KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASANPELANGGAN PADA CV LINTAS UNCAK KAPUAS DI PONTIANAK

Catren Andriani Orin
Email: caterineandrianny@yahoo.co.id
Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

ABSTRAKSI

CV Lintas Uncak Kapuas di Pontianak adalah salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang jasa angkutan penumpang. Agar kegiatan perusahaan dapat berjalan lancar diperlukan hubungan kerjasama yang baik antara berbagai bagian yang ada, tarif yang sesuai dan pelayanan konsumen yang memuaskan. Penelitian dilakukan bertujuan untuk mengatipasi keadaan, bagaimana perusahaan menciptakan nilai dan kualitas yang dapat menciptakan kepuasaan pelanggan ataupun penumpang. Kualitas Pelayanan perusahaan antara lain tingkat pelayanan ternyata merupakan faktor yang mempengaruhi pengguna jasa terhadap preferensinya atas pelayanan operator. Hasil dari perhitungan persentase adalah pelayanan fasilitas dan kinerja yang diberikan kepada penumpang bus tergambarkan sebesar 69,73 % dengan kategori "Puas" karena masuk pada rentang 66,00%-80,00%. Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diharapkan dapat meminimalkan kekecewaan konsumen terhadap pelayanan. Adapun kebijakan yang diambil sebagai langkah mengatasi permasalahan kepuasaan pelanggan antaralain: batasan usia bus yang beroperasi, memberikan pelayanan yang baik, tarif yang sesuai, halte bus yang didesain menarik dan tempat yang tepat untuk pemberhentian bus, serta memberikan jadwal keberangkatan bus yang jelas, supaya penumpang tetap loyal terhadap perusahaan.
Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Transportasi atau dalam pengertian yaitu pemindahan manusia atau barang dari suatu tempat ke tempat yang lainnya dengan mengunakan sebuah kendaraan yang digerakan oleh manusia atau mesin, saat ini telah menjadi suatu hal yang sangat penting dalam menunjang mobilitas masyarakat dalam menjalankan aktivitas baik itu melalui transportasi darat, laut, maupun udara. Masyarakat indonesia khususnya pada provinsi kalimantan barat telah memiliki beberapa sarana transportasi utama dalam menunjang aktivitas erekonomian masyarakat.

Kalimantan barat termasuk dalam bagian negara indonesia yang terkenal dengan beraneka ragam daerahnya, menjadikan sarana transpotasi darat yaitu bus sebagai transportasi alternatif yang lebih terjangkau dalam menghubungkan masyarakat yang memiliki kepentingan untuk bepergian keluar daerah. Hal ini membuat beberapa perusahaan angkutan darat berminat untuk menyediakan sarana transportasi darat demi memenuh kebutuhan masyarakat kalimantan barat.

CV Lintas Uncak Kapuas di Pontianak merupakan perusahaan yang bergerak di sektor usaha transportasi jasa angkutan darat. Sektor usaha transportasi angkutan darat

termasuk dalam jasa transportasi yang penting dalam mengerakan roda perekonomian. Karena tanpa adanya usaha ini perekonomian terutama perdagangan akan menjadi lumpuh. Dikatakan demikian karena pengangkutan memungkinkan perpindahan manusia serta barang dari suatu tempat ketempat lainnya. Sehingga kebutuhan konsumen dari suatu tempat ke tempat lain terpenuhi dengan adanya sektor jasa transportasi.

Akan tetapi konsumen juga sat ini mulai membuka mata, teliti serta jeli dalam memilih produk jasa yang akan digunakannya dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Hal ini terjadi karena seiring perkembangan zaman yang saat ini menuntut konsumen bersikap pintar, cermat, efisiensi dan efektif dalam memilih produk jasa yang diinginkan. Dengan adanya sikap itu, maka konsumen CV Lintas Uncak Kapuas di Pontianak tidak akan kecewa dengan jasa apa yang mereka gunakan.

Beraneka ragam keadaan serta keinginan konsumen atau pemakai jasa dan orientasi yang tertuju kepada konsumen, maka sangat diperlukan kriteria-kriteria yang dikehendaki oleh si pemakai jasa. Sesuai dengan konsep pemasaran, bahwa kegiatan pemasaran merupakan pemuasan kebutuhan konsumen, dan akhirnya tentu akan menciptakan hubungan

Berdasarkan uraian tersebut, maka yang menjadi tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kebijakan Kualitas Pelayanan pada CV Lintas Uncak Kapuas di Pontianak.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan pada CV Lintas Uncak Kapuas di Pontianak

KAJIAN TEORITIS

Proses transportasi merupakan gerakan dari tempat asal, dari mana kegiatan pengangkutan dimulai, ke tempat tujuan, ke mana kegiatan pengangkutan diakhiri. Transportasi menyebabkan nilai barang lebih tinggi di tempat tujuan dari pada di tempat asal, dan nilai ini lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan untuk pengangkutannya. Nilai yang diberikan oleh transportasi adalah adalah berupa nilai tempat (*place utility*) dan nilai waktu (*time utility*). Kedua nilai ini diperoleh jika barang telah diangkut ke tempat di mana nilainya lebih tinggi dan dapat dimanfaatkan tepat pada waktunya.

Mowen dan Minor (2001: 240) menjelaskan bahwa:

> ”Pengguna transportasi akan menjadi pelanggan jika ia mendapatkan keinginan hedoik atas kegiatan-kegiatan yang menyenangkan secara jelas memainkan peranan dalam memotivasi para konsumen untuk memperoleh mil perjalanan dengan perjalanan berkali-kali, dimana mil perjalanan merupakan alat yang memungkinkan mereka untuk mengalami kepuasan instrinsik, memperoleh kebebasan yang dirasakan sampai tingkat kepuasan”.

Sarana ataupun prasarana transportasi diperlukan untuk mendukung pergerakan manusia dalam pemenuhan kebutuhannya. Transportasi sangat penting peranannya dalam menghubungkan daerah yang menjadi sumber bahan baku atau daerah produksi dengan daerah yang membutuhkan akan suatu bahan atau hasil produksi. Seiring dengan perkembangan manusia, maka semakin berkembang pula kegiatan manusia yang secara otomatis menyebabkan pertambahan intensitas pergerakannya. Kegiatan pergerakan ini disebut kegiatan perangkutan, yaitu kegiatan yang terjadi karena adanya perpindahan manusia dan barang dari suatu tempat ke tempat lain.

Menurut Salim (2008:43) menjelaskan bahwa:

> “Kebutuhan bergerak dari suatu tempat ke tempat lainnya merupakan suatu kebutuhan dalam kehidupan manusia. Perpindahan manusia tersebut didasari kenyataan bahwa sumber kehidupan manusia tidak terdapat di sembarang tempat. Manajemen pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting di dalam suatu perusahaan, terlebih pada masa sekarang ini dimana persaingan antar perusahaan yang semakin meningkat tajam. Suatu kegiatan pemasaran diarahkan untuk memuaskan kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap suatu barang dan jasa melalui proses pertukaran.”

Kegiatan pemasaran dimulai dari kegiatan identifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, kemudian menentukan jenis produk yang akan diproduksi, penentuan jenis bentuk dan promosinya dan selanjutnya penentuan pola distribusi atau penyaluran barang dan jasa tersebut. Jadi kegiatan pemasaran tersebut merupakan suatu sistem yang terpadu antara kegiatan yang satu dengan kegiatan yang lainnya. Selain itu yang harus diperhatikan juga adalah kepuasan konsumen, dalam hal ini manfaat yang diterima dari barang dan jasa yang dibelinya sesuai dengan keinginan konsumen. tingkat kualitas jasa yang diterima konsumen akan meningkatkan kepuasan konsumen. Artinya semakin baiktingkat kualitas jasa yang diterima oleh konsumen, maka konsumen akanmerasa semakin puas. Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari kualitas pelayanandikurangi harapan konsumen.

Menurut Teori McClelland yang menyatakan bahwa orang yang berbeda memiliki kebutuhan prestasi, afiliasi dan kekuasaan yang berbeda-beda. Banyak sekali tipe-tipe pembeli yang beraneka ragam. Tipe-tipe pembeli dibagi menjadi empat macam dan mereka cukup berbeda dan membentuk pendekatan yang berbeda pula di antaranya:

1. Tipe Asertif (dingin),
2. Tipe Akomodatif (dingin),
3. Tipe Akomodatif (hangat), dan
4. Tipe Asertif (hangat).

Perusahaan menyadari bahwa kepuasan pelanggan adalah hal yang utama yang harus dicapai perusahaan untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggannya. Penelitian Trini (2004): "Menyatakan bahwa pengaruh faktor pelayanan, tarif, keamanan, dan kendaraan terhadap kepuasan konsumen sehingga kebanyakan pelanggan yang puas akan memberikan loyalitas yang tinggi untuk perusahaan, jika pelayanan, tarif, keamanan sesuai yang diharapkan."

> "Ketidakpuasan pelanggan bisa menimbulkan sikap negatif terhadap merk maupun produsen atau penyedia jasanya bahkan bisa pula distributornya, berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan merek, dan berbagai macam perilaku komplain. Menurur Tjiptono, Chandra dan Adriana (2008: 352): "Menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu perusahaan perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama: pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada perusahaan. Kedua: biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibandingkan menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga: pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat: biaya operasi perusahaan akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. Kelima: perusahaan dapat mengurangkan biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan perusahaan. Keenam: pelanggan loyal akan selalu membela perusahaan bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan."

Menurut Tjiptono, Chandra dan Adriana (2008: 68) menemukan bahwa ada lima dimensi pokok yang berhubungan dengan kualitas pelayanan. Kelima dimensi pokok tersebut meliputi:

1. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera akurat dan memuaskan;
2. Bukti langsung *(tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi;

3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap;
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan;
5. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa kemudian dibandingkan. Konsep kualitas layanan dalam penelitian ini diadopsi dari dimensi kualitas layanan berdasarkan konsep. tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapamanfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap merk serta membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut *(mouth of mouth)* yang menguntungkan bagi perusahaan.

Menurut Supranto (2011: 7) menjelaskan bahwa:

> "Pelayanan pelanggan juga merupakan unsur yang sangat penting untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan yang mana pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pada pelanggan. pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. tindakan ini dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan dan memenuhi suatu jasa yang pelanggan butuhkan."

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation)* yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian produk. Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Dengan kata lain, seseorang merasa puas apabila hasil yang didapat minimal mampu memenuhi harapannya sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hasil yang didapat tidak mampu memenuhi harapannya.

Menurut Tjiptono, Chandra dan Adriana (2008: 77) menjelaskan bahwa:

> "Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas

pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut *(mouth of-mouth)* yang menguntungkan bagi perusahaan Seorang *customer services* harus memiliki pemahaman mengenai pelayanan, mampu mengindentifikasi sebab-sebab terjadinya hambatan komunikasi, tanggap terhadap keluhan pelanggan serta diharapkan selalu mampu memecahkan persoalan yang sedang dihadapi oleh pelanggan dan tetap menjaga hubungan yang harmonis antara pelanggan dan perusahaan."

Kepuasan pelanggan akan menciptakan loyalitas konsumen yang merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Artinya, bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasaan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen.

METODE PENELITIAN

1. Bentuk Penelitian

   Dalam rangka memecahkan masalah penelitian sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya, diperlukan suatu prosedur yang tepat. Prosedur ini berisikan cara merumuskan masalah dalam mencapai tujuan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini harus relevan dengan permasalahan yang hendak diteliti. Sesuai dengan masalah dan tujuan dari penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif.

2. Metode Pengumpulan Data

   a. Wawancara

      Wawancara adalah alat pengumpul data yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data atau informasi berisikan daftar-daftar pertanyaan di susun sedemikian rupa untuk ditujukan kepada yang akan diteliti.

   b. Kuesioner

      Teknik kuesioner adalah cara untuk memperoleh data yang ditujukan kepada sumber data dengan menggunakan alat.

3. Populasi Dan Sampel

   a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang bus di CV Lintas Uncak Kapuas di Pontianak untuk Jurusan Pontianak-Kapuas Hulu.

b. Sampel

Sampel yang ditetapkan sebanyak 80 orang dan dengan ketentuan/syarat responden yang mengisi kuesioner minimal telah menggunakan jasa transportasi ini sebanyak 2 kali.

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan cara menyebarkan kuesioner dan skala yang digunakan adalah Skala Likert dari 1 sampai dengan 5.

PEMBAHASAN

Ada lima dimensi pokok yang behubungan dengan kualitas pelayanan. Kelima dimensi pokok tersebut meliputi:

1. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera akurat dan memuaskan;
2. Bukti langsung *(tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi;
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap;
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan;
5. Empati (*empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Cara menghitung indeks kepuasan pelanggan CV Lintas Uncak Kapuas di Pontianak yang dilakukan peneliti adalah:

1. Menghitung *Weighting Factors (WF)* yaitu fungsi dari media *importance score* atau skor median tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji.
2. Menghitung *Weighted Score (WS)* yaitu fungsi dari median *satisfaction score* atau skor median tingkat kepuasan masing-masing atribut dikalikan dengan *Weighting Factors (WF)* masing-masing atribut.
3. Menghitung total dari nilai *Weighted Score (WS)* keseluruhan.

4. Indeks Kepuasan Pelanggan yaitu perhitungan dari *Weighted Median.* Total (*WMT)* dibagi skala maksimum atau *hightest scale* dikali 100,00%. Tingkat kepuasan responden secara menyeluruh dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen, dengan kriteria sebagai berikut:

TABEL 1
CV LINTAS UNCAK KAPUAS DI PONTIANAK
INDEKS KEPUASAN PELANGGAN

Persentase	Kriteria
0,81-1,00	Sangat Setuju (SS)
0,66-0,80	Setuju (S)
0,51-0,65	Netral (N)
0,35-0,50	Kurang Setuju (KS)
0,00-0,34	Tidak Setuju (TS)

Adapun tanggapan responden CV Lintas Uncak Kapuas di Pontianak mengenai Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan disajikan pada Tabel2 berikut:

TABEL 2
CV LINTAS UNCAK KAPUAS DI PONTIANAK
DIMENSI-DIMENSI PELAYANAN

No.	Pernyataan	Skor Kepentingan					SK	SM	%	IK
		5	4	3	2	1				
A.	**Keandalan (*Reliability*)**									
1.	Kecepatan pelayanan yang diberikan selama memesan tiket	18	53	7	1	1	326	400	81,5	Sangat setuju
2.	Penetapan hargaawal yang diberikan.	7	56	15	1	1	307	400	76,8	Setuju
3.	Sarana yang diberikan selama perjalanan	4	34	40	1	1	279	400	69,8	Setuju
4.	Pelayanan bus sehubungan dengan ketepatan waktu tempuh	8	33	37	1	1	286	400	71,5	Setuju
5.	Pemberian potongan tarif kepada pelanggan jasa	5	22	49	3	1	267	400	66,8	Setuju
Skor keseluruhan							**1.465**	**2.000**	**73,25**	**Setuju**
B.	**Bukti langsung *(Tangibles*)**									
6.	Kebersihan yang diberikan selama perjalanan.	2	14	54	8	2	251	400	62,8	Netral
7.	Lokasi terminal busstategis	34	35	8	2	1	339	400	84,8	Sangat Setuju

8.	Komunikasi yang terjalin antara staf dan konsumen	7	30	39	3	1	274	400	68,5	Setuju
9.	Penampilan supir dan kernet	1	12	48	18	1	235	400	58,8	Netral
10.	Penurunan tarif berkaitan penurunan harga BBM	3	15	52	9	1	251	400	62,8	Netral
Skor Keseluruhan							**1.354**	**2.000**	**67,7**	**Setuju**
C. Daya tanggap (*Responsiveness*)										
11.	Kesigapan para staf melayani konsumen.	3	38	31	7	1	276	400	69,0	Setuju
12.	Kesigapan staf mencari tempat pemberhentian	5	42	29	3	1	287	400	71,8	Setuju
13.	Responsif para staf membantu konsumen membawa barang.	7	36	34	2	1	286	400	71,5	Setuju
14.	Responsif para staff dalam membantu konsumen	3	27	36	13	1	258	400	64,5	Cukup Puas
15.	Responsif sopir tidak memaksakan perjalanan jika ada gangguan	3	43	32	1	1	286	400	71,5	Setuju
Skor Keseluruhan							**1.393**	**2.000**	**69,6**	**Setuju**
D. Jaminan (*Assurance*)										
16.	Keramahan dan kesopanan selama perjalanan	1	38	39	1	1	277	400	69,0	Setuju
17.	Kejujuran para staf melayani konsumen.	1	45	32	1	1	285	400	71,3	Setuju
18.	Perlindungan konsumen selama perjalanan	1	34	42	2	1	272	400	68,0	Setuju
19.	Tanggap darurat jika terjadi hal yang tak diinginkan	3	20	55	1	1	263	400	65,8	Setuju
20.	Kondisi bus layak digunakan	1	27	50	1	1	267	400	66,8	Setuju
Skor keseluruhan							**1.364**	**2.000**	**68,2**	**Setuju**
E. Empati (*Empathy*)										
21.	Kenyamanan menunggu kedatangan bus yang akan menempuh	2	36	39	2	1	281	400	70,3	Setuju
22.	Kenyamanan yang	5	33	37	4	1	277	400	69,3	Setuju

	diberikan selama perjalanan									
23.	Kondisi kendaraan bus untuk rute jauh	3	33	41	1	2	274	400	69,0	Setuju
24.	Fasilitas yang disediakan di dalam bus	1	23	45	10	1	253	400	63,3	Netral
25.	Penggunakan kembali jasa perjalanan bus	3	34	41	1	1	316	400	79,0	Sangat Setuju
Skor keseluruhan							**1.397**	**2.000**	**69,9**	**Setuju**
Total skor Keseluruhan							**6.973**	**10.000**	**69,7**	**Setuju**

Sumber: Data olahan, 2015

Dari Tabel2, variabel X01 mempunyai bobot terbesar, yaitu sebesar 0,815. Variabel ini berasal dari atribut *reliabilty* yaitu masalah kecepatan pelayanan yang diberikan selama memesan tiket pada CV Lintas Uncak Kapuas di Pontianak yang dinilai konsumen sudah sangat memuaskan dan urutan kedua variabel berasal dari atribut *empathy* karena sudah merasa nyaman maka konsumen akan menggunakan kembali jasa perjalanan bus Jurusan Pontianak-Kapuas Hulu. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk faktor cukup layak diberi nama sebagai faktor pelayanan umum. Faktor ini adalah faktor yang paling kuat yang mendasari penilaian terhadap tingkat pelayanan dengan melibatkan 2 buah variabel. Untuk menguraikan faktor ini, responden sangat mengutamakan penilaian variabel dominan yaitu keramahan, kesopanan, dan kemampuan operator dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan CV Lintas Uncak Kapuas di Pontianak.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat di tarik kesimpulan:

a. Kualitas Pelayanan pada CV Lintas Uncak Kapuas di Pontianak, antara lain tingkat pelayanan ternyata merupakan faktor yang mempengaruhi pengguna jasa terhadap preferensinya atas pelayanan operator. Hasil dari perhitungan persentase adalah pelayanan fasilitas dan kinerja yang diberikan kepada penumpang bus sebesar 69,73 % kategori “Puas”

b. Faktor keandalan *(Reliability)* menyangkut kemampuan untuk dapat menjanjikan layanan CV Lintas Uncak Kapuas di Pontianak yang bisa diandalkan atau ditentukan dan secara, faktor bukti langsung *(Tangibles)* mengenai fasilitas yang

tampak nyata, peralatan personil dan peralatan atau material komunikasi sebesar 67,70 persen, faktor daya tanggap *(Responsiveness*) menyangkut kemauan untuk dapat membantu *customer* dan menyediakan layanan yang dijanjikan dan cepat tanggap dalam memecahkan permasalahan dari *customer* sebesar 69,60 persen, faktor jaminan *(Assurance)* yaitu kepercayaan, bisa dipercaya, jujur dalam layanan sebesar 68,20 persen, dan faktor empati *(Empathy)* peningkatan kenyamanan untuk menyediakan layanan sebesar 70,00 persen.

c. Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV LintasUncak Kapuas di Pontianak diharapkan dapat meminimalkan kekecewaan konsumen terhadap pelayanan.

2. Saran-saran

Berdasarkan uraian dari kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis menyarankan agar:

a. Sebaiknya kenyamanan dan pelayanan terus ditingkatkan agar selalu meningkatkan kepuasan konsumen, karena dilihat dari hasil analisis kedua variable mempunyai pengaruh yang signifikan positif dan diperlukan kebijakan yang tepat dalam menentukan tarif, karena kenaikan tarif sering menghasilkan implikasi lain yang susah dikendalikan, sehingga kenaikan atau tingginya tarif diharapkan juga meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.

b. Perusahaan lebih tanggap dalam melayani konsumen, sehingga mampu mengantisipasi dan menerapkan suatu strategi untuk menarik konsumen dan mampu memberikan pelayanan yang optimum kepada konsumen agar bisa menjadi pemimpin pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Mowen, John, dan Michael Minor. *Perilaku Konsumen* (judul asli: *Consumer Behavior*), edisi kelima, jilid pertama. Penerjemah Lina Salim. Jakarta: PT Erlangga, 2001.

Salim, Abbas, *Manajemen Transportasi*. edisi pertama. Jakarta: Raja Grafindo Persada,2008.

Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta, 2013.

Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, danDedi Adriana. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008.

Trini. *"Pengaruh Faktor Pelayanan, Tarif, Keamanan dan Kendaraan Terhadap Kepuasan Konsumen."*Unpublished Skription, Universitas Sebelas Maret, 2004.

BISMA Bisnis Manajemen