

# TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BRT TRANS TANGERANG PADA KORIDOR 2

## *THE LEVEL OF CUSTOMER SATISFACTION WITH THE SERVICE QUALITY OF BRT TRANS TANGERANG ON CORRIDOR 2*

Dadang Suyadi <sup>a,1\*</sup>, Winoto Hadi <sup>a,2</sup>, Anita Susanti <sup>b,3</sup>, Amalia Yasmin <sup>a,4</sup>

<sup>a</sup>Transportasi, Teknik Sipil, Universitas Negeri Jakarta, Jl. Rawamangun Muka, Jakarta, Indonesia

<sup>a</sup>Transportasi, Teknik Sipil, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

<sup>1\*</sup> [dsyd@unj.ac.id](mailto:dsyd@unj.ac.id), <sup>2</sup> [winoto@unj.ac.id](mailto:winoto@unj.ac.id), <sup>3</sup> [anitasusanti@unesa.ac.id](mailto:anitasusanti@unesa.ac.id) <sup>4</sup> [amaliayasmin41.ay@gmail.com](mailto:amaliayasmin41.ay@gmail.com)

\*corresponding e-mail: [dsyd@unj.ac.id](mailto:dsyd@unj.ac.id)

---

### ABSTRACT

*This study aims to measure the level of customer satisfaction with the perception of reality or performance of service quality provided by BRT Trans Tangerang in corridor 2. This Final Project was created using the following method is descriptive quantitative. The sample used to prepare this Final Project is amounted to 100 respondents, namely passengers of BRT Trans Tangerang on corridor 2. The results showed that the reality of the service from BRT Trans Tangerang corridor 2 was in a good criteria with an average values of 3,96 while customer expectations of reality/performance of BRT Trans Tangerang corridor 2 service are at a very high criterion with a total average values of 4,51. The results of the overall suitability analysis obtained a level of conformity of 87,6%, the values is still below 100%. This means that the overall service performance of BRT Trans Tangerang corridor 2 too it's customers in terms of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy is very good but has not fully reached 100% in accordance with customer expectations or interests.*

**Keywords** : Customer Satisfaction, Service Quality, BRT Trans Tangerang

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap persepsi kenyataan atau kinerja dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh BRT Trans Tangerang pada koridor 2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yaitu penumpang BRT Trans Tangerang pada koridor 2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyataan layanan dari BRT Trans Tangerang koridor 2 telah berada pada kriteria baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,96 sedangkan harapan pelanggan terhadap kenyataan/kinerja layanan BRT Trans Tangerang koridor 2 berada pada kriteria sangat tinggi, yaitu dengan total nilai rata-rata sebesar 4,51. Hasil analisis kesesuaian secara keseluruhan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 87,6%, nilai tersebut masih di bawah 100%. Artinya secara keseluruhan kinerja layanan BRT Trans Tangerang koridor 2 kepada pelanggannya baik dari dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy sudah sangat baik tetapi belum sepenuhnya mencapai 100% sesuai dengan harapan atau kepentingan pelanggan.

**Kata kunci** : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, BRT Trans Tangerang

## A. Pendahuluan

Transportasi merupakan runtutan pertama dalam ilmu ekonomi sebagai penghubung titik satu ke titik lainnya (Kanafani, 1983; Mulyono, 2021), hal ini sesuai dengan fakta bahwa buruknya sistem transportasi akan menurunkan permintaan pengguna publik transportasi seperti BRT, yang akhirnya menurunkan nilai manfaatnya sesuai hasil studi Institute for Transportation and Development Policy (Wright & Walter, 2017). BRT merupakan sistem transportasi berbasis bus yang berkapasitas dan berkecepatan tinggi, serta memiliki kualitas layanan yang baik atau nyaman (Hadi, 2008) dengan biaya yang relatif murah (Anggoro et al., 2020).

Komponen kepuasan pelayanan bus dalam transportasi dipengaruhi banyak dimensi dan atribut kepuasan. Kepuasan pelayanan melibatkan dua perilaku utama pelanggan dan penyedia jasa layanan (Mulyono, 2021). Kualitas layanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

Tangerang merupakan suatu kota yang terletak di bagian timur Provinsi Banten dan kota terbesar di Provinsi Banten, menduduki ketiga terbesar di Jabodetabek. Dalam hal ini, khususnya pada Kota Tangerang setiap tahunnya mengalami perkembangan wilayah dan penduduk yang terus bertambah sehingga mempengaruhi tingkat kebutuhan dalam pelayanan transportasi. Pemerintah Kota Tangerang melalui Dinas Perhubungan memiliki tanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan transportasi umum di Kota Tangerang yaitu disediakannya BRT Trans Tangerang.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh BRT Trans Tangerang masih mengalami beberapa hambatan, khususnya pada BRT Trans Tangerang koridor 2. Hambatan yang ada yaitu kondisi halte bus yang sangat kurang memadai bahkan beberapa halte tidak difungsikan dengan baik, berbanding terbalik dengan BRT koridor 1 sampai dengan 4. Koridor 1 sampai dengan 4 mempunyai fasilitas aman dan nyaman (Hadi, 2008). Kondisi dalam bus BRT Trans Tangerang pada koridor 2 kurang bersih, tidak memiliki fasilitas khusus untuk disabilitas, dan papan informasi dalam bus tidak berfungsi. Kemudian, pada koridor 2 hanya memiliki *bus stop* saja untuk menaikturunkan penumpang dan beberapa penempatan *bus*

*stop* kurang presisi karena kurangnya lahan pada trotoar *bus stop*, hal tersebut bisa membahayakan penumpang yang menunggu di *bus stop* tersebut. Selain itu, kecilnya kapasitas jalan pada koridor 2 seringkali menimbulkan kemacetan lalu lintas. Salah satu cara untuk mengetahui performansi kualitas layanan BRT Trans Tangerang saat ini adalah melalui informasi dari pelanggan mengenai kualitas layanan secara aktual dan kepuasan pelanggan.

Tujuan penelitian ini sesuai dengan batasan dan rumusan masalah yaitu:

1. Mengetahui karakteristik penumpang BRT Trans Tangerang koridor 2.
2. Mengetahui skor kualitas layanan dalam aktual sesuai persepsi pelanggan pada BRT Trans Tangerang koridor 2.
3. Mengetahui skor kualitas layanan yang diharapkan sesuai persepsi pelanggan pada BRT Trans Tangerang koridor 2.
4. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan BRT Trans Tangerang koridor 2.

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran atau indikasi sejauh mana pelanggan atau pengguna produk atau jasa suatu perusahaan merasa sangat puas dengan produk atau jasa yang diterimanya. Pada

dasarnya, penafsiran kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah perbandingan antara kinerja yang diharapkan dengan yang dirasakan, yang berarti bahwa kinerja produk atau jasa setidaknya sama dengan yang diharapkan (Supranto, 2011). Terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, diantaranya adalah (Tjiptono & Chandra, 2016):

1. Sistem keluhan dan saran
2. *Ghost Shopper (Mystery Shopping)*
3. *Lost customer analysis*
4. Survei kepuasan pelanggan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas diartikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu. Pelayanan selalu berhubungan dengan penilaian pelanggan dan hasil produk (Hadi, 2008). Menurut Fandy Tjiptono definisi kualitas pelayanan yaitu untuk mengimbangi harapan pelanggan yang berfokus atas upaya pemenuhan kepentingan dan keinginan pelanggan serta akurasi penyampaian (Tjiptono, 2014). Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) (Tjiptono & Chandra, 2016) terdapat lima dimensi utama pada kualitas pelayanan yang biasa dikenal dengan sebutan RATER, berikut ini adalah penjelasannya:

1. *Reliability* (Keandalan), bersangkutan dengan keterampilan

perusahaan untuk secara akurat memberikan layanan yang dijanjikan sejak pertama kali.

2. *Assurance* (Jaminan), bersangkutan dengan wawasan dan kesopanan karyawan serta kemampuannya dalam membangkitkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.
3. *Tangible* (Bukti Fisik), bersangkutan dengan penampilan fisik fasilitas pelayanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.
4. *Empathy* (Empati), berarti perusahaan memahami masalah pelanggan, memperhatikan kepentingan pelanggan, dan memiliki jam kerja operasional yang nyaman.
5. *Responsiveness* (Daya Tanggap), bersangkutan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia jasa untuk mengakomodasi pelanggan dan segera menanggapi permintaannya.

*Bus rapid transit* adalah jenis transportasi perkotaan modern dengan kepentingan global yang tumbuh secara konsisten karena memiliki kemampuan untuk mengimplementasikan massa kapasitas transportasi dengan cepat dan dengan biaya yang rendah. Sebuah sistem *bus rapid transit* terdiri dari komponen-

komponen berikut (Nikitas & Karlsson, 2015):

1. Kendaraan, berkontribusi signifikan terhadap citra dan identitas BRT.
2. Terminal, halte, stasiun, dan koridor yang menentukan sistem area operasi.
3. BRT memiliki berbagai macam hak jalan khusus, seperti: jalur khusus untuk BRT.
4. Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan dalam hal kenyamanan pelanggan, kecepatan, keandalan, integrasi, dan keamanan. Adanya penggunaan dua Bahasa, radio panggil, papan informasi elektronik (Hadi, 2008).
5. Layanan sepanjang hari, setidaknya 16 jam per hari dengan *headway* puncak 10 menit atau kurang. Nilai *headway* dipengaruhi oleh waktu tundaan (*delay time*) yang terjadi (Hadi, 2008).
6. Identitas merek terdiri dari konstruksi persepsi yang didukung oleh strategi penyebaran dan penempatan agar dapat mengenali sistem BRT termasuk visual dan pengenalan nominal.

BRT Trans Tangerang atau yang biasa dikenal dengan bus Tayo (Tangerang Ayo)

merupakan transportasi umum yang beroperasi di wilayah Kota Tangerang. Sistem bus Trans Tangerang ini merupakan sistem transportasi *Bus Rapid Transit*. Layanan BRT ini berfungsi untuk menuruni kemacetan dan mengadakan kendaraan umum massal yang cepat, aman, nyaman, dan bersih. Jumlah armada BRT Trans Tangerang pada masing-masing koridor adalah 10. BRT Trans Tangerang memberlakukan tarif hanya sebesar Rp. 2000 dan juga memberlakukan metode pembayaran non-tunai/online yang bekerjasama dengan aplikasi Dana, T-Money, GoPay, OVO, Sakuku, LinkAja, Go-Mobile. Selain itu, metode pembayaran tunai juga masih berlaku. BRT Trans Tangerang memiliki 4 koridor, diantaranya adalah koridor 1 rute Terminal Poris Plawad – Jatiuwung, koridor 2 rute Terminal Poris Plawad – Cibodas, Koridor 3 rute Tangcity – CBD Ciledug, dan koridor 4 rute Cadas – M1 Bandara Soekarno Hatta.

## B. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Variabel yang diteliti adalah aktual kualitas layanan sebagai variabel X dan harapan pelanggan sebagai variabel Y. Dalam mengumpulkan data penulis melakukan survei, menyebarkan kuesioner kepada penumpang BRT Trans Tangerang koridor

2, mendokumentasikan, dan mencari studi pustaka.

Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka digunakan rumus Lemeshow untuk menentukan sampel yang populasinya tidak diketahui, berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2} \times p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Hasil n yang didapat sebesar 96,04. Jumlah tersebut dibulatkan menjadi 100, sehingga pada penelitian ini penulis harus mengambil sampel sekurang-kurangnya berjumlah 100 orang.

Analisis data yang dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah menggunakan rumus perhitungan tingkat kesesuaian pelanggan, *servqual* dan menentukan skor berdasarkan *customer satisfaction score* (CSAT).

### C. Hasil dan Pembahasan

Penulis melaksanakan penelitian dengan melakukan survei yaitu menyebarkan kuesioner kepada penumpang di dalam bus BRT Trans Tangerang koridor 2 selama perjalanan berlangsung. Penyebaran kuesioner dilakukan selama 4 hari, dimulai dari tanggal 3 Mei - 6 Mei 2021.

Proses dalam menganalisis data dilakukan uji coba instrumen pada alat pengumpulan data yaitu kuesioner, uji coba instrumen yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reliabilitas untuk membuktikan bahwa alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dapat dikatakan valid dan reliabel. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dan uji reliabilitas:

#### 1. Uji Validitas

Dari hasil pengujian koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson* dengan menggunakan SPSS 26.

**Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kenyataan Layanan (X)**

No Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel} \alpha : 0,05$	Keterangan
1	0,490	0,195	VALID
2	0,374	0,195	VALID
3	0,409	0,195	VALID
4	0,244	0,195	VALID
5	0,240	0,195	VALID
6	0,649	0,195	VALID
7	0,725	0,195	VALID
8	0,578	0,195	VALID
9	0,411	0,195	VALID
10	0,518	0,195	VALID
11	0,660	0,195	VALID
12	0,562	0,195	VALID

13	0,581	0,195	VALID
14	0,665	0,195	VALID
15	0,571	0,195	VALID

Sumber: Data diolah

**Tabel 2. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Harapan (Y)**

No Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel} \alpha : 0,05$	Keterangan
1	0,472	0,195	VALID
2	0,522	0,195	VALID
3	0,407	0,195	VALID
4	0,666	0,195	VALID
5	0,681	0,195	VALID
6	0,744	0,195	VALID
7	0,749	0,195	VALID
8	0,767	0,195	VALID
9	0,780	0,195	VALID
10	0,762	0,195	VALID
11	0,570	0,195	VALID
12	0,553	0,195	VALID
13	0,713	0,195	VALID
14	0,551	0,195	VALID
15	0,592	0,195	VALID

Sumber: Data diolah

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa nilai semua butir pernyataan pada kedua instrumen kenyataan layanan dan harapan pelanggan lebih besar dari nilai  $r_{tabel} \text{ product moment}$  pada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05 sehingga valid dan layak dipergunakan sebagai alat pengumpul data.

#### 2. Uji Reliabilitas

Dari hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan rumus *Alpha Chronbach* diperoleh hasil pengujian reliabilitas pada instrumen kenyataan layanan dan harapan pelanggan.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kenyataan dan Harapan**

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Nilai Kritis	Keterangan
Kenyataan/ Kinerja layanan (X)	0,769	0,60	Reliabel
Harapan Pelanggan (Y)	0,886	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah

Nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuesioner masing-masing variabel yang diteliti lebih besar dari 0,60 hasil ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan pada kuesioner sudah reliabel.

### 3. Karakteristik Penumpang BRT Trans Tangerang koridor 2

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Berikut ini adalah karakteristik responden dari penumpang BRT Trans Tangerang pada koridor 2 yang akan dijelaskan berdasarkan jenis kelamin, usia, status pekerjaan, pendapatan per bulan, dan berapa kali menggunakan BRT Trans Tangerang koridor 2.

**Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	(%)
1	Laki – Laki	42	42 %
2	Perempuan	58	58 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data diolah

Penumpang BRT Trans Tangerang koridor 2 yang berjenis kelamin laki – laki berjumlah 42 orang atau 42 % dan penumpang yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 58 orang atau 58 %.

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	(%)
1	<20 Tahun	25	25 %
2	21 - 30 Tahun	32	32 %
3	31 - 40 Tahun	16	16 %
4	41 - 50 Tahun	9	9 %
5	>50 Tahun	18	18 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data diolah

Penumpang BRT Trans Tangerang koridor 2 yang berusia 20 tahun ke bawah berjumlah 25 orang atau 25 %, kemudian penumpang yang berusia antara 21 - 30 tahun berjumlah 32 orang atau 32 %, penumpang yang berusia antara 31 - 40 tahun berjumlah 16 orang atau 16 %, penumpang yang berusia antara 41 - 50 tahun berjumlah 9 orang atau 9 %, dan penumpang yang berusia 50 tahun ke atas berjumlah 18 orang atau 18 %.

**Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan**

No	Status Pekerjaan	Frekuensi	(%)
1	Pelajar/Mahasiswa	33	33 %
2	PNS	8	8 %
3	Wiraswasta	11	11 %
4	Karyawan Swasta	31	31 %
5	Lain-lain	17	17 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data Pribadi

Status pekerjaan dari penumpang BRT Trans Tangerang koridor 2. Penumpang yang berstatus pelajar atau mahasiswa berjumlah 33 orang atau 33 %, penumpang yang berstatus PNS berjumlah 8 orang atau 8 %, penumpang yang berstatus wiraswasta berjumlah 11 orang atau 11 %, penumpang yang berstatus karyawan swasta berjumlah 31 orang atau

31 %, dan penumpang yang berstatus lain-lain atau selain dari empat status sebelumnya berjumlah 17 orang atau 17 %.

**Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan**

No	Pendapatan Per Bulan	Frekuensi	(%)
1	<Rp. 1.000.000	27	27 %
2	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	19	19 %
3	Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000	22	22 %
4	Rp. 4.000.000 - Rp. 5.500.000	21	21 %
5	>Rp. 5.500.000	11	11 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data diolah

Pendapatan per bulan dari penumpang BRT Trans Tangerang koridor 2. Penumpang yang pendapatan per bulannya Rp. 1.000.000 ke bawah berjumlah 27 orang atau 27 %, penumpang yang pendapatan per bulannya antara Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000 berjumlah 19 orang atau 19 %, penumpang yang pendapatan per bulannya antara Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000 berjumlah 22 orang atau 22 %, penumpang yang pendapatan per bulannya antara Rp. 4.000.000 - Rp. 5.500.000 berjumlah 21 orang atau 21 %, dan penumpang yang pendapatan per bulannya Rp. 5.000.000 ke atas berjumlah 11 orang atau 11 %.

**Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan BRT Trans Tangerang Koridor 2**

No	Frekuensi Penggunaan BRT Trans Tangerang koridor 2	Frekuensi	(%)
1	1 kali	14	14 %
2	2-3 kali	42	42 %
3	4-5 kali	16	16 %
4	>5 kali	28	28 %
Jumlah		100	100 %

Sumber: Data Diolah

Beberapa frekuensi penumpang yang menggunakan BRT Trans Tangerang koridor 2. Penumpang yang menggunakan BRT 1 kali berjumlah 14 orang atau 14 %, penumpang yang menggunakan BRT antara 2 - 3 kali berjumlah 42 orang atau 42 %, penumpang yang menggunakan BRT antara 4 - 5 kali berjumlah 16 orang atau 16 %, dan penumpang yang menggunakan BRT lebih dari 5 kali berjumlah 28 orang atau 28 %.

#### 4. Tingkat Kenyataan Kualitas Pelayanan, Tingkat Harapan Pelanggan, dan Tingkat Kesesuaian Pelanggan

Berikut adalah skor hasil dari tingkat kenyataan kualitas pelayanan, tingkat harapan pelanggan, dan tingkat kesesuaian pelanggan. Skor didapatkan dari jawaban responden.

**Tabel 9. Tingkat Kesesuaian Kenyataan Kualitas Layanan dan Harapan Pelanggan**

Dimensi	No	Pernyataan	(Kenyataan) $\bar{X}$	(Harapan) $\bar{Y}$	Tingkat Kesesuaian (%)
<b>Tangible (Bukti Fisik)</b>	1	Bus BRT Trans Tangerang koridor 2 dalam keadaan bersih	4,08	4,51	90,50 %
	2	Bus BRT Trans Tangerang koridor 2 tidak memiliki fasilitas untuk disabilitas	4,02	4,62	87%
	3	Penampilan sopir/petugas BRT Trans Tangerang berseragam dan rapi	4,2	4,37	96%
	4	Penempatan titik henti bus stop koridor 2 tidak sesuai	3,3	4,47	73%
	5	Fasilitas titik henti bus stop koridor 2 kurang memadai	3,93	4,63	85%
<b>Rata-Rata</b>			<b>3,91</b>	<b>4,52</b>	<b>86,50 %</b>
<b>Reliability (Keandalan)</b>	6	BRT Trans Tangerang berangkat sesuai dengan jadwal keberangkatan	3,94	4,62	85%
	7	BRT Trans Tangerang memberikan pelayanan yang nyaman	4,14	4,66	88%
	8	Sistem pembayaran BRT Trans Tangerang memudahkan penumpang	4,31	4,56	95%
<b>Rata-Rata</b>			<b>4,13</b>	<b>4,61</b>	<b>90%</b>
<b>Responsiveness (Daya Tanggap)</b>	9	BRT Trans Tangerang memberikan informasi lengkap (rute dan jadwal keberangkatan)	3,42	4,71	73%
	10	Informasi tentang BRT Trans Tangerang koridor 2 mudah ditemukan	3,56	4,61	77%
	11	Pemberian informasi oleh sopir/petugas jelas dan mudah dipahami	4,01	4,38	92%
<b>Rata-Rata</b>			<b>3,66</b>	<b>4,56</b>	<b>80%</b>
<b>Assurance (Jaminan)</b>	12	Sopir/petugas berpengalaman dan berpengetahuan luas tentang BRT Trans Tangerang	4,05	4,35	93%
	13	BRT Trans Tangerang bertanggung jawab terhadap keamanan penumpang	4,28	4,58	93%
<b>Rata-Rata</b>			<b>4,16</b>	<b>4,46</b>	<b>93%</b>

<b>Empathy (Empati)</b>	14	Kemampuan sopir/petugas memberikan perhatian terhadap keluhan pelanggan	3,89	4,28	90,80 %
	15	Kepedulian sopir/petugas untuk membantu penumpang	4,16	4,32	96,20 %
<b>Rata-Rata</b>			<b>4,02</b>	<b>4,3</b>	<b>93,00 %</b>
Jumlah			<b>59,29</b>	<b>67,67</b>	<b>1314,5 %</b>
Rata-Rata			<b>3,96</b>	<b>4,51</b>	<b>87,6%</b>

Sumber: Data diolah

Skor pada tingkat kenyataan dan tingkat harapan dilakukan perhitungan rata-rata tiap indikator untuk penilaian kenyataan/kinerja (X) yaitu:

$$\bar{X}_1 = \frac{\text{bobot}}{n}$$

$$\bar{X}_1 = \frac{408}{100} = 4,08$$

Untuk tingkat harapan (Y), yaitu:

$$\bar{Y}_1 = \frac{\text{bobot}}{n}$$

$$\bar{Y}_1 = \frac{451}{100} = 4,51$$

Hasil perhitungan untuk semua item tersaji pada tabel 3.9 sedangkan perhitungan  $\bar{X}$  dan  $\bar{Y}$  menggunakan rumus:

$$\bar{X} = \frac{59,29}{15} = 3,96 \text{ dan } \bar{Y} = \frac{67,67}{15} = 4,51$$

Untuk menentukan kriteria penilaian pada variabel kenyataan dan variabel harapan digunakan interval skor dari CSAT.

**Tabel 10. Kriteria Penilaian**

Interval	Kriteria
4 – 5,00	Sangat Baik/Sangat Penting
3 – 3,99	Baik/Penting
2 – 2,99	Cukup Baik/Cukup Penting
1 – 1,99	Kurang Baik/Tidak Penting
0 – 0,99	Sangat Kurang Baik/Sangat Tidak Penting

Sumber: CSAT

Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kenyataan berada pada kriteria baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,96, dimana nilai rata-rata dari dimensi *tangible* diperoleh sebesar 3,91, dari dimensi *reliability* diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,13, dari dimensi *responsiveness* diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,66, dari dimensi *assurance* diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,16, dan dari dimensi *empathy* diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,02. Sedangkan hasil pada variabel harapan berada pada kriteria sangat penting dengan nilai rata-rata sebesar 4,51, dimana harapan tertinggi pelanggan berada pada dimensi *reliability* yaitu sebesar 4,61, dari dimensi *responsiveness* diperoleh nilai rata-rata harapan sebesar 4,56, dari dimensi *tangible* menempati posisi ketiga tertinggi, dengan nilai rata-rata yang diperoleh adalah sebesar 4,52, dari dimensi *assurance* menempati urutan selanjutnya, dengan jumlah nilai rata-rata sebesar 4,46, dan dari dimensi *empathy* diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,3.

Perhitungan pada tingkat kesesuaian digunakan rumus sebagai berikut:

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

*Tki*: Tingkat kesesuaian pelanggan

*X<sub>i</sub>*: Bobot skor kenyataan/kinerja pelayanan

*Y<sub>i</sub>*: Bobot skor harapan/kepentingan pelanggan

Rata-rata tingkat kesesuaian dapat dihitung sebagai berikut:

$$\frac{1314,5}{15} = 87,6\%$$

Dengan demikian berarti rata-rata kepuasan pelanggan BRT Trans Tangerang Koridor 2 mencapai 87,6%.

Untuk menentukan kriteria penilaian pada tingkat kesesuaian digunakan skala poin berdasarkan *Customer Satisfaction Score* (CSAT) sebagai berikut:

- a) Tidak puas (kurangnya fitur produk), skor 0 – 20
- b) Sedikit puas (tidak puas), skor 20 – 50
- c) Cukup puas (netral), skor 50 – 60
- d) Baik puas (puas), skor 60 – 80
- e) Sangat puas (sangat puas), skor 80 – 100

Berdasarkan skala poin *customer satisfaction score* (CSAT) tingkat kepuasan pelanggan BRT Trans Tangerang koridor 2 berada pada kriteria sangat puas dengan nilai sebesar 87,6%.

#### D. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para penumpang BRT Trans Tangerang koridor 2, didapatkan hasil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik penumpang BRT Trans Tangerang koridor 2 didominasi oleh perempuan sebanyak 52 orang, berdasarkan usia didominasi oleh usia 21 sampai 30 tahun sebanyak 32 orang, berdasarkan status pekerjaan didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 33 orang, berdasarkan pendapatan per bulan didominasi dengan pendapatan Rp.1.000.000 ke bawah, dan berdasarkan frekuensi penggunaan didominasi dengan 2 – 3 kali penggunaan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyataan layanan dari kualitas pelayanan BRT Trans Tangerang koridor 2 telah berada pada kriteria baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,96, dimana nilai rata-rata dari dimensi *tangible* diperoleh sebesar 3,91, dari dimensi *reliability* diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,13, dari dimensi *responsiveness* diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,66, dari dimensi *assurance* diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,16,

dan dari dimensi *empathy* diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,02.

3. Hasil penelitian pada harapan pelanggan terhadap kenyataan/kinerja layanan dari kualitas pelayanan BRT Trans Tangerang koridor 2 berada pada kriteria sangat tinggi, yaitu dengan total nilai rata-rata sebesar 4,51, dimana harapan tertinggi pelanggan berada pada dimensi *reliability* yaitu sebesar 4,61, dari dimensi *responsiveness* diperoleh nilai rata-rata harapan sebesar 4,56, dari dimensi *tangible* menempati posisi ketiga tertinggi, dengan nilai rata-rata yang diperoleh adalah sebesar 4,52, dari dimensi *assurance* menempati urutan selanjutnya, dengan jumlah nilai rata-rata sebesar 4,46, dan dari dimensi *empathy* diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,3.
4. Hasil analisis tingkat kepuasan pelanggan atau hasil analisis kesesuaian secara keseluruhan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 87,6 %, dalam skor CSAT hasil tersebut sudah tergolong pada kriteria sangat puas. Artinya secara keseluruhan kinerja layanan BRT Trans Tangerang koridor 2 kepada pelanggannya baik dari dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* sudah sangat baik, tetapi belum sepenuhnya mencapai

100 % sesuai dengan harapan atau kepentingan pelanggan.

### E. Daftar Pustaka

- Anggoro, A. G., Hadi, W., & Daryati, D. (2020). Analisis Tingkat Pelayanan Terminal Transjakarta Pada Stasiun Harmoni Central Busway Berdasarkan Persepsi Penumpang. *Menara: Jurnal Teknik Sipil*, 15(1), 30–36. <https://doi.org/10.21009/jmenara.v15i1.18063>
- Hadi, W. (2008). Studi Delay Time dan Time Headway Bus Transjakarta Koridor IV. *Jurnal Logistik D III Transportasi UNJ*, 1(1), 20–37. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/logistik/article/download/11155/6946>
- Kanafani, A. (1983). *Transportation Demand Analysis* (p. 320). McGraw-Hill Company.
- Mulyono, T. (2021). *Literature Review : Build Regression Equation for Increased Services Quality in Bus Rapid Transport Based of Queeing and SERVQUAL Theory* (Issue May, Researchgate).
- Nikitas, A., & Karlsson, M. (2015). A worldwide state-of-the-art analysis for bus rapid transit: Looking for the success formula. *Journal of Public Transportation*, 18(1), 1–33. <https://doi.org/10.5038/2375-0901.18.1.3>
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan* (4th ed.). RINEKA CIPTA.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Penerbit Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* (4th ed.). CV. Andi Offset.
- Wright, L., & Walter, H. (2017). The BRT Planning Guide. In *ITDP*. Institute for Transportation and Development Policy (ITDP).