunaan Bbm (Blackberry Messenger) dalam hal pemesanan tiket.

- Klasifikasi responden menurut jenis kelamin

  Responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak yaitu dengan persentase sebesar 53% dari populasi, namun dapat dikatakan seimbang karena tidak terlalu signifikan.
- Klasifikasi responden menurut pekerjaan

  Kebanyakan responden berasal dari kalangan mahasiswa yang mencapai setengah dari populasi yaitu 50%, yang diikuti pegawai swasta yang mencapai angka 27% selanjutnya pegawai negeri dan data pekerjaan lain-lain (diantaranya: *Freelance*, IRT, Model, Artis, EO, Tatois) yang masing-masing mencapai 8% serta yang paling akhir adalah wiraswasta yang mencapai angka 7% dari populasi. Dari penjabaran diatas dapat kita lihat bahwa setengah dari populasi diambil oleh mahasiswa, di karenakan lokasi CITI TRANS terdapat di daerah perkampusan sehingga perlu dilakukan promosi yang lebih terfokus dan kontinyu terhadap kategori tersebut.

- Klasifikasi responden menurut lama menjadi pelanggan CITI TRANS

  Kebanyakan responden tergolong dalam kategori Kurang dari 1 tahun yang mencapai angka 38%, selanjutnya diikuti oleh kategori 2 – 3 tahun yang mencapai 28%, kategori 1 – 2 tahun 23% dan yang paling terakhir yaitu yang termasuk kategori Lebih dari 3 tahun dengan nilai 11% dari populasi. Dari penjabaran tersebut dapat diketahui bahwa responden yang tergolong kurang dari 1 tahun menjadi pelanggan CITI TRANS adalah kebanyakan dari populasi, ini dapat diartikan bahwa semakin banyak pelanggan baru yang tertarik dengan jasa yang di tawarkan oleh CITI TRANS ini sehingga dalam hal pelayanan (dari mulai pemesanan sampai penggunaan jasa travel) harus

dilakukan dengan sebaik mungkin agar penumpang yang baru tersebut dapat menjadi penumpang yang setia.

Data penumpang dengan Kurang dari 1 tahun adalah 38% dapat di ketahui jumlahnya dengan perhitungan 38% di kali dengan 100 responden yang di jadikan sampel sehingga jumlahnya adalah 38 responden, setelah di telusuri satu persatu data 38 orang tersebut didapatkan bahwa 22 berasal dari kalangan mahasiswa, 9 berasal dari kalangan pegawai swasta, 3 berasal dari lain-lain, 2 berasal dari wiraswasta dan 2 dari pegawai negeri, yang mempunyai arti bahwa mahasiswa mengambil peran penting dalam pasar sebagai pelanggan baru yang sangat baik untuk dilakukan promosi secara terstruktur dengan baik.

- Klasifikasi responden menurut frekuensi penggunaan jasa travel cititrans dalam 1 bulan

  Kebanyakan responden menggunakan jasa travel CITI TRANS kurang dari 3 kali yaitu sebanyak 53% dari populasi, selanjutnya 3 – 5 kali sebanyak 29% dari populasi, 5 – 10 kali sebanyak 16% dari populasi dan yang terakhir lebih dari 10 kali sebanyak 2% dari populasi. Dari data diatas dapat dilihat bahwa banyak pelanggan yang tergolong dalam pelanggan dengan frekuensi penggunaan jasa sebanyak kurang dari 3 kali. Jumlahnya dapat diketahui dari 53% dari 100 responden yaitu 53 responden, setelah di telusuri satu persatu didalamnya terdapat 30 dari kalangan mahasiswa, 10 dari kalangan pegawai swasta, 6 dari kalangan wiraswasta, 4 dari kalangan pegawai negeri dan 3 dari lain-lain, sehingga bila dikaitkan dengan data-data sebelumnya bahwa mahasiswa merupakan mayoritas pelanggan dan termasuk juga dalam konsumen-konsumen pendatang baru yang sangat tertarik sehingga data ini bisa dijadikan pegangan pihak manajemen CITI TRANS dalam hal promosi.

5.2.2. Analisis Data Harapan Pelanggan dan Kondisi Pelayanan Jasa Yang Ada

Pada tabel 4.10. Data Harapan Pelanggan dan Kondisi Pelayanan Jasa Yang Ada, merupakan proses perhitungan total nilai masing-masing pertanyaan dari 100 responden yang ada untuk masing-masing variabel kepuasan pelanggan. Nilai tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan 7 item pertanyaan bauran pemasaran jasa yang berjumlah 26 pertanyaan. Nilai-nilai tersebut nantinya akan dipakai dalam perhitungan nilai kepuasan pelanggan yang terlebih dahulu di uji validitas dan reliabilitasnya.

5.3. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Dalam uji validitas data ada dua yang diujikan yaitu data harapan dan data kondisi yang dirasakan, perhitungan dilakukan dengan menggunakan program *software* SPSS 12.0 untuk menentukan apakah 26 item soal yang telah dikelompokkan dalam 7 komponen bauran pemasaran tersebut dinyatakan valid dan reliabel atau tidak. Tolak ukur perhitungan ada dua yaitu uji rumus Kolerasi pearson (dengan nilai kritis sebesar 0.30) dan uji Sig.(2-*Tailed*) (dengan nilai kritis 0.05) untuk validitas dan rumus *Alpha-Cronbach* (dengan nliai kritis 0.70) untuk menguji reliabilitas data.

- Data harapan pelanggan
  - Validitas

    Pada data ini hanya item soal nomor 2 yang masuk dalam kategori data tidak valid karena nilai korelasi pearsonnya yang hanya bernilai 0.285 yang berarti tidak memenuhi standar nilai korelasi, sehingga data tersebut tidak dipakai dalam proses peritungan kepuasan pelanggan karena dianggap data yang tidak tepat untuk dipakai.
  - Reliabilitas

    Pada uji reliabilitas nilai harapan pelanggan didapatkan nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0.944 dimana nilai ini lebi besar dari nilai kritis yang di tentukan yaitu 0.70 yang berarti data tersebut sangat dipercaya.

- Data Kondisi yang dirasakan
  - Validitas

    Pada data ini semua item soal masuk dalam kategori valid, namun item soal nomor 2 tidak dipakai dalam peritungan nilai kepuasan karena item soal termasuk dalam satu kesatuan kuesioner.
  - Reliabilitas

    Pada uji reliabilitas nilai harapan pelanggan didapatkan nilai *Alpha Cronbach* sebesar 0.873 dimana nilai ini lebi besar dari nilai kritis yang di tentukan yaitu 0.70 yang berarti data tersebut sangat dipercaya.

5.4. Analisis Nilai Kepuasan

Pada penelitian kali ini nilai kepuasan pelanggan didapatkan dari selisih antara nilai harapan pelanggan dan nilai kondisi yang di rasakan. Nilai tersebut jika bernilai sama dengan nol (= 0) maka termasuk dalam kategori terpenuhi atau dalam kata lain puas, jika bernilai lebih dari nol (> 0) maka termasuk dalam kategori lebih terpenuhi atau dalam kata lain lebih puas dan jika bernilai lebih kecil dari nol (< 0) maka termasuk dalam kategori tidak terpenuhi atau dalam kata lain tidak puas.

5.4.1. Nilai Selisih Item Pertanyaan Per Kelompok

Nilai selisih per item pertanyaan dapat dilihat pada tabel 4.18 dengan penjabaran sebagai berikut:

Pertanyaan nomor 22 (termasuk dalam kategori pertanyaan Bukti Fisik) menempati peringkat nilai kepuasan pelanggan yang paling buruk yaitu dengan nilai selisih -2.00 nilai tersebut diambil dari selisih total nilai kondisi dikurangi total nilai harapan dibagi dengan banyaknya responden. Nilai minus disini berarti pelanggan merasa harapannya tidak terpenuhi atau dalam kata lain tidak puas. Selanjutnya nilai ketidakpuasan item pertanyaan per kelompok di urutkan dari yang mempunyai nilai ketidakpuasan terbesar sampai dengan nilai ketidakpuasan

terkecil diikuti soal nomor 12 (-1.17), soal nomor 19 (-0.94), soal nomor 7 (-0.77), soal nomor 13 (-0.70), soal nomor 26 (-0.52) dan nomor 9 (-0.51).

5.4.2. Rata-rata Nilai selisih Per Kelompok Pertanyaan

Pada penelitian ini didapatkan bahwa kelompok pertanyaan Bukti fisik menempati posisi peringkat nilai kepuasan pelanggan yang paling buruk yaitu dengan nilai -1.11. Nilai selisih rata-rata perkelompok pertanyaan diambil dari nilai selisih per item pertanyaan yang di kelompokkan dengan klasifikasi soal masing-masing dan dibagi dengan jumlah pertanyaan yang ada pada tiap-tiap kelompok soal tersebut. Nilai minus disini berarti pelanggan merasa harapannya tidak terpenuhi atau dalam kata lain tidak puas. Selanjutnya nilai kepuasan per kelompok pertanyaan di urutkan dari yang mempunyai nilai ketidakpuasan terbesar sampai dengan nilai ketidakpuasan terkecil diikuti kelompok pertanyaan Promosi (-0.72), Harga (-0.70), nilai Orang (-0.62), Proses (-0.52), Tempat (-0.51) dan Produk (-0.49).

5.5. Analisis Diagram kartesius

Berikut merupakan penjabaran dari Gambar 4.9:

Daerah I: Menunjukkan faktor yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting tetapi manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan, sehingga faktor-faktor tersebut masih mengecewakan pelanggan atau pelanggan tidak puas dengan faktor-faktor tersebut, yang termasuk daerah ini adalah pertanyaan nomor 12, 19 dan 22.

Daerah II: Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Faktor-faktor di daerah ini dianggap sangat penting dan sangat memuaskan, yang termasuk daerah ini adalah pertanyaan nomor 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 14, 15, 16, 17, 18 dan 20.

Daerah III: Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Faktor-faktor di daerah ini dianggap

kurang penting tetapi sangat memuaskan, yang termasuk daerah ini adalah pertanyaan nomor 24 dan 26.

Daerah IV: Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Faktor-faktor di daerah IV dianggap kurang penting dan kurang memuaskan, yang termasuk daerah ini adalah pertanyaan nomor 10, 11, 13, 21, 23 dan 25.

5.5.1. Usulan Penulis

Berikut adalah usulan solusi dari penulis setelah mengelompokkan 7 komponen bauran pemasaran jasa kedalam daerah diagram kartesius kepuasan pelanggan:

- **Daerah I**

  Terdapat didalamnya faktor Promosi (soal nomor 12), faktor Orang (karyawan) (soal nomor 19) dan Bukti Fisik (soal nomor 22 dan 23)

  - **Usulan untuk faktor Promosi**, merupakan soal nomor 12 yaitu: Bagaimana menurut anda pengadaan diskon tertentu pada jasa travel (diskon mahasiswa dan manula) ?, Dapat kita lihat bahwa kalangan mahasiswa yang mencapai 50% merupakan suatu tolak ukur dalam pengandaan promosi dengan metode diskon bagi mahasiswa serta manula seperti yang sudah di canangkan oleh pesaing-pesaing yang lain.
  - **Usulan untuk faktor Bukti Fisik**, merupakan soal nomor 22 yaitu: Bagaimana menurut anda kondisi toilet yang ada pada CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?

    Masalah toilet pada soal nomor 22 merupakan masalah umum yang sering terjadi di bidang apapun, keadan toilet di CITI TRANS bandung mendapat banyak sekali keluan dari pelanggan seperti ruang yang pengap, lembab, terlalu remang-remang sehingga mengekibatkan kesan kurang bersih dan kontrol kebersihan ritun yang kurang sepadan dengan jumlah peumpang. Saran dari penulis agar tiap setengah jam di cek kebersihan toilet.

- **Usulan untuk faktor Orang (karyawan)**, Merupakan soal nomor 19 yaitu: Bagaimana menurut anda kelayakan *Driver* dari segi tatatertib berkendara pada CITI TRANS ?. Merupakan salah satu hal yang sangat buruk untuk suatu bisnis jasa travel apabila pelanggan merasana tatatertib berkendara para *Driver* CITI TRANS masuk kedalam kategori buruk, hal ini harus segera dibenahi bila tidak ingin para pelanggan beralih ke travel yang lain.
  Keluhan yang terjadi pada hal ini adalah para *Driver* yang ugal-ugalan dalam mengendarai armada. Oleh karena itu pihak manajemen CITI TRANS harus memberikan suatu *Training* kepada para *Driver* CITI TRANS secara mendalam khususnya dari segi tata tertib berkendara karena pada kasus ini banyak sekali terdapatnya keluhan dan ketidak puasan (dari hasil perhitungan nilai kepuasan pelanggan).

- **Daerah II**

  Terdapat didalamnya faktor Produk (soal nomor 1, 3, 4, 5, 6, 7 dan 8), faktor Tempat/Lokasi (soal nomor 9), faktor Orang (karyawan) (soal nomor 14, 15, 16, 17 dan 18) dan faktor Bukti Fisik (soal nomor 20). Pada daerah ini perlu harus selalu dipertahankan dan selalu dijaga, secara umum dijelaskan pada penjelasan dibawah ini:

  - **Usulan untuk faktor Produk (soal nomor 1, 3, 4, 5, 6, 7 dan 8)**
    - Pertanyaan soal nomor 1 adalah bagaimana menurut anda jenis kendaraan yang digunakan pada CITI TRANS ?, jenis kendaraan merupakan hal yang patut di perhatikan dalam menjalankan bisnis jasa travel. Usulan penulis yaitu dengan selalu mencari informasi terbaru mengenai jenis kendaraan yang nyaman serta menggunakan produk yang bonafit.
    - Pertanyaan soal nomor 3 adalah bagaimana menurut anda susunan kursi pada kendaraan CITI TRANS ?, susunan kursi adalah salah satu keunggulan dari perusahaan CITI TRANS yaitu perusahaan jasa travel yang mempelopori susunan kursi *single sheet* pada armadanya. Usulan dari penulis adalah dengan memperhatikan peletakan kursi agar posisinya tidak terlalu di atas ban kendaraan

karena dapat menyebabkan guncangan yang akan mengganggu kenyaman selama berada di perjalanan.

- Pertanyaan soal nomor 4 adalah bagaimana menurut anda kelayakan kursi pada kendaraan CITI TRANS ?, kelayakan kursi berhubungan dengan seberapa sering pengecekan kelengkapan dan kelayakan kursi sehingga kelangkapan dan kelayakan kursi seperti sabuk pengaman, pegangan kursi, alat pengatur kemiringan kursi dan tentu saja keadaan kursi itu sendiri agar semuanya berada dalam keadaan yang baik.
- Pertanyaan soal nomor 5 adalah bagaimana menurut anda kenyamanan selama berada diperjalanan ?, agar penumpang selalu betah dan menjadi pelanggan yang setia kenyamanan selama dikendaraan agar selalu di jaga mulai dari cara mengendarai kendaraan dengan tidak ugal-ugalan, kebersihan kendaraan dan wangi-wangian di kendaraan agar selalu dijaga.
- Pertanyaan soal nomor 6 adalah bagaimana menurut anda kualitas AC pada kendaraan CITI TRANS ?, menjaga pengaturan AC agar selalu dalam kondisi suhu yang nyaman, sering AC suka mati tiba-tiba, apakah disengaja agar menghemat bensin atau memang tidak di sengaja apapun alasanya itu sangat menggangu kenyamanan dalam perjalanan.
- Pertanyaan soal nomor 7 adalah bagaimana menurut anda rute yang ada pada CITI TRANS ?, pada rute masih perlu adanya penambahan rute karena dirasakan masih kurang bahkan untuk wilayah Jakarta tidak semua daerah ada rutenya, lebih baik lagi apabila seluruh daerah Jabodetabek terdapat pol CITI TRANS, karena banyak mahasiswa dari bandung yang berasal dari kota-kota tersebut.
- Pertanyaan soal nomor 8 adalah bagaimana menurut anda ketepatan waktu keberangkatan pada CITI TRANS ?, ketepatan waktu keberangkatan merupakan hal yang harus selalu di jaga, dengan memberikan toleransi waktu keterlambatan maksimum tertentu misalnya 5 menit dan tidak hanya dengan memberikan waktu toleransi maksimum namun lebih penting pelaksanaanya yang harus selalu di jaga.

- **Usulan untuk faktor Tempat/lokasi (soal nomor 9)**, bagaimana menurut anda pemilihan lokasi CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?, lokasi merupakan suatu hal yang penting sehingga dalam mencari lokasi pol baru harus

dilihat dari segi jangkauan konsumen, kenyamanan tempat dan kemudahan akses menuju lokasi/tempat.

- **Usulan untuk faktor Orang (karyawan) (soal nomor 14, 15, 16, 17 dan 18)**
  - Pertanyaan soal nomor 14 adalah bagaimana menurut anda kualitas pelayanan *call center* pada CITI TRANS ? pelayanan *call center* merupakan hal yang penting karena segala keingintahuan pelanggan atas produk jasa CITI TRANS serta keluh kesah pelanggan merupakan hal penting dalam mengembangkan kualitas jasa yang di berikan.
  - Pertanyaan soal nomor 15 adalah bagaimana menurut anda kualitas pelayanan pemesanan tiket pada CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?. Senyum, sapa dan kesopanan harus selalu di berikan karyawan pelayanan pemesanan tiket dalam melayani konsumen yang datang, pemesanan tiket berawal dari pemesanan melalui telepon, jaringan selalu sibuk dan susah nyambung akan menyusahkan konsumen yang ingin melakukan pemesanan tiket ini akan menjadi persoalan yang sangat serius bila tidak segera di tanggulangi, untuk itu setiap terjadinya kenaikan konsumen pihak manajemen juga harus memikirkan penambahan jumlah karyawan saluran telepon guna mengimbangi jumlah konsumen yang akan melakukan pemesanan tiket.
  - Pertanyaan soal nomor 16 adalah bagaimana menurut anda kualitas pelayanan pembelian tiket pada CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur ?. Sistem dan proses pembayaran yang memudahkan pelanggan, senyum, sapa dan kesopanan harus selalu di berikan karyawan pelayanan pembelian tiket dalam melayani konsumen yang datang, jumlah karyawan juga agar di tambahkan pada jam-jam tertentu yang terlihat sangat panjang antrian di tempat pembelian tiket (menambah jumlah tempat pelayanan serta melakukan penjadwalan karyawan sehingga proses pembelian tiket dapat dilakukan dengan efesien).
  - Pertanyaan soal nomor 17 adalah bagaimana menurut anda kelayakan *Driver* dari segi umur pada CITI TRANS ? dengan merekrut *Driver* dengan umur yang wajar, tidak terlalu muda dan tidak terlalu tua.
  - Pertanyaan soal nomor 18 adalah bagaimana menurut anda kelayakan *Driver* dari segi kesopanan pada CITI TRANS ?, cara berinteraksi dengan pelanggan, berkendaraan dengan tertib dan teratur (tidak berhenti seenaknya apabila mau

berhenti dimanapun juga harus meminta persetujuan dulu dengan penumpang setidaknya memberitahukan terlebih dahulu) merupakan hal yang harus di jaga.

- **Usulan untuk faktor Bukti fisik (soal nomor 20),** adalah bagaimana menurut anda ruang tunggu yang ada pada CITI TRANS cabang Bandung, Dipatiukur? desain yang menarik, kondisi yang selalu bersih dan wangi, keberadaan tempat duduk yang nyaman dan memenuhi kapasitas terdapatnya fasilitas kantin dan lain sebagainya harus selalu di pertahankan agar ruang tunggu menjadi nyaman bagi konsumen.