

## KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PENGGUNA JASA TRANSPORTASI TRANS KOETARADJA BANDA ACEH

Winda Putri Diah Restya, Rima Agustina Putri

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh  
Jl. Muhammadiyah No. 91, Batoh, Lueng Bata, Banda Aceh  
*winda.putri@unmuba.ac.id*

### Abstrak

Pengguna jasa transportasi membutuhkan kualitas pelayanan yang ideal demi kenyamanan dan keamanan dalam perjalanannya. Jika pengguna jasa terpenuhi kebutuhannya dalam hal kualitas pelayanan maka akan menimbulkan kepuasan terhadap dirinya dan jasa yang digunakan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa transportasi Trans Koetaradja Banda Aceh. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah para pengguna jasa transportasi Trans Koetaradja Banda Aceh sebanyak 70 orang yang diambil dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan metode skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa transportasi Trans Koetaradja Banda Aceh. Hasil analisis data menggunakan korelasi *product moment* dengan perhitungan korelasi diperoleh nilai  $r = 0,423$  dan nilai  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ), maka dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, maka akan semakin tinggi juga kepuasan yang dirasakan oleh para pengguna jasa, begitu juga sebaliknya.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengguna Jasa*

### Pendahuluan

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pengguna jasa untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan pihak penyedia jasa. Ikatan hubungan ini dalam jangka panjang memungkinkan pihak penyedia jasa untuk memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan para pengguna jasa. Menurut Kotler (2000), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pengguna jasa, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pengguna jasa merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

Kotler (2000) mendefinisikan kepuasan pengguna jasa sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Sedangkan menurut Tjiptono (2008) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau tawaran di mana alternatif yang dipilih

sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang didapat tidak memenuhi harapan. Lupiyoadi dkk (2008) juga mendefinisikan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan pengguna jasa adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kualitas pelayanan jasa setelah diterima.

Para pengguna jasa transportasi sangat membutuhkan kualitas pelayanan yang ideal demi kenyamanan dan keamanan dalam perjalanan, sehingga jika pengguna jasa terpenuhi kebutuhannya dalam hal kualitas pelayanan maka akan menimbulkan kepuasan terhadap dirinya dan jasa yang digunakan. Oleh sebab itu, jika pengguna jasa merasa puas maka pengguna jasa akan menggunakan jasa transportasi tersebut kembali.

Trans Koetaradja dalam menarik minat pengguna jasa harus berusaha sebaik mungkin memberikan segala yang terbaik untuk memenuhi kepuasan pengguna jasa transportasi. Kepuasan bagi pengguna jasa transportasi merupakan tujuan dan sasaran utama bagi Trans Koetaradja. Kepuasan bagi pengguna jasa transportasi menjadi faktor penting dalam sebuah bisnis untuk meraih sukses. Lebih penting lagi adalah bahwa kepuasan pengguna jasa transportasi menjadi dasar bagi Trans Koetaradja untuk tetap bertahan dan terus berkembang. Oleh karena itu, pemberian suatu kualitas pelayanan tertentu akan menimbulkan penilaian yang berbeda dari setiap para pengguna jasa, karena tergantung dari bagaimana pengguna jasa mengharapkan kualitas pelayanan dan mendapatkan kepuasan atau tidak dari pelayanan yang diterima.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, sehingga menjadi sangat menarik untuk diteliti mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa transportasi Trans Koetaradja yang belum lama ini beroperasi di kota Banda Aceh dan Aceh Besar.

## **Tinjauan Pustaka**

### *Kepuasan Pengguna Jasa*

Kepuasan pelanggan pengguna jasa adalah kondisi di mana harapan pelanggan mampu dipenuhi oleh jasa atau produk (Kotler 2009). Sedangkan menurut Engel dkk, (1994) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan dengan harapannya. Pelanggan yang merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Untuk melihat kepuasan pengguna jasa, ada beberapa aspek yang dapat diukur (Kotler, 2009), yaitu: harapan (*expectation*), kinerja (*performance*), perbandingan (*comparisme*), penegasan (*confirmation* atau *disconfirmation*), ketidak-sesuaian (*discrepancy*).

### *Kualitas Pelayanan*

Kualitas pelayanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2008). Sedangkan menurut Tjiptono (2008) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pelanggan untuk memenuhi keinginan pelanggan, apabila kualitas pelayanannya baik maka pelanggan akan merasa puas, namun sebaliknya apabila pelayanannya rendah, maka pelanggan akan merasa kecewa.

Untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan pada sebuah perusahaan atau pemberi jasa, maka hal tersebut dapat dilihat melalui beberapa dimensi dari kualitas pelayanan itu sendiri (Kotler, 2008), yaitu: wujud (*tangible*), ketanggapan (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain yang menyediakan kepuasan kepada pelanggan, jika kualitas pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan, maka akan memberikan kepuasan terhadap pelanggan tersebut (Kasmir dalam Kusuma, 2009). Baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Berdasarkan uraian di atas bisa dikatakan bahwa apabila keinginan pelanggan terpenuhi dari kualitas pelayanan yang diberikan maka akan timbul rasa puas yang dirasakan pelanggan dan pelanggan akan menggunakan jasa tersebut kembali.

## **Metode Penelitian**

### *Pendekatan Penelitian*

Penelitian ini adalah penelitian yang bertujuan mencari hubungan antar dua variabel. Maka pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif.

### *Subjek*

Oleh sebab populasi tidak bisa ditentukan jumlahnya secara pasti, maka pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling* yaitu teknik *accidental*

*sampling*, karena keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga peneliti hanya mengambil sampel berjumlah 70 subjek.

#### *Teknik Pengumpulan Data*

Analisis korelasi *pearson product moment* digunakan untuk menjelaskan derajat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa. Di mana jika nilai signifikansi  $p < 0,05$  maka terdapat korelasi. Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $p > 0,05$  maka tidak terdapat korelasi. Untuk mencari korelasi antara dua variabel penulis menggunakan korelasi *product moment* dengan bantuan fasilitas komputer, yaitu menggunakan program *SPSS for windows version 21* (Azwar, 2010).

#### Hasil Penelitian

Berdasarkan dari hasil korelasi yang diperoleh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa, maka diperoleh nilai  $r = 0,423$  dan nilai  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ) yang berarti bahwa ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna jasa.

**Tabel 1. Hasil Analisis Uji Korelasi**

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pengguna Jasa
Kualitas Pelayanan	Person Correlation	1	0,423**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	70	70
Kepuasan Pengguna Jasa	Person Correlation	0,423**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	70	70

Sumber: Olah data *SPSS version 21 For Windows*

#### Pembahasan

Para pengguna jasa transportasi sangat membutuhkan kualitas pelayanan yang ideal demi kenyamanan dan keamanan dalam perjalanannya, sehingga jika pengguna jasa terpenuhi kebutuhannya dalam hal kualitas pelayanan maka akan menimbulkan kepuasan terhadap dirinya dan jasa yang digunakan. Oleh sebab itu, jika pengguna jasa merasa puas maka pengguna jasa akan menggunakan jasa transportasi tersebut kembali. Begitu juga sebaliknya, jika pengguna jasa tidak merasa puas akan suatu pelayanan maka pelanggan tersebut tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti dapat menyatakan bahwa masyarakat kota Banda Aceh khususnya para pengguna jasa transportasi Trans Koetaradja merasa puas akan hadirnya bus Trans Koetaradja baru-baru ini di Banda Aceh dengan didukung adanya kualitas pelayanan yang baik dan fasilitas yang memadai.

Tidak hanya faktor dari kualitas pelayanan, ada faktor lain yang juga dapat membuat pelanggan menjadi puas, salah satunya adalah bus Trans Koetaradja merupakan angkutan umum yang tidak memiliki beban biaya transportasi (gratis ongkos) untuk sementara ini, dan fasilitas yang memadai sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan menjadi daya tarik bagi pengguna jasa untuk lebih memilih naik bus dari pada naik angkutan umum lainnya. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya peminat atau masyarakat yang sering menggunakan Trans Koetaradja, dengan kepuasan yang dirasakan maka para pelanggan akan terus menggunakan jasa bus Trans Koetaradja kembali.

Namun tingginya lonjakan penumpang yang ingin menggunakan bus Trans Koetaradja, mengakibatkan penumpukan penumpang di halte dikarenakan menunggu datangnya bus dengan rute tujuan yang ingin dituju. Salah satu penyebab keterlambatan bus adalah dikarenakan masyarakat yang menggunakan kendaraan pribadi masih sembarangan memarkirkan kendaraannya pada jalur datangnya bus di halte, tanpa mematuhi aturan. Hal tersebut mengakibatkan jalan bus menjadi pelan dan mengakibatkan keterlambatan bus tiba pada halte-halte yang sudah dinantikan oleh para penumpang.

### **Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu ada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pengguna jasa, dengan nilai  $r = 0,423$  dan nilai  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ). Hubungannya bersifat positif, di mana jika kualitas pelayanan semakin baik, maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan pengguna jasa tersebut. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Trans Koetaradja pun semakin dirasakan manfaat yang mendatangkan kepuasan pengguna jasa juga disebabkan karena faktor Trans Koetaradja merupakan satu-satunya jasa transportasi umum yang tidak memiliki beban biaya (gratis ongkos) di Aceh, sehingga Trans Koetaradja itu menjadi pilihan utama bagi masyarakat.

### **Daftar Pustaka**

- Anatan. (2009). *Manajemen sumber daya manusia dalam bisnis modern*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2006). *Manajemen penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Azwar, S. (2004). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2010). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basu, S. D. H., & Irawan. (2008). *Manajemen pemasaran modern*, Edisi 2, Cetakan Ke-13, Yogyakarta: Liberty.

- Engel, J.cF., Blackwell., R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Gerson, R.. (2001). *Mengukur kepuasan pelanggan*. Jakarta: PPM.
- Goetsch, D. L., & Davis, S (1994) *Introduction to total quality, quality, Productivity, competitiveness*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall International Inc.
- Gronroos, C. (1994). *Service management and marketing: Managing the moment of truth in service competition*. Lexington: Lexington Books.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas pelayanan publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis, planing, implementation and control, englewood Chiffs, N.S : Prentice*. Hall International, Inc.
- Kotler, (2000). *Manajemen pemasaran jasa di Indonesia, analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian* (Edisi pertama). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, K. (2009). *Menejemen pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kristianto, L. P. (2011). *Psikologi pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Kusuma, H. (2009). *Manajemen produksi*. Yogyakarta: Andi.
- Lovelock, C. (2004). *Service marketing and management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, M. N. (2010). *Manajemen jasa terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Purnama, N. (2006). *Manajemen kualitas perspektif global*. Yogyakarta: Ekonisia FE UII.
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfa Beta.
- Supranto. (2006). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono. (2001). *Manajemen jasa*. Edisi 2, Cetakan Ke-2. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono. (2002). *Prinsip-prinsip total quality service*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono. (2007). *Service, quality, satisfaction*. Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- \_\_\_\_\_. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Tjiptono. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wawan, A., & Maharani, D. (2010). *Teori dan pengukuran pengetahuan, sikap, dan perilaku manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Widi, R. K. (2010). *Metodologi penelitian sebuah pengenalan dan penuntun langkah pelaksanaan penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wilkie, W. I. (1994). *Consumer behavior, 3<sup>rd</sup> edn.* New York: Wiley.

Yamit, Z. (2013). *Manajemen kualitas produk dan jasa.* Yogyakarta: Ekonisia.

Zeithmal, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1995). *Dilevery quality servive.* New York: The Free Press.

FAKULTAS  
PSIKOLOGI  
UNMUHA