

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada *Xtrans Shuttle de Batara* terkait pemeriksaan operasional terhadap kualitas dan harga pelayanan jasa dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Maka setelah itu dapat menarik kesimpulan yang berguna untuk menjawab rumusan masalah yang telah diuraikan. Kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Xtrans Shuttle de Batara* memiliki standar dan prosedur terkait kualitas pelayanan jasa yang sudah baik. *Xtrans Shuttle de Batara* juga menerapkan beberapa keuntungan bagi pelanggan seperti memberikan potongan harga kepada pelanggan sebesar Rp.10.000 bagi mahasiswa, lansia, dan anak dibawah umur 10 tahun. Selain itu, *Xtrans Shuttle de Batara* sudah mengupayakan dalam memberikan kemudahan agar pelanggan dapat melakukan pemesanan dengan bekerjasama dengan beberapa aplikasi *online*. Prosedur pada saat pelanggan melakukan pemesanan sampai dengan pelanggan sampai tujuan sudah terstruktur sangat baik. Disamping itu, perusahaan juga telah melakukan beberapa pencegahan yang dilakukan untuk keselamatan pelanggan dengan melakukan *maintenance* rutin dan melakukan penggantian unit kendaraan setiap empat tahun sekali. Tetapi, kebijakan perusahaan masih kurang memadai dikarenakan masih terdapat kekurangan seperti tidak adanya *briefing* yang dilakukan karyawan setiap harinya, dan *On the Job Training* untuk bagian resepsionis jarang dilakukan.
2. Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden, penilaian responden berdasarkan hasil kuesioner terkait dimensi kualitas pelayanan jasa, didapatkan rata-rata penilaian secara keseluruhan atas dimensi kualitas pelayanan jasa adalah sebesar 75%, artinya penilaian responden terkait kualitas pelayanan jasa umumnya sudah baik. Penilaian responden atas dimensi *tangibles* mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 72,7%, dimensi *reliability* mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 69,3%, dimensi *responsiveness* mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 72,8%, dimensi *assurance* mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 81,2%, dan dimensi *empathy* mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar

79,4%. Selain itu berdasarkan hasil kuesioner terkait kepuasan pelanggan mengenai kualitas pelayanan jasa mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 70,2%. Berdasarkan hasil tersebut umumnya kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan perusahaan sudah dapat dikatakan baik, tetapi masih harus melakukan perbaikan karena masih terdapat beberapa kelemahan yang ditemukan dari kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, yaitu:

1. Berdasarkan dimensi *tangibles* yaitu:
 - a. Kondisi AC di dalam kendaraan tidak berfungsi dengan baik.
 - b. Kurangnya kapasitas tempat duduk yang terdapat di *pool* jika kondisi ramai.
 - c. Ruang tunggu memiliki pencahayaan yang kurang terang.
 - d. Kondisi di dalam kendaraan kurang bersih, masih terdapat sampah di dalam kendaraan dan terdapat serangga.
 - e. Masih terdapat karyawan yang tidak berpakaian sesuai dengan seragam yang telah ditentukan.
2. Berdasarkan dimensi *reliability* yaitu:
 - a. Ketepatan waktu dalam keberangkatan *shuttle* tidak terpenuhi.
 - b. Kesulitan dalam memesan tiket melalui telepon maupun *online*.
3. Berdasarkan dimensi *responsiveness* yaitu kurangnya informasi mengenai keterlambatan waktu keberangkatan.
4. Berdasarkan dimensi *assurance* yaitu karyawan tidak memberi salam pada saat menyapa pelanggan dan tidak mengucapkan terima kasih.
5. Berdasarkan dimensi *empathy* yaitu *Office Boy* terkadang tidak membantu menaikkan atau menurunkan barang bagasi pelanggan.

Hal ini agar perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan jasa yang diberikan perusahaan. Selain itu, berdasarkan hasil uji statistik uji T kualitas pelayanan jasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi kualitas pelayanan yaitu sebesar 0,000 yang menunjukkan nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi penelitian (0,05). Maka dari itu penilaian pelanggan terkait kepuasannya atas kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan mempunyai peranan yang penting.

Berdasarkan hasil analisa regresi berganda, didapatkan hasil dengan persamaan regresi yaitu $Y = -2,424 + 0,173X_1 + 0,155X_2$ yang menunjukkan semakin baik kualitas pelayanan jasa maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

3. Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden, penilaian responden berdasarkan hasil kuesioner terkait indikator harga, didapatkan rata-rata penilaian secara keseluruhan atas indikator harga adalah sebesar 72,4%, artinya penilaian responden terkait harga yang ditawarkan perusahaan umumnya sudah baik. Penilaian responden terkait keterjangkauan harga mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 74%, kesesuaian harga dengan kualitas yang diberikan perusahaan mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 71,6%, kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan pelanggan mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 73,2%, harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan *shuttle* lainnya mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 70,6%. Selain itu berdasarkan hasil kuesioner terkait kepuasan pelanggan mengenai harga yang ditawarkan perusahaan mendapatkan rata-rata skor akhir sebesar 81%. Berdasarkan hasil tersebut umumnya kepuasan pelanggan terkait harga yang ditawarkan perusahaan sudah dapat dikatakan sangat baik, walaupun sudah sangat baik namun masih terdapat kelemahan yaitu karyawan tidak menawarkan potongan harga yang dijanjikan kepada pelanggan. Sehingga perusahaan harus dapat mempertahankan kepuasan pelanggan terkait harga yang ditawarkan perusahaan.

Selain itu, berdasarkan hasil uji statistik uji T harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi harga yaitu sebesar 0,026 yang menunjukkan nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi penelitian (0,05). Maka dari itu penilaian pelanggan terkait kepuasannya atas harga yang ditawarkan perusahaan mempunyai peranan yang penting.

Berdasarkan hasil analisa regresi berganda, didapatkan hasil dengan persamaan regresi yaitu $Y = -2,424 + 0,173X_1 + 0,155X_2$ yang menunjukkan semakin baik harga yang ditawarkan perusahaan maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

4. *Xtrans Shuttle de Batara* sebelumnya tidak pernah melakukan pemeriksaan operasional. Pemeriksaan operasional perlu dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan jasa dan harga yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Dari pemeriksaan operasional ini, perusahaan dapat mengetahui perbaikan dan rekomendasi yang diharapkan dapat dilakukan perusahaan untuk menjaga maupun meningkatkan kepuasan pelanggan karena kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Rekomendasi ini diharapkan dapat memperbaiki kualitas pelayanan jasa berdasarkan lima dimensi, yaitu dimensi *tangible*, dimensi *reliability*, dimensi *responsiveness*, dimensi *assurance*, dan dimensi *empathy*, diharapkan rekomendasi ini juga dapat memperbaiki harga yang ditawarkan tidak memperhitungkan potongan yang dijanjikan dan kebijakan perusahaan yang kurang memadai.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pemeriksaan operasional yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka didapatkan beberapa saran yang bertujuan untuk membantu *Xtrans Shuttle De Batara* dalam melakukan perbaikan untuk mengatasi kelemahan-kelemahan yang didapatkan dari penelitian ini.

1. Berdasarkan dengan temuan 1 mengenai kualitas pelayanan jasa yang diberikan *Xtrans Shuttle de Batara* kurang memadai dinilai berdasarkan kelima dimensi kualitas pelayanan jasa yaitu dimensi *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

a. Berkaitan dimensi *tangibles* yaitu saran yang diberikan adalah:

- i. Perusahaan sebaiknya memperhitungkan jangka waktu lamanya pemakaian AC dan melakukan pemeliharaan secara berkala sesuai dengan standar perawatan AC yang dianjurkan oleh *supplier*. Standar perawatan tersebut seperti penggantian komponen AC enam bulan sekali yaitu melakukan pembersihan evaporator AC diatas 80.000 km, penggantian *air cabin filter*, penambahan *freon* pembersihan *blower* depan dan pembersihan kondensor, pembersihan kompresor, penggantian motor-fan.
- ii. Pihak manajemen sebaiknya mempertimbangkan untuk melakukan *On the Job Training* untuk bagian *Office Boy*.

- iii. Perusahaan sebaiknya mempertimbangkan dalam mengubah tata letak di dalam *pool* sehingga perusahaan dapat menambahkan kapasitas tempat duduk.
 - iv. Perusahaan sebaiknya mengubah lampu penerangan menjadi warna putih yang berdaya besar sehingga dapat memberikan suasana *pool* yang lebih baik.
 - v. Pihak manajemen sebaiknya dapat lebih tegas dalam memberlakukan sanksi untuk setiap karyawan yang tidak mentaati standar dan prosedur yang berlaku.
- b. Berkaitan dimensi *reliability* yaitu saran yang diberikan adalah:
- i. Perusahaan sebaiknya mempertimbangkan untuk menyediakan satu unit kendaraan cadangan yang disimpan di *pool Xtrans Shuttle de Batara*, hal ini dapat mengurangi masalah tidak terpenuhinya ketepatan waktu pada jadwal keberangkatan.
 - ii. Perusahaan sebaiknya menyediakan satu nomor *call center* saja dan mencantumkan nomor telepon *call center* secara jelas di dalam *pool* dan mencantumkan pada papan nama yang terpampang di bagian depan *pool*. Selain itu, mencantumkan stiker nomor telepon *call center* pada bagian belakang setiap unit kendaraan yang dimiliki perusahaan. Perusahaan sebaiknya menyediakan *standing banner* di dalam *pool* yang menginformasikan pelanggan dapat melakukan pemesanan dari beberapa aplikasi *online*.
- c. Berkaitan dimensi *responsiveness* yaitu saran yang diberikan yaitu perusahaan menyediakan monitor mengenai jadwal keberangkatan, dari monitor tersebut dapat menginformasikan jadwal keberangkatan yang mengalami keterlambatan.
- d. Berkaitan dimensi *assurance* yaitu saran yang diberikan yaitu pihak manajemen sebaiknya mempertimbangkan untuk melakukan pengecekan pada setiap pergantian *shift* dan membuat laporan kinerja berdasarkan penilaian manajer terhadap kinerja karyawan, serta manajer sebaiknya dapat lebih tegas dalam memberlakukan sanksi.

- e. Berkaitan dimensi *empathy* yaitu saran yang diberikan yaitu *Xtrans Shuttle de Batara* sebaiknya menambahkan satu karyawan bagian *office boy*, dengan begitu *Office Boy* akan dapat bekerjasama dalam melakukan pembagian tugas pekerjaan.
2. Berdasarkan dengan temuan 2 mengenai harga yang ditawarkan tidak memperhitungkan potongan yang dijanjikan, saran yang diberikan yaitu perusahaan sebaiknya mempertimbangkan menyediakan *standing banner* mengenai promo yang dapat dilihat dengan jelas dan perusahaan juga dapat mencantumkan promo tersebut di *website* perusahaan. Selain itu, perusahaan dapat menerapkan kebijakan agar karyawan resepsionis menawarkan potongan harga tersebut kepada seluruh pelanggan.
 3. Berdasarkan dengan temuan 3 mengenai kebijakan perusahaan yang masih kurang memadai, saran yang diberikan yaitu:
 - i. Perusahaan sebaiknya melakukan *On the Job Training* secara terartur kepada bagian resepsionis mengenai kualitas pelayanan jasa kepada pelanggan.
 - ii. Pihak perusahaan sebaiknya mempertimbangkan untuk melakukan *briefing* secara rutin bagi karyawan pada setiap pergantian *shift*.
 4. Dilakukan pemeriksaan operasional secara berkala, supaya perusahaan dapat mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap perusahaan, selain itu dapat mengetahui area masalah yang mungkin akan menjadi masalah dan area masalah yang memang sudah terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal , V., Tripathi , V., & Agrawal , A. M. (2015). Methodology for Evaluating Service Quality of Public Transport: Case of Delhi, India. 100.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. 118.
- Bei, L. T., & Chiao, C. Y. (2006). The Determinants Of Customer Loyalty: An Analysis Of Intangible Factors In Three Service Industries.
- Berkowitz, E. N. (2002). *Marketing* (6th Edition ed.). New York: Irwin McGraw Hill Inc.
- Chau, V. S., & Kao, Y. Y. (2009). Bridge over troubled water or long and winding road? 27.
- Dagun, S. (2006). *Busway: Terobosan penanganan transportasi jakarta*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Elder, R. J., Beasley, M. S., & Arens, A. A. (2017). *Auditing and Assurance Services*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Florentin, V. (2018, November Minggu). *Jokowi: Bandung Paling Siap Jadi Creative Hub*. From [Bisnis.tempo.co: https://bisnis.tempo.co/read/1145125/jokowi-bandung-paling-siap-jadi-creative-hub](https://bisnis.tempo.co/read/1145125/jokowi-bandung-paling-siap-jadi-creative-hub)
- Gaspersz, V. (2007). *Organizational Excellence*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Hadihardaja, J., Kamarwan, S., Priyanto, S., & Widodo, P. (1997). *Sistem Transportasi*. Jakarta: Gunadarma.
- Harjati , L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. 71.
- Hengsadeekul , T. (2018). Customer Satisfaction on Service Quality of Bus Transport: A Survey of Passengers from Phnom Penh to Poipet in Cambodia. 125.
- Hidayatullah, M. S. (2018, October 18). *Mendongkrak Sektor Jasa Jadi Penopang Pertumbuhan Ekonomi*. From <https://sumatra.bisnis.com/read/20181018/9/850634/opini-mendongkrak-sektor-jasa-jadi-penopang-pertumbuhan-ekonomi>.
- Hussain, M. M. (2012). Management accounting and performance measures in Japanese banks. 1.
- Jen , W., Tu , R., & Lu, T. (2010). Managing passenger behavioral intention: an integrated framework for service quality, satisfaction, perceived value, and switching barriers. 339.
- Kaihatu, T. S., Daengs, A., & Indrianto, A. T. (2015). *Manajemen Komplain* . Yogyakarta: Andi .
- Kalista, C. A., Lubis, N., & Listyorini, S. (2012). Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang Atas Kualitas Pelayanan Shuttle & Travel Pt.Cipaganti Citra Graha Otojasa Semarang. 16.

- Keshavarz , Y., Jamshidi , D., & Bakhtazma , F. (2016). The Influence of Service Quality on Restaurants' Customer Loyalty . 9.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management:Global Edition*. Harlow: Pearson.
- Kristanto, N. H. (2016). Gaya Hidup Masyarakat. *Sabda* , 11, 109.
- Levinne, D. M., Stephan, D. F., & Szabat, K. A. (2014). *Statistics for Managers*. Harlow: Pearson.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malik, S. A., Jaswal, L. H., Malik, S. A., & Awan, T. M. (2013). Measuring Service Quality Perception of the Customers of Restaurant in Pakistan. 197.
- Marliana, S., & Dharmastiti, R. (2008). Integrasi Servqual Dan Qfd Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Angkutan Massa Trans Jogja. 112.
- Mccrindle. (2012). *Generations defined: 50 years of change over 5 generations*. From [mccrindle.com.au: https://mccrindle.com.au/insights/blog/generations-defined-50-years-change-5-generations-resource/](https://mccrindle.com.au/insights/blog/generations-defined-50-years-change-5-generations-resource/)
- Mulyadi. (2014). *Auditing* (Edisi Keenam ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Muthupandian, K., & Vijayakurnar, C. (2012). Measurement of passengers service quality in public transportation: servqual analysis. 19.
- Primadiawan, I. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Po Eka. 83.
- Priyastama, R. (2017). *Buku Sakti Kuasai SPSS Pengolahan Data dan Analisis Data*. Yogyakarta: Start Up.
- Priyatno, D. (2013). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Mulivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti* , 9 (18), 125.
- Reider, R. (2002). *Operational Review: Maximum Result at Efficient Costs* (3rd Edition ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). *Accounting Information Systems*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley and Sons.
- Setyawan, H. (2012). KUALITAS LAYANAN TRANSPORTASI (STUDI KASUS TRANSJAKARTA BUSWAY DI PROVINSI DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA). 78.
- Sudarso, A. (2012). *Manajemen Pemasaran Jasa perhotelan*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.
- Tjiptono, F. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Trijono, R. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Papas Sinar Sinanti.
- Warpani, P. S. (2002). *Pengelolaan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan*. Bandung: ITB.

- Yang, Y., & Wang, Y. (2004). An Integrated Framework for Service Quality, Customer Value, Satisfaction: Evidence from China's Telecommunication Industry. 333.
- Zeithaml, Bitner, M. J., & A, V. (2009). *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*. Boston: McGraw Hill.