

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN ATAS PELAYANAN PADA PT JALUR NUSANTARA TRAVEL PONTIANAK

Mely Christina
Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden atas pelayanan yang telah diterapkan oleh PT Jalur Nusantara Travel Pontianak dan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen atas pelayanan yang telah dilakukan PT Jalur Nusantara Travel Pontianak dengan melihat lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa yang terdiri dari : *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati).

Kesimpulannya adalah secara keseluruhan, konsumen merasa puas terhadap kinerja perusahaan. Namun ada beberapa atribut yang membuat konsumen tidak puas antara lain pada faktor *tangibles* yaitu tempat parkir , faktor *responsiveness* yaitu kecepatan karyawan melayani konsumen dalam mereservasi tiket , faktor *assurance* yaitu karyawan memiliki pengetahuan yang baik dalam menjawab pertanyaan konsumen serta keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen fasilitas , dan terakhir pada faktor *emphaty* yaitu kepedulian karyawan terhadap kebutuhan konsumen. Hasil analisis diagram Kartesius, atribut kualitas layanan terbanyak terpetakan pada kuadran B, diikuti kuadran A dan kuadran C, terakhir kuadran D dimana hal ini menunjukkan tingkat kepuasan konsumen PT Jalur Nusantara Travel cukup baik. Saran yang diberikan penulis adalah pimpinan perusahaan memberikan dorongan kepada karyawannya berupa komisi, memberikan pelatihan dan menyediakan kotak saran/keluhan sehingga dapat meningkatkan pelayanan menjadi lebih baik dan mencapai kepuasan konsumen.

Kata kunci : Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan

A. Latar Belakang Penelitian

Salah satu perusahaan yang berkaitan dengan masalah pelayanan adalah perusahaan biro perjalanan. Perusahaan biro perjalanan ini sangat diminati oleh para pelanggan yang membutuhkan kemudahan akses dan efisiensi waktu. Dalam perusahaan biro perjalanan yang terpenting adalah kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada konsumen. Kunci utama dari pelayanan yang berkualitas yaitu bagaimana membuat konsumen merasa tertarik untuk dapat menggunakan kembali pelayanan pada perusahaan biro perjalanan tersebut.

Secara sederhana pengertian kualitas layanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterima. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan sehingga dapat terbentuknya loyalitas

pelanggan. Sedangkan jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan buruk.

PT Jalur Nusantara Travel adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan tiket pesawat udara. Realisasi penjualan dari maskapai penerbangan oleh Perseroan Terbatas (PT) Jalur Nusantara Travel Pontianak dalam lima tahun terakhir dari 2009 – 2013, sebagai berikut :

TABEL 1
PT JALUR NUSANTARA TRAVEL PONTIANAK
JUMLAH PENJUALAN TIKET PESAWAT UDARA
TAHUN 2009 – 2013

Tahun	Penjualan (Lembar)	Perkembangan Penjualan (Lembar)	Perkembangan Penjualan (%)
2009	4439	-	-
2010	4714	275	5,83
2011	5038	324	6,43
2012	5277	239	4,53
2013	5094	(183)	3,59

Sumber: data olahan 2014

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat diketahui bahwa pada tahun 2010 hingga tahun 2012 terjadi peningkatan penjualan tiket, sedangkan pada tahun 2013 terjadi penurunan penjualan tiket pesawat dikarenakan pailitnya maskapai Batavia Air yang memiliki banyak rute penerbangan yang diminati oleh konsumen. Dengan melihat hal ini maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Atas Jasa Pelayanan Pada PT Jalur Nusantara Travel Pontianak”.

Dengan memperhatikan informasi latar belakang yang telah dikemukakan penulis, maka permasalahan penelitian ini antara lain :

1. Tanggapan responden terhadap tingkat kinerja perusahaan dengan tingkat kepentingan konsumen yang telah dilakukan PT Jalur Nusantara Travel Pontianak.
2. Tingkat kepuasan konsumen atas pelayanan pada PT Jalur Nusantara Travel Pontianak.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka yang menjadi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui tanggapan responden atas pelayanan yang telah diterapkan oleh PT Jalur Nusantara Travel Pontianak dengan melihat lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa yang terdiri dari : *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (empati).

2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen atas jasa pelayanan yang telah diterapkan oleh PT Jalur Nusantara Travel.

B. Analisis Data dan Pembahasan

Salah satu masalah yang dihadapi oleh perusahaan adalah meningkatnya persaingan dengan perusahaan lain yang menawarkan pelayanan jasa sejenis. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan pelayanan jasa yang lebih baik daripada perusahaan pesaing agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat mencapai kepuasan konsumen. Konsumen akan lebih loyal kepada perusahaan jika perusahaan mampu memberikan pelayanan yang lebih baik daripada perusahaan pesaing.

Untuk mengetahui tanggapan konsumen akan kinerja PT Jalur Nusantara Travel Pontianak dengan tingkat kepentingan menurut konsumen, maka dilakukan penelitian untuk mengetahui apakah kepentingan responden sudah terpenuhi atau belum. Setiap konsumen yang datang ke perusahaan berasal dari berbagai lapisan masyarakat akan mempunyai penilaian, kebutuhan, selera dan sikap yang berbeda-beda. Hal-hal tersebut mempunyai pengaruh pada tingkat kepuasan terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan perusahaan.

Untuk mengetahui kebutuhan, keinginan, selera dan sikap konsumen adalah dengan mengetahui karakteristik dan latar belakang konsumen. Karakteristik tersebut dibagi menjadi empat kategori yang meliputi usia responden, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan dan frekuensi pembelian.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas pelayanan akan kinerja perusahaan dengan tingkat kepentingan konsumen, maka digunakan lima dimensi kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa antara lain:

1. *Tangibles* (bukti fisik)

Tangibles (bukti fisik) meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan yang dibahas.

2. *Reliability* (kehandalan)

Reliability, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Responsiveness, yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi: kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.

4. *Assurance* (jaminan)

Assurance, meliputi kemampuan karyawan atas: pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

5. *Emphaty* (empati)

Emphaty, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya.

Penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengetahui tanggapan responden terhadap pelayanan jasa yang telah diterapkan oleh PT Jalur Nusantara Travel. Menurut Nasution (2001: 58), untuk mengevaluasi kinerja perusahaan digunakan skala 5 tingkat (likert) yang terdiri atas sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting dan tidak penting. Kelima penilaian tersebut diberikan bobot sebagai berikut. Jawaban sangat penting diberi bobot 5; jawaban penting diberi bobot 4; jawaban cukup penting diberi bobot 3; jawaban kurang penting diberi bobot 2; dan jawaban tidak penting diberi bobot 1.

Untuk kinerja / penampilan diberikan lima penilaian dengan bobot sebagai berikut. Jawaban sangat baik diberi bobot 5; jawaban baik diberi bobot 4; jawaban cukup baik diberi bobot 3; jawaban kurang baik diberi bobot 2; dan jawaban tidak baik diberi bobot 1.

Dalam penelitian ini terdapat dua buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggan, dan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan. Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana: Tki = tingkat kesesuaian responden
Xi = skor penilaian kinerja perusahaan
Yi = skor penilaian kepentingan pelanggan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan disederhanakan dengan:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

D :Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan. Faktor ini dianggap kurang penting, tetapi sangat memuaskan.

Tanggapan dari lima puluh responden yang pernah menggunakan jasa perusahaan mengenai tingkat kepuasan atas pelayanan yang telah diberikan perusahaan kepada konsumen antara lain:

1. *Tangibles* (bukti fisik)

Pada dimensi *tangibles*(bukti fisik) terdapat lima variabel dengan hasil analisis tingkat kinerja perusahaan, tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

TABEL 2
PT JALUR NUSANTARA TRAVEL PONTIANAK
HASIL ANALISIS DIMENSI *TANGIBLES*

No.	Pertanyaan	Rata-rata Tingkat Kinerja	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%)
1	Tempat parkir	2,52	4,54	55,51
2	Kerapian, kebersihan dan kenyamanan ruangan pada kantor seperti adanya musik, ac dan kursi untuk tamu	3,48	4,54	76,65
3	Penampilan karyawan	3,32	3,86	86,01
4	Kelengkapan peralatan kantor yang dimiliki	3,62	4,30	84,19
5	Lokasi perusahaan	2,88	3,86	74,61
Rata-rata		3,16	4,22	75,39

Sumber: Data Olahan, 2014

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja perusahaan dengan tingkat kepentingan konsumen sudah sesuai yaitu sebesar 75,39%. Tetapi masih ada indikator yang tingkat kinerjanya rendah dan penting bagi konsumen, yaitu indikator ketersediaan tempat parkir sebesar 2,52% dan lokasi perusahaan yaitu sebesar 2,88%.

2. *Reliability* (kehandalan)

Pada dimensi *reliability*(kehandalan) terdapat lima variabel dengan hasil analisis tingkat kinerja perusahaan, tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

TABEL 3
PT JALUR NUSANTARA TRAVEL PONTIANAK
HASIL ANALISIS DIMENSI *REALIBILITY*

No.	Pertanyaan	Rata-rata Tingkat Kinerja	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%)
1	Kelengkapan jasa penerbangan yang ditawarkan	4,16	4,52	92,04
2	Ketepatan waktu dalam menjemput konsumen yang menggunakan jasa antar jemput ke bandara	4,14	4,64	89,22
3	Perbandingan harga tiket yang dijual biro perjalanan dengan biro perjalanan pesaing	3,48	4,52	76,99
4	Kesesuaian data yang dikonfirmasi dengan yang diterbitkan	3,4	4,68	72,65
5	Ketelitian karyawan dalam menangani proses pembayaran	3,42	4,84	70,66
Rata-rata		3,72	4,20	80,31

Sumber: Data Olahan, 2014

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja perusahaan dengan tingkat kepentingan konsumen sudah sesuai yaitu sebesar 80,31%. Pada indikator kesesuaian data yang dikonfirmasi dengan yang diterbitkan berada pada posisi terendah yaitu sebesar 3,4% sehingga perlu ditingkatkan. Menurut sebagian responden terkadang data yang dikonfirmasi dengan tiket diterbitkan ada yang berbeda, misalnya dalam pengetikan nama penumpang, jam penerbangan, rute penerbangan atau harga tiket.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Pada dimensi *responsiveness* (daya tanggap) terdapat lima variabel dengan hasil analisis tingkat kinerja perusahaan, tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

TABEL 4
PT JALUR NUSANTARA TRAVEL PONTIANAK
HASIL ANALISIS DIMENSI *RESPONSIVENESS*

No.	Pertanyaan	Rata-rata Tingkat Kinerja	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%)
1	Kecepatan karyawan melayani konsumen dalam mereservasi tiket	2,52	4,84	52,07

2	Kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan yang disampaikan konsumen	3,56	4,76	74,79
3	Kecepatan karyawan dalam menanggapi masalah yang timbul	3,76	4,82	78,01
4	Kemudahan dalam pemesanan tiket	3,58	4,74	75,53
5	Kemudahan dalam proses pembayaran tiket pesawat yang telah dipesan	3,7	4,66	79,40
Rata-rata		3,42	4,76	71,96

Sumber: Data Olahan, 2014

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja perusahaan dengan tingkat kepentingan konsumen sudah sesuai yaitu sebesar 71,96%. Pada indikator kecepatan karyawan melayani konsumen dalam mereservasi tiket berada pada posisi terendah yaitu sebesar 2,52% sehingga perlu ditingkatkan. Indikator ini berada pada posisi terendah karena menurut sebagian responden karyawan tidak langsung melayani mereka dan karyawan menunggu konsumen bertanya kepada mereka baru akan melayani.

4. Assurance (jaminan)

Pada dimensi *assurance* (jaminan) terdapat lima variable dengan hasil analisis tingkat kinerja perusahaan, tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

TABEL 5
PT JALUR NUSANTARA TRAVEL PONTIANAK
HASIL ANALISIS DIMENSI ASSURANCE

No.	Pertanyaan	Rata-rata Tingkat Kinerja	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%)
1	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik dalam menjawab pertanyaan konsumen	2,96	4,74	62,45
2	Reputasi biro perjalanan yang baik	3,5	4,60	76,09
3	Karyawan memberikan informasi yang jelas	3,58	4,72	75,85
4	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen	3,04	4,76	63,87
5	Bukti pembayaran yang diberikan kepada konsumen	3,3	3,78	87,30
Rata-rata		3,28	4,52	73,11

Sumber: Data Olahan, 2014

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja perusahaan dengan tingkat kepentingan konsumen sudah sesuai yaitu sebesar 73,11%. Pada indikator karyawan memiliki pengetahuan yang baik dalam menjawab pertanyaan konsumen berada pada posisi terendah yaitu sebesar 2,52% sehingga perlu ditingkatkan. Indikator ini berada pada posisi terendah karena menurut sebagian responden, karyawan perusahaan belum memiliki banyak pengetahuan sehingga ketika konsumen bertanya seputar penerbangan, karyawan belum mampu menjawab pertanyaan tersebut.

5. *Emphaty* (empati)

Pada dimensi *emphaty*(empati) terdapat lima variable dengan hasil analisis tingkat kinerja perusahaan, tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

TABEL 6
PT JALUR NUSANTARA TRAVEL PONTIANAK
HASIL ANALISIS DIMENSI *EMPHATY*

No.	Pertanyaan	Rata-rata Tingkat Kinerja	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian (%)
1	Memberikan perhatian secara individu kepada konsumen	3,2	4,48	71,43
2	Karyawan melayani konsumen tanpa membedakan	3,22	3,96	81,31
3	Kepedulian karyawan terhadap kebutuhan konsumen	3,1	4,66	66,52
4	Kesediaan karyawan membantu konsumen (<i>refund</i> atau <i>reschedule</i>)	3,58	4,68	76,50
5	Kemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen	3,46	4,56	75,88
Rata-rata		3,31	4,47	74,33

Sumber: Data Olahan, 2014

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja perusahaan dengan tingkat kepentingan konsumen sudah sesuai yaitu sebesar 74,33%. Pada indikator kepedulian karyawan terhadap kebutuhan konsumen berada pada posisi terendah yaitu sebesar 3,1%. Menurut responden, terkadang ada karyawan yang tidak mempedulikan konsumen yang datang dan hanya sibuk dengan HP mereka.

Selanjutnya penulis akan membahas analisis diagram kartesius berdasarkan hasil analisis data sebelumnya. Diagram kartesius digunakan untuk melihat posisi penempatan

faktor-faktor atau atribut pelayanan jasa PT Jalur Nusantara Travel Pontianak dari hasil tanggapan responden atas kinerja perusahaan dan kepentingan konsumen. Adapun perhitungan yang dipergunakan untuk mencari rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja perusahaan dan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan responden adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\text{Jumlah skor rata-rata tingkat kinerja dari seluruh pertanyaan}}{\text{Jumlah Pertanyaan}}$$

$$\bar{Y} = \frac{\text{Jumlah skor rata-rata tingkat kepentingan dari seluruh pertanyaan}}{\text{Jumlah Pertanyaan}}$$

Dimana:

\bar{X} = rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja perusahaan

\bar{Y} = rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan responden

Berdasarkan rumus di atas maka perhitungan rata-rata dari rata-rata tingkat kinerja

(\bar{X}) adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{75,56}{25} = 3,02\%$$

Berdasarkan rumus di atas maka perhitungan rata-rata dari rata-rata tingkat kepentingan (\bar{Y}) adalah sebagai berikut:

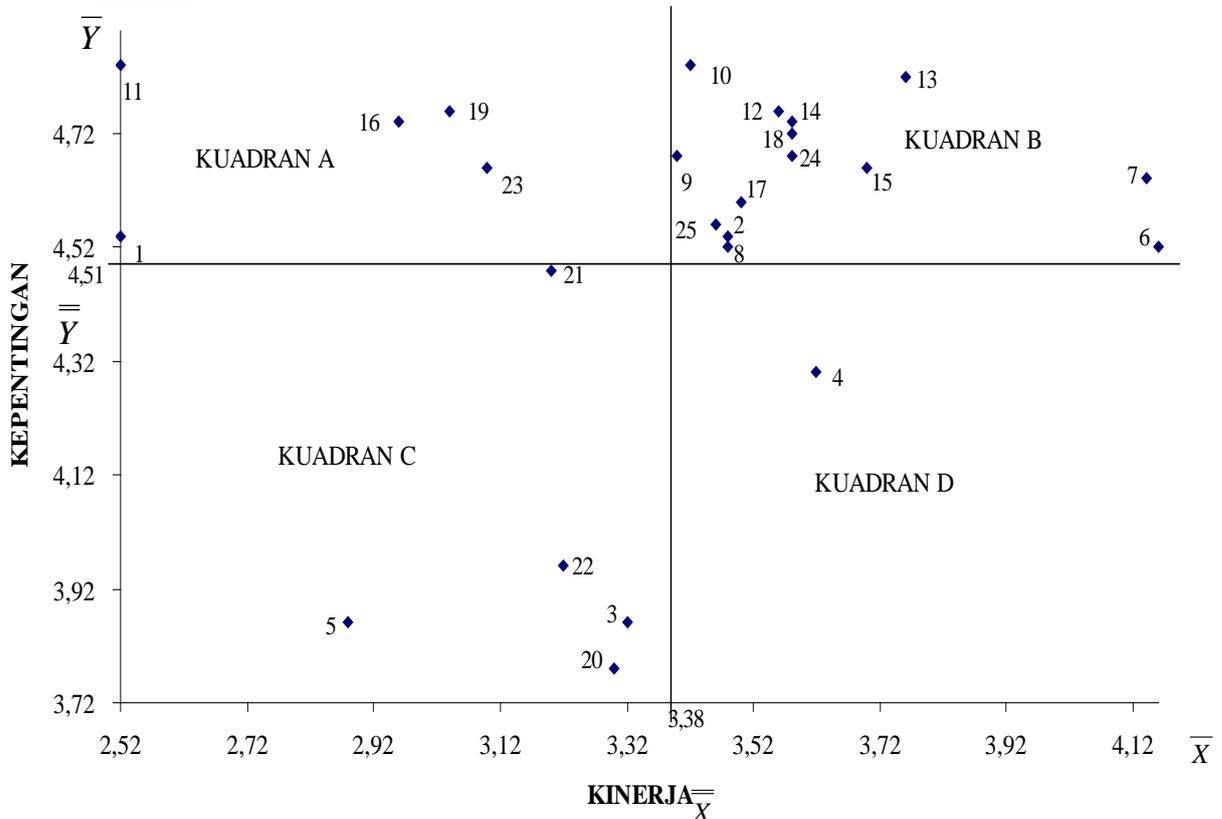
$$\bar{Y} = \frac{111,56}{25} = 4,46\%$$

Setelah mengetahui skor rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan, maka tingkat kesesuaian responden adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{3,02}{4,46} \times 100\% = 67,71\%$$

Dengan melihat tingkat kesesuaian responden yaitu sebesar 67,71% dapat diketahui bahwa konsumen puas akan kinerja perusahaan. Untuk penempatan rata-rata skor tingkat kinerja dan tingkat kepentingan pada diagram kartesius guna mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen perlu ditingkatkan, dipertahankan, memiliki prioritas rendah dan kemungkinan yang terlalu berlebihan akan disajikan pada Gambar 2 berikut ini:

GAMBAR 2
DIAGRAM KARTESIUS DARI FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA PT JALUR
NUSANTARA TRAVEL PONTIANAK



Sumber: Data olahan, 2014

Hasil pengukuran unsur-unsur jasa ini berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerjanya yang memungkinkan pihak perusahaan untuk dapat menitikberatkan usaha-usaha perbaikan untuk hal-hal atau atribut yang benar-benar dianggap penting saja oleh para konsumen agar dapat memuaskan.

Dari Gambar 2 dari diagram kartesius di atas terlihat bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen PT Jalur Nusantara Travel Pontianak terbagi menjadi empat bagian atau kuadran. Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A

Dalam kuadran ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen namun tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan. Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah ketersediaan tempat parkir (1), kecepatan karyawan melayani

konsumen dalam mereservasi tiket (11), karyawan memiliki pengetahuan yang baik dalam menjawab pertanyaan konsumen (16), keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen (19) dan yang terakhir adalah kepedulian karyawan terhadap kebutuhan konsumen (23).

2. Kuadran B

Dalam kuadran ini penanganannya perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen, sehingga dapat memuaskan konsumen. Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah kerapian, kebersihan, dan kenyamanan ruangan kantor seperti adanya musik, AC dan kursi untuk tamu (2), kelengkapan jasa penerbangan yang ditawarkan (6), ketepatan waktu dalam menjemput konsumen yang menggunakan jasa antar jemput ke bandara (7), perbandingan harga tiket yang dijual biro perjalanan dengan biro perjalanan pesaing (8), kesesuaian data yang dikonfirmasi dengan tiket yang diterbitkan (9), ketelitian karyawan dalam menangani proses pembayaran (10), kecepatan karyawan dalam menanggapi keluhan yang disampaikan konsumen (12), kecepatan karyawan dalam menanggapi masalah yang timbul (13), kemudahan dalam pemesanan tiket melalui telepon (14), kemudahan dalam proses pembayaran tiket pesawat yang telah dipesan : cash, transfer, atau menggunakan kartu kredit/debit (15), reputasi biro perjalanan yang baik (17), karyawan memberikan informasi yang jelas mengenai harga, rute dan jam penerbangan (18), kesediaan karyawan membantu konsumen : *refund* atau *reschedule* (24), dankemampuan karyawan berkomunikasi dengan konsumen (25).

3. Kuadran C

Dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi konsumen, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah karyawan berpenampilan rapi (3), lokasi yang strategis dan mudah dijangkau (5), setiap pembelian tiket terdapat bukti pembayaran yang diberikan kepada konsumen (20), memberikan perhatian secara individu kepada konsumen yang sedang dilayani (21), dan karyawan melayani konsumen tanpa membeda-bedakan (22).

4. Kuadran D

Dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena konsumen menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya

faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan sangat baik oleh perusahaan sehingga berlebihan. Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah kelengkapan peralatan kantor yang dimiliki (4).

C. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pembahasandanhasilanalisisdari penelitian dengan menggunakan diagram kartesius dan skala likert, maka dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan. Pada dimensi *tangibles* (bukti fisik) terdapat satu faktor yaitu tempat parkir. Pada dimensi *responsiveness* (daya tanggap) terdapat satu faktor yang masih kurang memuaskan bagi responden, yaitu kecepatan karyawan melayani konsumen dalam mereservasi tiket. Pada dimensi *assurance* (keyakinan) terdapat dua faktor yang masih kurang memuaskan yaitu karyawan memiliki pengetahuan yang baik dalam menjawab pertanyaan konsumen, keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen. Pada dimensi *empathy* (empati) terdapat satu faktor yang kurang memuaskan bagi responden yaitu kepedulian karyawan terhadap kebutuhan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh dari analisis tingkat kepuasan konsumen atas pelayanan pada PT Jalur Nusantara Travel Pontianak, maka dapat dikemukakan saran-saran yang kiranya dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Pimpinan perusahaan dapat memberikan dorongan dengan cara memberikan reward (komisi/bonus) kepada karyawannya yang rajin dan mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.
2. Pimpinan perusahaan memberikan pelatihan kepada karyawan dengan tujuan untuk menambah pengetahuan karyawan.
3. Perusahaan dapat menyediakan kotak saran atau keluhan sehingga perusahaan dapat mengetahui apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan konsumen atau masih belum sesuai dengan harapan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah dan Haris Budiyo. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004.
- Hamdani, A. dan Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua belas, jilid 1. Jakarta: PT Indeks, 2007.

- _____. *Manajemen Pemasaran*, edisi kedua belas, jilid 2. Jakarta: PT Indeks, 2007
- Nasution. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi. *Pedoman Penulisan Skripsi, edisi revisi kedelapan*. Pontianak: STIE Widya Dharma, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sujarweni, V. Wiratna dan Poly Endrayanto. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Swastha, DH. Basu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset, 2008.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. *Total Quality Management (TQM)*. Yogyakarta: Andi, 2006.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia, 2006.
- Umar, Husein. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Winardi. *Teori Organisasi dan pengorganisasian*. Jakarta: Indeks, 2006.