

**LAPORAN AKHIR  
TAHUN  
PENELITIAN DOSEN PEMULA**



**ANALISIS PENGARUH *SERVQUAL* TERHADAP *CITIZEN SATISFACTION*  
(STUDI EMPIRIS PADA PENGGUNA TRANS MAMMINASATA)**

**Tahun ke- 1 dari rencana 1 tahun**

**KETUA**  
**HARRY YULIANTO, SE, M.Si**  
**NIDN. 0904077702**

**ANGGOTA**  
**SYARIEF DIENAN YAHYA, SE, MM**  
**NIDN. 0921088902**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)  
YAYASAN PENDIDIKAN UJUNG PANDANG (YPUP)**  
**M A K A S S A R**  
**NOVEMBER 2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul

: Analisis Pengaruh Servqual Terhadap Citizen Satisfaction  
(Studi Empiris Pada Pengguna Trans Mamminasata)

### **Peneliti/Pelaksana**

Nama Lengkap

: HARRY YULIANTO, S.E., M.Si

Perguruan Tinggi

: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar

NIDN

: 0904077702

Jabatan Fungsional

: Asisten Ahli

Program Studi

: Manajemen

Nomor HP

: 085 394 282 489

Alamat surel (e-mail)

: harryyulianto.stieypup@gmail.com

### **Anggota (1)**

Nama Lengkap

: SYARIEF DIENAN YAHYA S.E., M.M.

NIDN

: 0921088902

Perguruan Tinggi

: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar

### **Institusi Mitra (jika ada)**

Nama Institusi Mitra

: -

Alamat

: -

Penanggung Jawab

: -

Tahun Pelaksanaan

: Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

Biaya Tahun Berjalan

: Rp 15,500,000

Biaya Keseluruhan

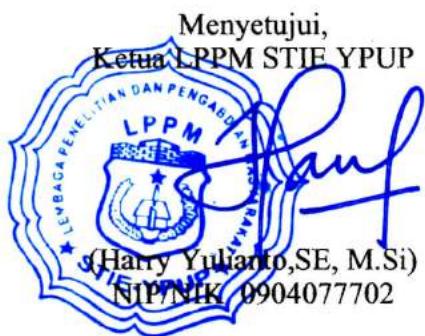
: Rp 15,500,000



Kota Makassar, 12 - 11 - 2018

Ketua,

( HARRY YULIANTO, S.E., M.Si)  
NIP/NIK 0904077702



## RINGKASAN

*Bus Rapid Transit* (BRT) merupakan alternatif solusi dalam mengurangi kemacetan lalu lintas di kota-kota besar di Indonesia. BRT Trans Mamminasata sebagai salah satu angkutan perkotaan bagian dari program pemerintah dalam upaya penyediaan angkutan massal kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk 1) menguji pengaruh *reliability* terhadap *citizen satisfaction*; 2) menguji pengaruh *responsiveness* terhadap *citizen satisfaction*; 3) menguji pengaruh *tangibles* terhadap *citizen satisfaction*; 4) menguji pengaruh *assurance* terhadap *citizen satisfaction*; 5) menguji pengaruh *emphaty* terhadap *citizen satisfaction*; 6) menguji pengaruh *servqual* terhadap *citizen satisfaction*; dan 7) menguji *gap* antara *expected service* dengan *perceived service*. Pendekatan yang dipergunakan di dalam riset ini adalah kuantitatif, dengan desain *cross sectional*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*, dengan metode *purposive sampling*. Terdapat 5 (lima) dimensi *servqual* yang akan diuji, yaitu: *reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, serta *empathy*. Masyarakat pengguna bus Trans Mamminasata menjadi fokus penelitian. Uji validitas instrumen menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), dan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Cronbach's Alpha*. Terdapat tujuh hipotesis dalam penelitian ini yang pengujinya menggunakan teknik analisis data berbeda, yaitu: *simple linear regression* ( $H_1$ ,  $H_2$ ,  $H_3$ ,  $H_4$ , dan  $H_5$ ), *multiple linear regression* ( $H_6$ ), serta *Importance Performance Analysis* ( $H_7$ ). Hasil penelitian menunjukkan  $H_2$ ,  $H_3$ ,  $H_4$ , dan  $H_5$  ditolak. Sedangkan,  $H_1$ ,  $H_6$  dan  $H_7$  diterima. Hasil *Importance Performance Analysis* menunjukkan tidak ada indikator yang berada di kuadran A. Sedangkan, 20 indikator berada di kuadran B, 12 indikator berada di kuadran C, dan 1 indikator di kuadran C.

**Kata-kata kunci:** *servqual*, *citizen satisfaction*, dan Trans Mamminasata.

## **PRAKATA**

Puji syukur kehadirat Allah SWT, sehingga kami dapat menyelesaikan laporan akhir skema Penelitian Dosen Pemula berjudul “Analisis Pengaruh *Servqual* Terhadap *Citizen Satisfaction* (Studi Empiris Pada Pengguna Trans Mamminasata)”. Penyusunan laporan akhir ini sebagai bentuk akuntabilitas pelaksanaan kegiatan penelitian yang telah mendapatkan dana hibah dari Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi tahun anggaran 2018 dengan Kontrak Penelitian Antara Pejabat Pembuat Komitmen Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat dengan Koordinator Kopertis Wilayah IX Nomor 113/SP2H/LT/DRPM/2018; Kontrak Penelitian Antara Koordinator Koordinasi Perguruan Tinggi Swasta Wilayah IX Dengan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar Nomor 1133/K9/KT.03/2018 tanggal 21 Februari 2018; serta Kontrak Penelitian Antara Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar Dengan Ketua Pelaksana Penelitian Nomor: 01/K.P/KL/III-A/50/II/2018 tanggal 22 Februari 2018.

Ucapan terima kasih kami berikan kepada semua pihak yang telah membantu pelaksanaan penelitian serta penyusunan laporan akhir, terutama kepada: Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguanan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi; Koordinator Kopertis Wilayah IX Sulawesi beserta jajarannya; Yayasan Pendidikan Ujung Pandang beserta jajarannya; semua civitas Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Pendidikan Ujung Pandang; DPRD Provinsi Sulawesi Selatan; Dinas Perhubungan Provinsi Sulawesi Selatan; Dinas Perhubungan Kota Makassar; Perum Damri Makassar; masyarakat pengguna Trans Mamminasata; serta keluarga peneliti.

Kami menyadari laporan akhir ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun diharapkan untuk penyempurnaan laporan akhir, sehingga hasil penelitian ini bermanfaat bagi perguruan tinggi, ilmu pengetahuan, pemerintah, serta masyarakat.

Makassar, 12 November 2018

Ketua Peneliti

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN .....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	I-1
2.1.    Latar Belakang .....	I-1
2.2.    Rumusan Masalah .....	I-2
2.3.    Ruang Lingkup.....	I-7
2.4.    Rencana Target Capaian .....	I-7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	II-1
2.1. <i>Servqual</i> .....	II-1
2.2. <i>Citizen Satisfaction</i> .....	II-3
2.3.    Pengaruh <i>Servqual</i> Terhadap <i>Citizen Satisfaction</i> .....	II-5
2.4. <i>Servqual Gap</i> .....	II-8
2.5.    Kerangka Penelitian .....	II-10

BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN .....	III-1
3.1.    Tujuan Penelitian .....	III-10
3.2.    Manfaat Penelitian .....	III-10
BAB IV METODE PENELITIAN .....	IV-1
5.1.    Desain Penelitian.....	IV-1
5.2.    Lokasi Penelitian.....	IV-1
5.3.    Data Penelitian .....	IV-1
5.4.    Teknik Pengumpulan Data.....	IV-2
5.5.    Populasi dan Sampel .....	IV-2
5.6.    Teknik Sampling .....	IV-2
5.7.    Variabel Penelitian.....	IV-3
5.8.    Instrumen Penelitian.....	IV-3
5.9.    Uji Validitas dan Reliabilitas .....	IV-4
5.10.    Teknik Analisis Data.....	IV-5
BAB V HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI.....	V-1
5.1.    Hasil .....	V-1
5.1.1.    Sebaran Kuesioner .....	V-1
5.1.2.    Karakteristik Responden .....	V-1
5.1.3.    Hasil Uji Validitas.....	V-2
5.1.4.    Hasil Uji Reliabilitas .....	V-3
5.1.5.    Hasil Uji Regresi .....	V-4
5.1.6.    Hasil <i>Gap Analysis</i> .....	V-10

5.2. Luaran Yang Dicapai .....	V-14
BAB VI RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA.....	VI-1
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN .....	VII-1
7.1. Kesimpulan .....	VII-1
7.2. Saran.....	VII-1
DAFTAR PUSTAKA .....	P-1
LAMPIRAN	

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Kota sebagai simpul jasa distribusi, memiliki peranan penting dalam memacu perkembangan ekonomi. Sedangkan, pertumbuhan ekonomi yang cepat dapat mengakibatkan perubahan aktivitas kota yang berdampak pada struktur dan karakteristik serta pola penggunaan lahan kota yang diikuti oleh pengembangan kota. Implikasi langsung keadaan tersebut akan memicu timbulnya dua permasalahan pokok, yaitu: penyediaan sarana dan prasarana, serta kebutuhan akan pelayanan perkotaan yang semakin meningkat. Berbagai permasalahan dan tantangan perkotaan sebagai dampak langsung kondisi tersebut salah satunya berkaitan dengan transportasi.

Perkembangan kota besar yang tidak diimbangi dengan pembangunan infrastruktur jalan, menyebabkan kemacetan di beberapa ruas jalan, sehingga memiliki dampak pada waktu maupun ekonomi. Dampak dari segi waktu seperti banyaknya waktu yang terbuang di jalan. Sedangkan, dari segi ekonomi dapat dirasakan dampaknya dengan banyaknya energi bahan bakar yang terbuang percuma, tingkat kehausan kendaraan lebih tinggi, karena waktu yang lebih lama untuk jarak yang pendek, radiator tidak berfungsi dengan baik dan penggunaan rem yang lebih tinggi, dan meningkatnya polusi udara akibat dari asap kendaraan bermotor yang dapat berakibat bagi kesehatan masyarakat dan bagi kendaraan dapat membuat mesin kendaraan cepat rusak.

Salah satu solusi untuk mengatasi kemacetan transportasi jalan raya adalah penyediaan angkutan massal memadai yang dapat menarik orang untuk meninggalkan kendaraan pribadi dan beralih pada angkutan publik. Penyediaan angkutan publik bukan hanya pada armada dan jaringannya saja, namun juga sarana pendukungnya. Hal tersebut menjadi faktor penting dalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan angkutan publik.

Tingkat pelayanan angkutan publik berupa kualitas dan kuantitas yang disediakan oleh sarana transportasi, termasuk didalamnya adalah karakteristik yang dapat dikuantifikasikan, seperti: keamanan, waktu perjalanan, frekuensi, maupun biaya perjalanan. Juga, termasuk karakteristik yang sulit dikuantifikasikan, seperti: kenyamanan, ketersediaan, kemudahan serta *image* moda transportasi (Kavitha, 2015).

Fenomena transportasi publik muncul dengan adanya logika modernisasi dan kapitalisme sebagai konsekuensi permasalahan transportasi publik di kota besar di Indonesia yang saat ini tidak dapat diselesaikan secara teknis saja. Pergeseran pola perilaku masyarakat dengan adanya angkutan massal, misalnya *busway* ataupun kereta api dapat diartikan sebagai suatu perubahan yang cukup signifikan dalam pemilihan moda transportasi oleh masyarakat. Bagi pengguna jasa transportasi dengan adanya angkutan massal menunjukkan adanya perubahan mengenai pola mobilitas penduduk serta pola perilaku bertransportasi oleh masyarakat.

## 1.2. Rumusan Masalah

Kota Makassar sebagai ‘pintu gerbang’ kawasan Indonesia bagian timur memiliki daya tarik wilayah untuk ditinggali. Kota Makassar berada di urutan kelima kota terbesar di Indonesia setelah Jakarta, Surabaya, Bandung dan Medan, memiliki luas wilayah sekitar 199,26 km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk tahun 2016 sekitar 1,4 juta jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk 2015-2016 sekitar 1,39 (BPS Kota Makassar, 2017). Panjang jalan di Kota Makassar tahun 2016 yaitu 3.049,66 km dengan rincian menurut tipenya: jalan nasional 35,64 km; jalan propinsi 19,52 km, jalan kota 2.977,5 km; dan jalan tol 17 km.

Pertumbuhan kendaraan di Kota Makassar berdasarkan data Samsat Makassar menunjukkan jumlah kendaraan bermotor tahun 2016 berkisar 1.425.151 unit atau bertambah 87.009 unit dibandingkan tahun 2015. Sedangkan, tahun 2014 jumlah kendaraan bermotor berkisar 1.252.755 unit. Hal tersebut berarti dalam dua tahun terakhir pertambahan kendaraan bermotor berkisar 172.395 unit.

Jika dirata-ratakan, pertumbuhan kendaraan bermotor di Makassar berkisar 7% setiap tahunnya. Dan, laju pertumbuhannya didominasi oleh kendaraan roda dua yang mencapai angka satu juta unit sejak 2014. Tahun 2016 menunjukkan jumlah sepeda motor di Makassar berkisar 1.128.809 unit. Jumlah kendaraan roda dua lebih banyak jika dibandingkan kendaraan roda empat atau lebih, dengan rincian: mobil penumpang (206.435 unit), bus (17.264 unit), mobil barang (72.239 unit), dan kendaraan khusus (403 unit). Tingginya pertumbuhan kendaraan bermotor menjadi salah satu penyebab kemacetan di Kota Makassar karena laju pertumbuhan kendaraan bermotor yang tidak linier dengan pertumbuhan ruas jalan. Meningkatnya jumlah penduduk dan pertumbuhan kendaraan bermotor sebagai akibat urbanisasi menuntut peningkatan kapasitas kota dalam mewadahi mobilitas penduduk (Ridwan, 2017).

Permasalahan tersebut jika tidak ditanggapi, maka akan mengakibatkan kemacetan total di seluruh ruas jalan, terutama di Kota Makassar. Salah satu hambatan yang paling mendasar adalah kurangnya prasarana transportasi yang mewadahi pergerakan di Kota Makassar. Transportasi publik diharapkan dapat memobilisasi masyarakat sebagai salah satu alternatif yang tepat dalam mengurai kemacetan, khususnya di kota Makassar dengan tingkat arus kendaraan yang semakin meningkat.

Transportasi publik berupa *Bus Rapid Transit* (BRT) sebagai salah satu alternatif solusi yang digunakan di kota-kota besar di Indonesia untuk mengatasi permasalahan kemacetan lalu lintas (Ali et al., 2017). BRT sebagai suatu moda transportasi yang cepat dan mengkombinasikan kualitas transportasi kereta serta fleksibilitas bus. BRT memiliki keunggulan dalam kenyamanan, keamanan, keselamatan, efisiensi waktu maupun biaya. Selain itu, tarif yang terjangkau karena menggunakan tarif sama untuk jarak jauh maupun dekat, sehingga diharapkan adanya peralihan penggunaan dari kendaraan pribadi ke BRT. Trans Mamminasata merupakan sebuah layanan BRT yang telah diluncurkan oleh Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan dalam melayani kebutuhan transportasi umum bagi para pengguna angkutan BRT di wilayah Maros, Makassar, Sungguminasa dan Takalar (Mamminasata) (Rismayanti & Hasryif, 2017).

Trans Mamminasata dipersiapkan menjadi penghubung empat Kabupaten dan Kota di Provinsi Sulawesi Selatan, yaitu: Kota Makassar, Kabupaten Gowa (Sungguminasa), Kabupaten Maros, dan Kabupaten Takalar yang disebut Mamminasata. Mamminasata merupakan kawasan khusus percontohan pengembangan tata ruang terpadu di Indonesia yang dibentuk berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Perkotaan Makassar, Maros, Sungguminasa, dan Takalar, yang mengikuti konsep Jabodetabek di Pulau Jawa.

Bus Trans Mamminasata yang mulai beroperasi pada Maret 2014, memiliki kapasitas penumpang sebanyak 40 orang, dengan rincian: 20 orang duduk dan 20 orang berdiri dengan pegangan tangan, serta dilengkapi fasilitas tempat duduk prioritas untuk para penumpang lanjut usia, ibu hamil, penumpang dengan anak, serta penumpang berkebutuhan khusus. Bus Trans Mamminasata beroperasi setiap hari, mulai pukul 08.00 WITA sampai 22.00 WITA. Karcis Bus Trans Mamminasata dapat dibeli di halte dengan tarif sebesar Rp. 5.000 untuk umum untuk satu kali perjalanan (flat) jauh atau dekat. Dari sebelas koridor yang telah dirancang, Trans Mamminasata telah beroperasi pada koridor 2, 3 ,4 dan 11 dengan rincian: sebanyak 7 (tujuh) bus pada koridor 2; 8 (delapan) bus koridor 3; 2 (dua) bus pada koridor 4; dan 2 (dua) bus pada koridor 11 yang telah melayani penumpang atau pengguna angkutan umum di Kota Makassar.

**Tabel 1.1**  
**Jalur Koridor Trans Mamminasata**

Koridor	Jalur
Koridor 1	Bandara - Tol - Jl.Nusantara - Jl . Ahmad Yani - Jl. Jenderal Sudirman – Jl. Haji Bau – Jl. Metro Tanjung Bunga - Trans Studio - Mal GTC (pergi). Mal GTC - Trans Studio - Jl. Metro Tanjung Bunga – Jl. Penghibur - Jl. Pasar Ikan – Jl. Ujung Pandang – Jl. Nusantara - Tol - Bandara (Pulang).
Koridor 2	Mal GTC - Trans Studio - Jl Metro Tanjung Bunga - Jl Penghibur - Jl Pasar Ikan - Jl Ujung Pandang - Jl Ahmad Yani - Jl Bulusaraung - Jl Masjid Raya - Jl Urip Sumoharjo - Jl AP Pettarani - Jl Boulevard - Mal Panakkang (pergi). Mal Panakkang - Jl Boulevard - Jl AP Pettarani - Jl Urip Sumoharjo - Jl Bawakaraeng - Jl Jenderal Sudirman - Jl. Sam Ratulangi - Jl Kakatua - Jl Gagak - Jl Nuri - Jl Rajawali - Jl Metro Tanjung Bunga - Trans Studio - Mal GTC (Pulang).

<b>Koridor</b>	<b>Jalur</b>
Koridor 3	Terminal Daya - Jl. Perintis Kemerdekaan - Jl. Urip Sumoharjo - Jl. AP Pettarani - Jl. Sultan Alaudin - Jl. Gowa Raya - Terminal Pallangga (Pulang Pergi)
Koridor 4	Terminal Daya - Jl Perintis Kemerdekaan - Bandara - Jl Poros Makassar Maros - Terminal Maros (Pulang Pergi).
Koridor 5	Untia - Terminal Panampu - Jl. Tinumbu - Jl Ujung - Jl Bandang - Jl Veteran Utara - Jl Veteran Selatan - Jl. Sultan Alaudin - Jl Gowa Raya - Terminal Pallangga (Pulang Pergi).
Koridor 6	Terminal Pallangga - Jl. Poros Takalar - Jl Raya Bontomanai - Barombong - Mal GTC (Pulang Pergi).
Koridor 7	Terminal Pallangga - Jl Poros Takalar - Terminal Takalar (Pulang Pergi).
Koridor 8	Terminal Takalar - Galesong Selatan - Galesong Utara - Barombong - Mal GTC (Pulang Pergi).
Koridor 9	Terminal Daya - Jl Lingkar Tengah - Bontomanai - Jl Poros Takalar - Terminal Pallangga (Pulang Pergi).
Koridor 10	Terminal Daya - Jl Lingkar Luar - Bontomanai - Jl Poros Takalar - Terminal Pallangga (Pulang Pergi).
Koridor 11	Terminal Maros - Jl By Pass Mamminasata- Bontomanai - Barombong (Pulang Pergi).

Sumber: Perum Damri Makassar, 2018.

Namun, BRT Trans Mamminasata kurang mendapat respon di masyarakat. Hal tersebut diindikasikan dengan sepinya penumpang BRT Trans Mamminasata, serta berkurangnya jumlah bus yang dioperasikan dari 30 unit (2017) menjadi 15 unit (2018), bahkan di pertengahan tahun 2018 hanya terdapat 7 armada yang beroperasi melayani koridor II dan koridor III. Sepinya jumlah penumpang disebabkan jadwal keberangkatan yang tidak pasti, sehingga sebagian penumpang memilih moda transportasi lain, seperti pete-pete maupun ojek/taksi online.

Pengurangan jumlah armada BRT Trans Mamminasata disebabkan Perum Damri Makassar sebagai operator mengalami kerugian selama pengoperasian BRT Makasar, dan kerugian terbesar pada tahun 2017 sebesar Rp 3 miliar. Asumsinya setiap unit bus BRT membutuhkan biaya operasional sekitar Rp 500 ribu per hari (dengan rincian Rp 400 ribu untuk solar, dan Rp 100 ribu untuk penghasilan sopir dan kondektur, diluar uang makan).

Apabila terdapat sekitar lima bus yang beroperasi, Perum DAMRI Makassar membutuhkan minimal Rp 2,5 juta per hari. Sedangkan, pemasukan BRT hanya berkisar Rp 500 ribu per hari. Biaya operasional armada BRT berbanding terbalik dengan pemasukan Perum Damri Makassar.

Salah satu alasan yang menyebabkan Perum Damri Makassar mengalami kerugian adalah karena daya tarik masyarakat memilih BRT sebagai kebutuhan transportasi masih minim. Meskipun tarif sekali naik BRT sebesar Rp 5.000,- termasuk murah untuk jauhnya jarak tempuh, ditambah jalur prioritas untuk BRT di setiap koridornya, namun minat masyarakat untuk menggunakan BRT Mamminasata masih kurang. BRT Trans Mamminasata hanya berhenti di halte resmi BRT untuk menaik-turunkan penumpang (Dinas Perhubungan Sulawesi Selatan sudah membangun 110 halte untuk menunjang fasilitas BRT). Hal tersebut menyebabkan tidak semudah dan fleksibel seperti angkutan kota yang dapat menaikan dan menurunkan penumpang dimana saja, meskipun pada akhirnya sering membuat kemacetan di jam sibuk.

Pengoperasian Bus Trans Mamminasata sebagai sarana angkutan umum massal diharapkan dapat mengatasi masalah kemacetan di Makassar, namun ternyata hasilnya masih belum belum efektif dalam mengurangi kemacetan. Berdasarkan kondisi tersebut, maka penelitian ini akan menganalisis pengaruh *servqual* terhadap *citizen satisfaction* (studi empiris pada masyarakat pengguna moda transportasi Trans Mamminasata) dengan rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah ada pengaruh *reliability* terhadap *citizen satisfaction*?
2. Apakah ada pengaruh *responsiveness* terhadap *citizen satisfaction*?
3. Apakah ada pengaruh *tangibles* terhadap *citizen satisfaction*?
4. Apakah ada pengaruh *assurance* terhadap *citizen satisfaction*?
5. Apakah ada pengaruh *emphaty* terhadap *citizen satisfaction*?
6. Apakah ada pengaruh *servqual* terhadap *citizen satisfaction*?
7. Apakah ada *gap* antara *expected service* dengan *perceived service*?

### 1.3. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini menguji pengaruh *servqual* terhadap *citizen satisfaction*, dan menguji gap 5 antara *expected service* dengan *perceived service*. Terdapat 5 (lima) dimensi *servqual* yang akan diuji, yaitu: *reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, serta *empathy*. Masyarakat pengguna bus Trans Mamminasata menjadi fokus penelitian.

### 1.4. Rencana Target Capaian

No	Jenis Luaran				Indikator Capaian	
	Kategori	Sub Kategori	Wajib	Tambahan	2018	2019
1	Artikel ilmiah dimuat di jurnal	Internasional bereputasi	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
		Nasional terakreditasi	Tidak ada	Submitted	Ada	Ada
		Nasional tidak terakreditasi	<i>Published</i>	Tidak ada	Ada	Ada
2	Artikel ilmiah dimuat di prosiding	Internasional terindeks	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
		Nasional	<i>Draft</i>	Tidak ada	Ada	Ada
3	<i>Keynote speaker/invited</i> dalam temu ilmiah	Internasional	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
		Nasional	<i>Draft</i>	Tidak ada	Ada	Ada
4	Visiting lecturer	Internasional	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
5	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	Paten	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
		Paten sederhana	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
		Hak cipta	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
		Merk dagang	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
		Rahasia dagang	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
		Desain produk industri	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
		Indikasi geografi	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
		Perlindungan varietas tanaman	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
		Perlindungan topografi sirkuit terpadu	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
6	Teknologi tepat guna		Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
7	Model/purwarupa/desain/karya seni/rekayasa sosial		Tidak ada	<i>Draft</i>	Ada	Ada
8	Buku ajar (ISBN)		Terbit	Terbit	Ada	Ada
9	Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT)		4	4	4	4

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. *Servqual***

Kualitas memiliki banyak terminologi yang berbeda, mulai yang konvensional sampai yang strategis. Terminologi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik suatu produk, seperti: kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*easy of use*), estetika (*aesthetics*), dan sebagainya. Sedangkan, kualitas dalam definisi strategis berarti segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*). Kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan secara berkelanjutan yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat yang sesuai dengan permintaan dan tuntutan masyarakat saat ini (Pratama, 2015).

Salah satu pendekatan kualitas layanan adalah model *servqual* (*service quality-servqual*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985), dimana persepsi kualitas merupakan penilaian pelanggan terhadap entitas layanan secara menyeluruh. *Servqual* dibangun berdasarkan perbandingan dua faktor utama, yaitu: persepsi pelanggan atas layanan nyata yang pelanggan terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan atau diinginkan pelanggan (*expected service*). Menurut Parasuraman dan Zeithaml (1988), kedua faktor tersebut ditentukan oleh sepuluh dimensi kualitas layanan, yaitu:

1. *Tangibles*; berupa fasilitas fisik, peralatan, personil dan komunikasi,
2. *Reliability*; berupa kemampuan unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat,
3. *Responsiveness*; berupa kemauan untuk membantu konsumen bertanggungjawab terhadap kualitas pelayanan yang diberikan,

4. *Competence*; berupa pengetahuan dan keterampilan yang baik oleh aparatur dalam memberikan pelayanan,
5. *Courtesy*; berupa sikap perilaku ramah, bersahabat, tanggap terhadap keinginan konsumen serta mau melakukan kontak dan hubungan pribadi,
6. *Credibility*; berupa sikap jujur dalam setiap upaya untuk menarik kepercayaan masyarakat,
7. *Security*; jasa pelayanan yang diberikan harus bebas dari berbagai bahaya dan resiko,
8. *Access*; berupa kemudahan untuk mengadakan kontak dan pendekatan,
9. *Communication*; berupa kemauan pemberi pelayanan untuk mendengarkan suara, keinginan dan aspirasi pelanggan, sekaligus ketersediaan untuk selalu menyampaikan informasi baru kepada masyarakat,
10. *Understanding the customer*; melakukan segala usaha untuk mengetahui kebutuhan pelanggan.

Dari kesepuluh dimensi kualitas layanan tersebut, disederhanakan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) menjadi:

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

Penilaian kualitas layanan publik bukanlah kegiatan yang sangat mudah, khususnya pemberian layanan publik yang bersifat jasa maupun administratif (Rezha, Rochmah, & Siswidiyanto, 2013). Namun, terlepas dari persoalan tersebut, masalah kualitas layanan publik saat ini menjadi fokus perhatian di berbagai negara demokratis salah satunya Indonesia. Hal tersebut karena pemberian layanan publik saat ini menjadi salah satu indikator suatu negara dikatakan gagal atau berhasil dalam memberikan layanan kepada masyarakat.

Pada suatu organisasi, konsep kualitas layanan menjadi ukuran keberhasilan institusi, baik pada organisasi bisnis maupun pada organisasi yang bertugas untuk menyediakan pelayanan publik. Didalam menilai kualitas layanan publik tidak hanya ditentukan oleh pemerintah saja, namun juga ditentukan oleh masyarakat (Rezha, Rochmah, & Siswidiyanto, 2013). Hal tersebut berarti ukuran kualitas layanan bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja (pemerintah), namun lebih banyak ditentukan pada yang dilayani (masyarakat). Hal tersebut karena masyarakat yang menikmati layanan, sehingga dapat mengukur kualitas layanan berdasarkan harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Layanan publik lebih bersifat mendahulukan kepentingan umum, mempermudah urusan publik, mempersingkat waktu pelaksanaan urusan publik, serta memberikan kepuasan kepada publik (masyarakat).

## 2.2. *Citizen Satisfaction*

Kepuasan masyarakat sebagai faktor penting yang harus diperhatikan oleh penyedia pelayanan publik, karena kepuasan masyarakat dapat menentukan tingkat keberhasilan pemerintah dalam menyelenggarakan pelayanan publik. Terminologi kepuasan masyarakat dapat disamakan dengan terminologi kepuasan pelanggan atau kepuasan konsumen, hanya dibedakan pada siapa penyedia dan apa motif diberikannya pelayanan tersebut (Rezha, Rochman, & Siswidiyanto, 2013).

Penyedia pelayanan publik adalah pegawai instansi pemerintah yang melaksanakan tugas pelayanan publik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah diamanatkan dan penerima pelayanan publik adalah orang, masyarakat, lembaga instansi pemerintah dan dunia usaha, yang memperoleh manfaat dari suatu kegiatan penyelenggaraan pelayanan publik.

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik, menyatakan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara publik. Pemerintah mempunyai fungsi memberikan layanan (*service*) kepada masyarakat, sehingga harus menekankan pada beberapa aspek, yaitu: mendahulukan kepentingan masyarakat, mempermudah urusan masyarakat, mempersingkat waktu proses pelaksanaan urusan masyarakat dan memberikan kepuasan kepada masyarakat (Yuningsih, 2016).

Implementasi pelayanan publik oleh pemerintah selama ini menunjukkan belum adanya orientasi khusus mengenai efektivitas serta peningkatan kualitas dalam pemberian layanan publik kepada masyarakat, karena layanan publik pada umumnya masih merupakan domain pemerintah, sehingga pelaksanaan pelayanan publik selama ini masih berjalan statis. Sedangkan, tuntutan kebutuhan masyarakat terhadap layanan publik semakin dinamis dengan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin baik merupakan salah satu indikasi dari empowering yang dialami oleh masyarakat. Semakin kritis masyarakat terhadap tuntutan kualitas layanan publik menunjukkan karakter masyarakat semakin dewasa dengan sikap kemandirian, terbuka dan mampu berdemokrasi. Hal tersebut berarti pelayanan publik yang diberikan oleh pemerintah semakin hari semakin bertambah dan harus lebih ditingkatkan kualitasnya.

Kepuasan masyarakat sebagai bentuk tanggapan terhadap kinerja instansi publik yang dipersepsikan sebelumnya. Tingkat kepuasan masyarakat merupakan fungsi perbedaan antara kinerja layanan yang dirasakan (*perceived service*) dengan harapan masyarakat (*expected service*). Asumsinya, jika hasil kinerja kepuasan berada di bawah harapan, maka masyarakat akan tidak puas. Jika hasil kinerja kepuasan sesuai dengan harapan, maka masyarakat akan puas. Dan, apabila kinerja kepuasan melampaui harapan, maka masyarakat akan sangat puas, sangat senang, atau sangat bahagia.

Keberadaan instansi publik sebagai salah satu instrumen untuk memenuhi kebutuhan dan menciptakan kepuasan masyarakat. Kinerja pelayanan publik dapat dikatakan berhasil apabila mampu mewujudkan yang menjadi tugas dan fungsi pokok suatu instansi tersebut (Sianipar, 2009). Oleh karena itu, instansi maupun pegawai yang melaksanakan suatu kegiatan publik harus selalu berorientasi dan fokus terhadap apa yang menjadi tugasnya dalam memberikan layanan prima kepada masyarakat.

### **2.3. Pengaruh *Servqual* Terhadap *Citizen Satisfaction***

Layanan publik merupakan salah satu tugas penting yang tidak dapat diabaikan oleh pemerintah, sebab jika salah satu komponen layanan publik terjadi stagnasi, maka dapat berdampak menghambat kinerja pemerintah. Oleh sebab itu, perlu ada perencanaan yang baik dan perlu diformulasikan kedalam standar layanan pada masyarakat. Kualitas layanan sebagai salah satu kebijaksanaan penting dalam meningkatkan daya saing produk atau jasa yang harus memberi kepuasan kepada masyarakat melebihi atau paling tidak sesuai dengan standar kualitas layanan.

Pelayanan publik yang dilakukan oleh aparatur pemerintah masih belum memenuhi harapan masyarakat. Hal tersebut diindikasikan dari berbagai keluhan masyarakat yang disampaikan melalui media massa maupun jejaring sosial, sehingga memberikan dampak negatif terhadap layanan pemerintah, yang pada akhirnya dapat menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat.

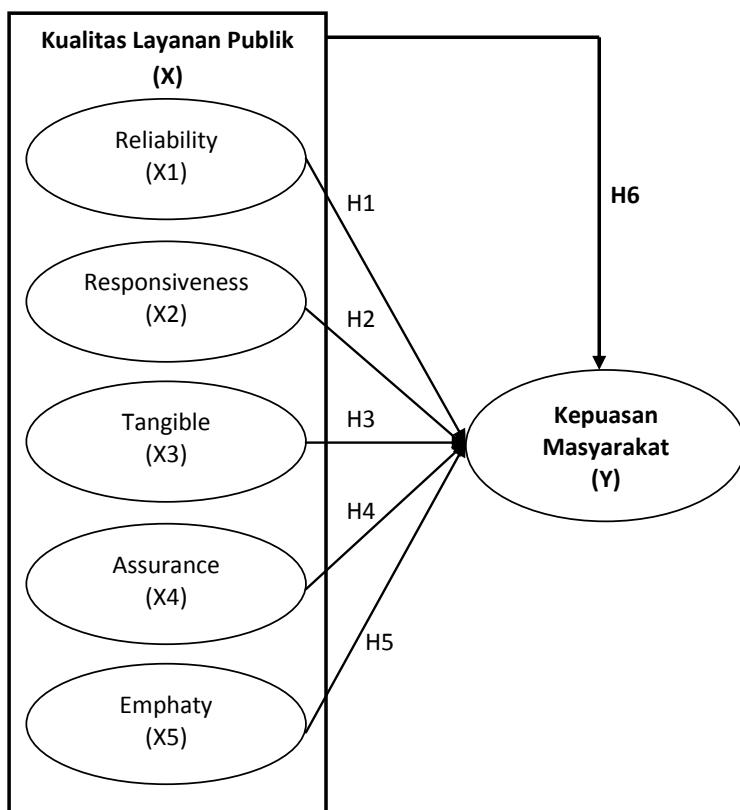
Salah satu upaya yang harus dilakukan dalam perbaikan pelayanan publik adalah melakukan survei kepuasan masyarakat kepada pengguna layanan. Survei kepuasan masyarakat terhadap penyelenggaraan layanan publik yang dilakukan secara berkelanjutan sebagai dasar peningkatan kualitas dan inovasi pelayanan publik serta kemungkinan replikasi inovasi pelayanan publik (Vijayakanth, Harirao, & Kumar, 2014). Kepuasan layanan sebagai hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja layanan yang diberikan oleh aparatur penyelenggara layanan publik. Sedangkan, penerima pelayanan publik adalah orang, masyarakat, lembaga instansi pemerintah dan dunia usaha, yang menerima layanan dari aparatur penyelenggara layanan publik.

Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan tingkat kepuasan seseorang, dimana kualitas yang lebih tinggi akan menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi (Kotler, 2003). Dengan memahami keinginan dan kebutuhan seseorang, memberikan kemudahan dalam pelayanan, melakukan komunikasi yang efektif kepada konsumen, memberikan perhatian penuh terhadap keluhan konsumen, serta memahami kebutuhan konsumen, maka akan membuat kepuasan konsumen meningkat. Konsep kualitas dan kepuasan pelanggan berada pada satu dimensi dalam garis yang linear (Randheer, 2011). Sesuatu yang berkualitas akan memberikan kepuasan. Demikian pula halnya dalam konteks pelayanan publik. Jika suatu pelayanan berkualitas, maka dipastikan akan menghasilkan kepuasan bagi masyarakat sebagai konsumennya.

Hasil riset Hardianawati (2012) menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan masyarakat. Sesuai dengan konsep kualitas pelayanan, hasil riset Yulianto dan Iryani (2008) menunjukkan adanya pengaruh antara persepsi kualitas layanan terhadap minat pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel pemoderasi. Hasil penelitian Hasnih, Gunawan dan Hasmin (2016) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dimensi kualitas layanan publik (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance*, dan *emphaty*) terhadap tingkat kepuasan masyarakat. Hal tersebut berarti bahwa layanan sebagai salah satu faktor penting di sektor publik yang dapat menentukan besarnya pengaruh kualitas layanan jasa terhadap kepuasan masyarakat.

Menurut konsep lima dimensi *servqual* dari Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) serta konsep kepuasan pelanggan dari Kotler (2003), maka dapat dirumuskan model hubungan antar variabel independen dan variabel dependen penelitian.

**Gambar 2.1.**  
**Model Penelitian**



Berdasarkan model hubungan antar variabel independen dan variabel dependen penelitian, maka rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: *reliability* (X<sub>1</sub>) berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* (Y).
- H<sub>2</sub>: *responsiveness* (X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* (Y).
- H<sub>3</sub>: *tangibles* (X<sub>3</sub>) berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* (Y).
- H<sub>4</sub>: *assurance* (X<sub>4</sub>) berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* (Y).
- H<sub>5</sub>: *emphaty* (X<sub>5</sub>) berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* (Y).
- H<sub>6</sub>: *servqual* (X<sub>6</sub>) berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* (Y).

## **2.4. Servqual Gap**

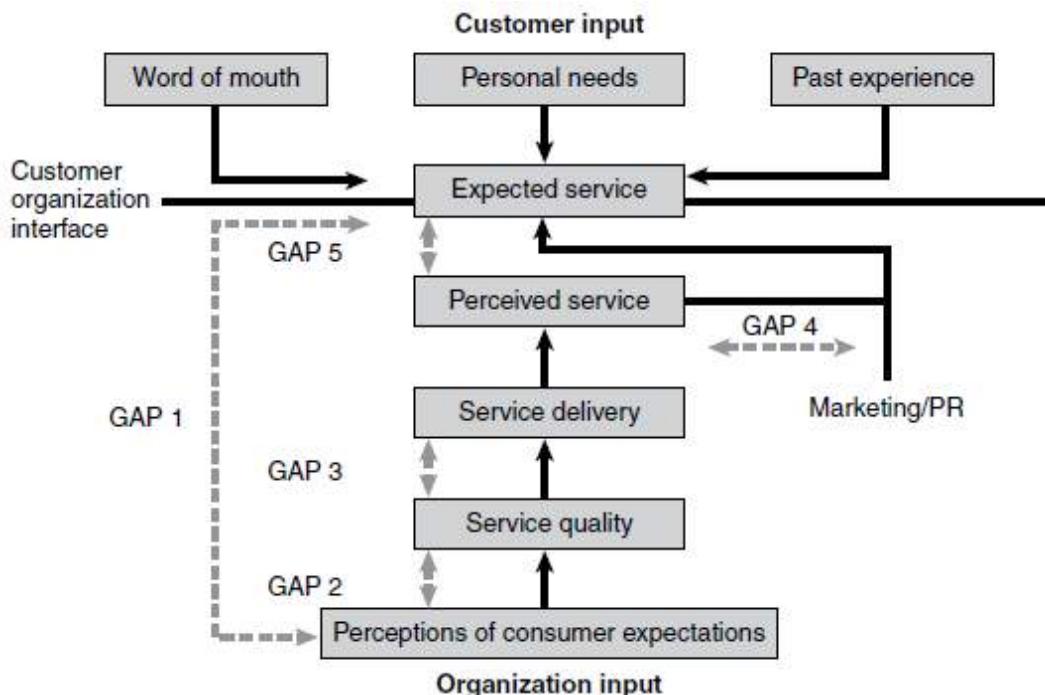
Menurut Kotler (2003), model *servqual* merupakan formulasi untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Pada model *servqual* terdapat model analisis kesenjangan (*gap*), yaitu perbedaan antara *perceived service* dan *expected service*. *Perceived service* adalah penilaian subyektif oleh pelanggan atas pengalamannya mengkonsumsi barang/jasa. *Expected service* merupakan standar atau referensi pelanggan dengan pengalaman konsumsi barang/jasa.

*Perceived service* dan *expected service* seharusnya identik, namun kenyataannya ada suatu *gap* yang cukup besar. Dan, menjadi tugas pemasar untuk membangun ‘jembatan’ antara keduanya dan melakukan upaya untuk mempersempit atau menutup *gap* yang terjadi. Ada lima jenis *gap* yang harus ‘dijembatani’ untuk memenuhi kepuasan pelanggan, yaitu (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985):

1. *Gap* pertama (persepsi manajemen) adalah kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen perusahaan. Kesenjangan tersebut sebagai akibat manajemen perusahaan salah mengerti terhadap apa yang diharapkan pelanggan.
2. *Gap* kedua (spesifikasi kualitas) adalah kesenjangan antara persepsi manajemen perusahaan atas harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas pelayanan. Kesenjangan tersebut sebagai akibat kurang tepatnya penerjemahan persepsi manajemen perusahaan atas harapan pelanggan perusahaan ke dalam bentuk tolok ukur kualitas pelayanan.
3. *Gap* ketiga (penyampaian pelayanan) adalah kesenjangan antara spesifikasi kualitas pelayanan dan pemberian pelayanan kepada pelanggan. Kesenjangan tersebut sebagai akibat ketidakmampuan sumber daya manusia perusahaan untuk memenuhi standar kualitas pelayanan yang telah ditetapkan.
4. *Gap* keempat (komunikasi pemasaran) adalah kesenjangan antara pemberian pelayanan kepada pelanggan dan komunikasi eksternal. Kesenjangan tersebut tercipta karena perusahaan ternyata tidak mampu memenuhi jani-janjinya yang dikomunikasikan secara eksternal melalui berbagai bentuk promosi.

5. Gap kelima (pelayanan yang dirasakan) adalah kesenjangan antara harapan pelanggan dan kenyataan pelayanan yang diterima. Kesenjangan tersebut sebagai akibat tidak terpenuhinya harapan pelanggan dengan kenyataan.

**Gambar 2.2**  
**Model Servqual Gap**



Sumber: Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985).

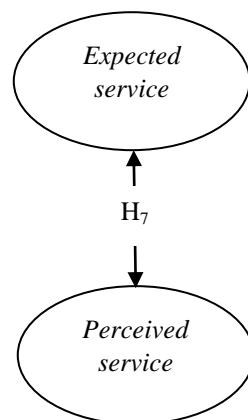
Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985), gap analysis mempunyai beberapa manfaat, yaitu:

1. Perusahaan dapat menilai seberapa besar kesenjangan antara kinerja aktual perusahaan dengan standar kinerja perusahaan yang diharapkan.
2. Perusahaan mengetahui peningkatan kinerja yang diperlukan guna meminimalkan kesenjangan tersebut.
3. Hasil gap analysis dapat digunakan sebagai salah satu dasar dalam pengambilan keputusan terkait prioritas dan biaya yang dibutuhkan untuk memenuhi standar pelayanan yang telah ditetapkan guna memenuhi kepuasan pelanggan.

Pemosisian persepsi pelanggan terhadap *servqual* tergantung pada sifat *gap* antara *expected service* dengan *perceived service*. Hasil penelitian Setyawan (2004) dan Fitriati (2010) menunjukkan adanya *gap* antara *expected service* dengan *perceived service*. Penelitian ini hanya akan menguji *servqual discrepancy* pada *Gap 5*, yaitu *gap* antara layanan yang dirasakan (*perceived service*) dan layanan yang diharapkan (*expected service*). Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>7</sub>: terdapat *gap* antara *perceived service* dengan *expected service*.

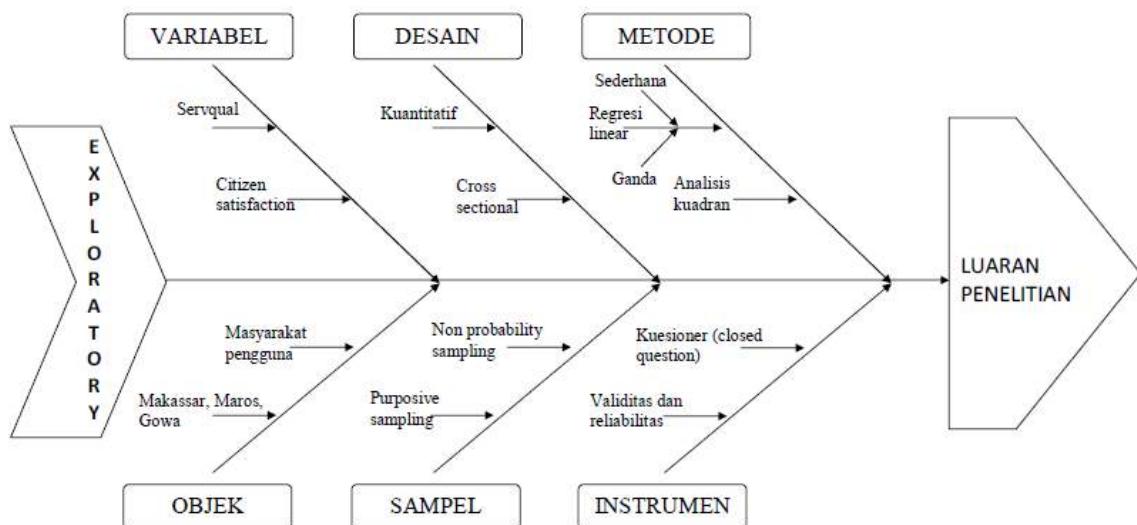
**Gambar 2.3**  
**Model Gap Penelitian**



## 2.5. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian ini menggunakan diagram *fishbone* dalam mengidentifikasi dan menganalisis penyebab permasalahan, sehingga diharapkan dapat memberikan solusi untuk mengatasi permasalahan dalam riset ini.

**Gambar 2.4**  
**Kerangka Penelitian**



## **BAB III**

### **TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

#### **3.1. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. menguji pengaruh *reliability* terhadap *citizen satisfaction* ( $H_1$ ),
2. menguji pengaruh *responsiveness* terhadap *citizen satisfaction* ( $H_2$ ),
3. menguji pengaruh *tangibles* terhadap *citizen satisfaction* ( $H_3$ ),
4. menguji pengaruh *assurance* terhadap *citizen satisfaction* ( $H_4$ ),
5. menguji pengaruh *emphaty* terhadap *citizen satisfaction* ( $H_5$ ),
6. menguji pengaruh *servqual* terhadap *citizen satisfaction* ( $H_6$ ),
7. menguji *gap* antara *expected service* dengan *perceived service* ( $H_7$ ).

#### **3.2. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

1. bukti empiris yang berkaitan dengan pengaruh *servqual* terhadap *citizen satisfaction* pada pengguna moda transportasi Trans Mamminasata, terutama dari bidang ilmu ekonomi manajemen pemasaran, khususnya pelayanan publik,
2. pengembangan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengukuran kualitas layanan publik dan tingkat kepuasan masyarakat,
3. kajian ilmiah dalam peningkatan kualitas layanan publik, terutama rekayasa sosial sistem angkutan cepat massal di perkotaan bagi pengambil kebijakan.

## **BAB IV**

### **METODE PENELITIAN**

#### **4.1 Desain Penelitian**

Pendekatan yang dipergunakan di dalam riset ini adalah kuantitatif dengan menggunakan angka-angka sebagai representasi dari informasi yang didapatkan dalam penelitian (Arikunto, 2006). Desain penelitian yang dipergunakan pada riset ini adalah *cross sectional*, yaitu pengamatan hanya dilakukan sekali sesuai dengan waktu yang ditentukan oleh peneliti dengan melihat adanya hubungan antara variabel dependen dan independen (Sugiyono, 2013). Pada studi ini, peneliti melakukan riset dengan menyebarluaskan kuesioner kepada responden pada waktu atau periode yang sama.

#### **4.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini mengambil lokasi di Makassar yang menjadi rute bus Trans Mamminasata. Subjek penelitian ini adalah moda transportasi bus Trans Mamminasata, sedangkan objek penelitian yaitu masyarakat pengguna moda transportasi Trans Mamminasata.

#### **4.3 Data Penelitian**

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan data kualitatif. Data kuantitatif yang dipergunakan untuk menguji hipotesis berasal dari responden (data primer), dan data kuantitatif sebagai bahan eksplorasi penelitian berasal dari pengelola Bus Trans Mamminasata (Perum Damri) dan Dinas Perhubungan Provinsi Sulawesi Selatan (data sekunder). Sedangkan, data kualitatif yang dipergunakan sebagai bahan eksplorasi penelitian berasal dari responden (data primer), petugas operasional Bus Trans Mamminasata (data primer), serta pengelola Bus Trans Mamminasata (Perum Damri Makassar) dan Dinas Perhubungan Provinsi Sulawesi Selatan (data sekunder berupa dokumen).

#### **4.4 Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data untuk pengujian hipotesis menggunakan kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Yulianto, 2016). Kuesioner yang dipergunakan untuk pengujian hipotesis penelitian menggunakan pertanyaan tertutup (*closed question*), yaitu kuesioner yang disusun dengan menyediakan pilihan jawaban lengkap, sehingga responden hanya memberi tanda pada jawaban yang dipilihnya (Sugiyono, 2013). Sedangkan, untuk bahan eksplorasi penelitian ini menggunakan pertanyaan terbuka (*opened question*), yaitu adalah kuesioner yang disusun sedemikian rupa, sehingga responden mengemukakan pendapatnya. Pengambilan data penelitian dilakukan pada bulan Juni sampai Juli 2018.

#### **4.5 Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat pengguna moda transportasi Trans Mamminasata. Sampel penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menggunakan moda transportasi Trans Mamminasata minimal 2 (dua) kali pada rute yang sama.

#### **4.6 Teknik Sampling**

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling*, yaitu tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013). Dasar pemilihan *non probability sampling* karena tidak semua masyarakat dapat menjadi sampel penelitian, hanya masyarakat pengguna moda transportasi Trans Mamminasata dengan kriteria tertentu yang dapat menjadi responden. Metode *non probability sampling* yang dipergunakan pada riset ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu oleh peneliti (Sugiyono, 2013).

Pemilihan teknik *purposive sampling* didasarkan pertimbangan atau kriteria pada masyarakat yang pernah menggunakan moda transportasi Trans Mamminasata minimal 2 (dua) kali pada rute yang sama, sehingga diharapkan responden dapat mempersepsikan *service quality* dan *citizen satisfaction* berdasarkan pengalaman yang pernah diterimanya ketika menggunakan moda transportasi Trans Mamminasata.

Oleh karena metode sampling penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, maka *sample size* penelitian ini berdasarkan teori Sekaran (1992) yaitu 10 kali jumlah variabel. Terdapat 5 dimensi *servqual* (*reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, serta *empathy*), 1 variabel *citizen satisfaction*, 1 variabel *perceived service* dan 1 variabel *expected service*, sehingga *sample size* penelitian ini sekitar 80 [(5 + 1 + 1 + 1) x 10].

#### 4.7 Variabel Penelitian

Pengujian hipotesis penelitian ( $H_1$ ,  $H_2$ ,  $H_3$ ,  $H_4$ ,  $H_5$  dan  $H_6$ ) menggunakan variabel independen (*servqual*) dan variabel dependen (*citizen satisfaction*). Variabel independen terdiri dari lima dimensi, yaitu: *reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, serta *empathy* (Parasuraman & Zeithaml, 1988). Sedangkan, untuk menguji *gap* ( $H_7$ ) menggunakan variabel *perceived service* dan *expected service* yang dikembangkan oleh Parasuraman dan Zeithaml (1988).

#### 4.8 Instrumen Penelitian

Untuk mendapatkan data penelitian menggunakan instrumen yang sudah dikembangkan dalam penelitian sebelumnya, yaitu:

a. *Servqual* ( $X$ )

Variabel *servqual* diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Parasuraman dan Zeithaml (1988) melalui lima dimensi (*reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, serta *empathy*) dengan lima item skala Likert antara (1) sangat tidak setuju sampai (5) sangat setuju.

b. *Citizen satisfaction* (Y)

Variabel *citizen satisfaction* diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Kotler (2003) dengan lima item skala Likert antara (1) sangat tidak puas sampai (5) sangat puas.

c. *Perceived service*

Variabel *perceived service* diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Parasuraman dan Zeithaml (1988) melalui lima dimensi (*reliability, responsiveness, tangibles, assurance, serta empathy*) dengan lima item skala Likert antara (1) sangat tidak penting sampai (5) sangat penting.

d. *Expected service*

Variabel *expected service* diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Parasuraman dan Zeithaml (1988) melalui lima dimensi (*reliability, responsiveness, tangibles, assurance, serta empathy*) dengan lima item skala Likert antara (1) sangat tidak baik sampai (5) sangat baik.

#### 4.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

Suatu instrumen pengukuran disebut valid apabila instrumen dapat mengukur sesuatu dengan tepat terhadap apa yang hendak diukur. Uji validitas instrumen dilakukan untuk menguji ketepatan (validitas) tiap item instrumen. Pada penelitian ini, uji validitas instrumen menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), yaitu suatu proses identifikasi konstruk yang relevan pada fenomena tertentu (Cooper & Emory, 1999). Penelitian ini menggunakan nilai *loading factor* sebesar sebesar 0,40, sehingga apabila indikator lebih besar dari nilai tersebut dianggap valid. Menurut Hair, Anderson, Tatham dan Black (1998), nilai *loading factor* sebesar 0,40 dianggap lebih baik dan sesuai dengan *rule of thumb*. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS.

Suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan akurat. Uji realibilitas instrumen dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sehingga hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *cronbach's alpha*, yaitu proses identifikasi reliabilitas dan konsistensi instrumen penelitian. Nilai korelasi *cronbach's alpha* yang dianggap *acceptable* antara 0,6 - 0,9 (Cooper & Schindler, 2001). Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS.

#### **4.10 Teknik Analisis Data**

Terdapat tujuh hipotesis penelitian yang pengujinya menggunakan teknik analisis data berbeda, yaitu:

- a. *Simple linear regression* (regresi linear sederhana)

Regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2009). Asumsinya yaitu apabila nilai signifikansi t yang lebih kecil atau sama dengan 0,050, maka hipotesis diterima. Sebaliknya, jika nilai nilai signifikansi t lebih besar dari 0,050, maka hipotesis ditolak. Pengujian regresi linear sederhana pada penelitian ini menggunakan program SPSS. Pada penelitian ini analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hipotesis:

**H<sub>1</sub>: *tangibles* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.**

**H<sub>2</sub>: *reliability* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.**

**H<sub>3</sub>: *responsiveness* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.**

**H<sub>4</sub>: *assurance* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.**

**H<sub>5</sub>: *emphaty* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.**

b. *Multiple linear regression* (regresi linear ganda)

Regresi linear ganda digunakan untuk menguji hubungan fungsional ataupun kausal lebih dari satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2009). Asumsinya yaitu apabila nilai signifikansi F yang lebih kecil atau sama dengan 0,050, maka hipotesis diterima. Sebaliknya, jika nilai nilai signifikansi t lebih besar dari 0,050, maka hipotesis ditolak. Pengujian regresi linear ganda pada penelitian ini menggunakan program SPSS. Analisis regresi linear ganda digunakan untuk menguji hipotesis:

**H<sub>6</sub>: servqual berpengaruh terhadap citizen satisfaction.**

c. *Gap Analysis*

*Gap Analysis* digunakan untuk menguji **H<sub>7</sub>: terdapat gap antara expected service dengan perceived service** dengan teknik sebagai berikut:

i) *Wilcoxon Signed-Rank test*

*Wilcoxon Signed-Rank test* adalah uji nonparametris untuk mengukur signifikansi perbedaan antara 2 kelompok data berpasangan berskala ordinal atau interval, tetapi berdistribusi tidak normal (Meek, Ozgur, & Dunning, 2007). *Wilcoxon Signed-Rank test* berfungsi untuk: menguji perbedaan antar data berpasangan, menguji komparasi antara 2 pengamatan sebelum dan sesudah (*before after design*), dan mengetahui efektivitas suatu perlakuan. Asumsinya adalah jika nilai probabilitas (*Asymp.Sig*) < 0,05 maka hipotesis diterima.

ii) *Importance Performance Analysis*

*Importance Performance Analysis* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan atas kinerja layanan. Kepuasan pelanggan diukur dengan cara membandingkan *expected service* dengan *perceived service* (Tzeng & Chang, 2011). *Importance Performance Analysis* menggunakan diagram kartesius (*Importance-Performance Matrix*) untuk memetakan indikator pada dimensi kualitas layanan. Ada dua parameter yang digunakan yaitu sumbu horisontal (X) dan sumbu vertikal (Y). Sumbu X merepresentasikan *perceived service* yang dapat memberikan kepuasan, sedangkan sumbu Y merepresentasikan *expected service*.

## **BAB V**

### **HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI**

#### **5.1 Hasil**

##### **5.1.1 Sebaran Kuesioner**

Pengambilan data dilakukan pada bulan Juni sampai Juli 2018. Jumlah kuesioner yang disebarluaskan ke responden adalah 250, sedangkan kuesioner yang kembali 250, artinya *respond rate*-nya sebesar 100%. Dari 250 kuesioner terdapat 45 kuesioner yang beberapa item pertanyaan tidak diisi oleh responden (25 orang), serta ada responden yang baru pertama kali naik BRT (20 orang), sehingga datanya tidak diikutkan dalam pengolahan selanjutnya. *Sample size* penelitian ini sebesar 100, sehingga dengan jumlah data 205 (250 - 45) > 100, maka sudah memenuhi kaidah statistik untuk dilakukan pengujian.

##### **5.1.2 Karakteristik Responden**

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa responden wanita (165) lebih banyak dibandingkan responden pria (40). Sedangkan, responden yang berusia  $\leq 20$  tahun ada 80 orang, usia  $> 20 - \leq 30$  tahun ada 88 orang; usia  $> 30 - \leq 40$  tahun ada 25 orang; usia  $> 40 - \leq 50$  tahun ada 8 orang; dan usia  $> 50$  tahun ada 4 orang. Hal tersebut berarti sebagian besar pengguna bus Trans Mamminasata yang berusia  $\leq 30$  tahun ada sekitar 82%. Tingkat pendidikan responden sebagian besar adalah SMA/SMK/MA (60%) dan S1 (20%). Sedangkan, pekerjaan responden sebagian besar adalah mahasiswa (36%), swasta (20%), dan pelajar (17%). Responden yang pernah naik BRT 2 kali ada 110 orang (54%), tiga kali ada 27 orang (13%), dan lebih dari tiga kali ada 68 orang (33%). Alasan responden memilih menggunakan BRT adalah nyaman (34%), murah (33%), efisien (20%), dan aman (13%).

### 5.1.3 Hasil Uji Validitas

Nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* sebesar 0,804 menunjukkan bahwa instrumen penelitian valid karena sudah memenuhi batas 0,40 ( $0,804 > 0,40$ ). Nilai *Bartlett's Test of Sphericity* dengan *Approx. Chi-Square* sebesar 397,766 dan signifikan pada 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori menunjukkan data valid, sehingga data dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

**Tabel 5.1.**  
**Hasil Pengujian Kaiser-Meyer-Olkin**  
**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,804
Approx. Chi-Square	397,766
Bartlett's Test of Sphericity	df 15
Sig.	,000

Sumber: data primer diolah, 2018.

Tabel *Total Variance Explained* menunjukkan hasil SPSS mengelompokkan ke-6 variabel, yaitu: 5 variabel *servqual* dan 1 variabel *citizen satisfaction* menjadi 2 faktor berdasarkan nilai *eigen value*  $> 1$ , yaitu faktor 1 dengan nilai *eigen value* sebesar 3,036 dan faktor 2 dengan nilai *eigen value* sebesar 1,076. *Output* SPSS menunjukkan bahwa faktor 1 mampu menjelaskan variasi sebesar 50,592% dan faktor 2 mampu menjelaskan variasi sebesar 17,933%, atau dengan kata lain kedua faktor mampu menjelaskan variasi sebesar 68,526%.

**Tabel 5.2.**

**Hasil Eigen Value**

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,036	50,592	50,592	3,036	50,592	50,592	2,389	39,821	39,821
2	1,076	17,933	68,526	1,076	17,933	68,526	1,722	28,705	68,526
3	,686	11,436	79,962						
4	,492	8,196	88,158						
5	,380	6,330	94,487						
6	,331	5,513	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: data primer diolah, 2018.

Hasil *Rotated Component Matrix* menggunakan *Varimax with Kaiser Normalization* menunjukkan bahwa dimensi *reliability* (0,722), *responsiveness* (0,660), *tangible* (0,838), *assurance* (0,835), dan *empathy* (0,855) mengelompok pada faktor 1. Sedangkan, variabel *citizen satisfaction* (0,816) mengelompok pada faktor 2. Jadi, dapat disimpulkan bahwa konstruk *servqual* memiliki sifat unidimensionalitas, begitu juga dengan *citizen satisfaction*. Hal tersebut berarti semua dimensi *servqual* dan variabel *citizen satisfaction* valid.

**Tabel 5.3.**

**Hasil Varimax with Kaiser Normalization**

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
Reliability	,722	,340
Responsiveness	,660	,376
Tangible	,838	,174
Assurance	,835	,204
Empathy	,855	,164
Citizen Satisfaction	-,035	,816

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Sumber: data primer diolah, 2018.

#### 5.1.4 Hasil Uji Reliabilitas

Tabel *reliability statistics* menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* pada lima dimensi *servqual* (*reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, serta *empathy*) sebesar  $0,805 > 0,060$  (nilai probabilitas) berarti instrumen riset adalah *reliable*. Hal tersebut berarti semua item pertanyaan kuesioner pada variabel *servqual* (*reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, serta *empathy*) dapat disebut *reliable* sebagai alat untuk pengumpulan data penelitian.

**Tabel 5.4.**

**Hasil Cronbach's Alpha Servqual**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,805	5

Sumber: data primer diolah, 2018.

Sedangkan, nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel *citizen satisfaction* sebesar  $0,838 > 0,060$  (nilai probabilitas) berarti instrumen riset adalah *reliable*. Hal tersebut berarti semua item pertanyaan kuesioner pada variabel *citizen satisfaction* dapat disebut *reliable* sebagai alat untuk pengumpulan data penelitian.

**Tabel 5.5.**

**Hasil *Cronbach's Alpha Citizen Satisfaction***

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,838	5

Sumber: data primer diolah, 2018.

### 5.1.5 Hasil Uji Regresi

Tabel *Model Summary* menunjukkan nilai korelasi (R) seluruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 0,393. artinya korelasi seluruh variabel *servqual* (*reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, serta *empathy*) terhadap *citizen satisfaction* sebesar 39,3%. Namun, nilai tersebut dapat terpengaruh oleh berbagai nilai pengganggu yang mungkin menyebabkan kesalahan pengukuran, sehingga dipergunakan *R Square* sebagai alternatif perbandingan akurasi korelasi yang disebut dengan koefisien determinasi yaitu hasil kuadrat nilai R. Tabel *Model Summary* menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0,154 artinya nilainya  $<$  nilai R sebagai akibat adanya penyesuaian. Hal tersebut menunjukkan bahwa korelasi seluruh variabel *servqual* (*reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, serta *empathy*) terhadap variabel *citizen satisfaction* sebesar 15,4%, sedangkan sisanya (84,6%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Nilai *Adjusted R Square*-nya sebesar 0,133 artinya terdapat 13,3% korelasi seluruh variabel *servqual* (*reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, serta *empathy*) terhadap variabel *citizen satisfaction*. Tingkat akurasi model regresi pada kolom *Standard Error of The Estimate* sebesar 31,52715 artinya model regresi yang terbentuk memiliki tingkat akurasi sebesar 68,48%.

**Tabel 5.6.**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,393 <sup>a</sup>	,154	,133	31,52715

a. Predictors: (Constant), Empathy, Responsiveness, Reliability, Tangible, Assurance

b. Dependent Variable: Citizen Satisfaction

Sumber: data primer diolah, 2018.

Tabel *Coefficients* menunjukkan hasil pengujian regresi linier sederhana untuk menjawab hipotesis sebagai berikut:

A. H<sub>1</sub>: *reliability* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.

Nilai *Sig.* variabel *reliability* pada tabel *Coefficients* sebesar  $0,001 < 0,050$  (nilai probabilitas), artinya *reliability* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*, maka H<sub>1</sub> diterima. Hasil penelitian ini sama dengan hasil Triastity dan Tryaningsih (2013) yang menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan masyarakat merasa puas dengan indikator kelaikan jalan bus, perjalanan antar halte yang cepat, waktu yang dibutuhkan bus untuk menurunkan penumpang dari bus ke halte dan menaikkan penumpang dari halte ke bus sudah sesuai, serta jarak celah antara pintu bus dan pintu halte pada saat naik turun penumpang cukup dekat sehingga tidak menyulitkan penumpang. Namun, yang perlu mendapat perhatian dari pengelola Trans Mamminasata adalah rendahnya indikator jam operasional busway, dan bus belum memiliki ketepatan jeda waktu keberangkatan antar bus dari waktu yang sudah ditetapkan.

B. H<sub>2</sub>: *responsiveness* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.

Nilai *Sig.* variabel *responsiveness* pada tabel *Coefficients* sebesar  $0,065 > 0,050$  (nilai probabilitas), artinya *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*, maka H<sub>2</sub> ditolak. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Allan (2016) yang menunjukkan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Faktor pada variabel *responsiveness* yang dirasakan paling rendah oleh pelanggan ialah dalam hal “perhatian dari

karyawan". Perhatian yang ditunjukkan oleh karyawan tidak dirasakan oleh pelanggan, dimana karyawan hanya menjalankan Standar Operasi Perusahaan. Hasil penelitian ini tidak signifikan diindikasi dari rendahnya nilai indikator penumpang belum mendapatkan informasi tentang bus Trans Mamminasata di halte; masyarakat masih memerlukan waktu yang lama untuk naik bus Trans Mamminasata disebabkan jadwal kedatangan dan keberangkatan yang tidak pasti; serta tidak adanya sarana bagi penumpang untuk menyampaikan pengaduan atau memberikan saran.

C. H<sub>3</sub>: *tangibles* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.

Nilai *Sig.* variabel *tangibles* pada tabel *Coefficients* sebesar  $0,330 > 0,050$  (nilai probabilitas), artinya *tangibles* tidak berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*, maka H<sub>3</sub> ditolak. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Khorista, Yulianto dan Mawardi (2015) yang menunjukkan bahwa *tangibles* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak signifikan diindikasi dari rendahnya nilai indikator kondisi halte bus (halte kotor; lantai halte maupun interior ruang halte kotor; jendela, dinding, pintu dan atap atau plafon halte kotor; suhu di dalam halte kurang sesuai dengan standar; serta penerangan di dalam halte sesuai dengan standar).

D. H<sub>4</sub>: *assurance* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.

Nilai *Sig.* variabel *assurance* pada tabel *Coefficients* sebesar  $0,249 > 0,050$  (nilai probabilitas), artinya *assurance* tidak berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*, maka H<sub>4</sub> ditolak. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Allan (2016) yang menunjukkan bahwa *assurance* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Faktor dari variabel *assurance* yang dirasa paling kurang oleh pelanggan ialah "karyawan dapat memberikan layanan dengan meyakinkan dan penuh kepercayaan diri" disini pelanggan kurang dapat diyakinkan oleh respon yang diberikan oleh karyawan. Hasil penelitian ini tidak signifikan dari rendahnya nilai indikator tingkat keamanan di halte bus serta tingkat keselamatan di sepanjang jalur busway yang belum menunjukkan adanya jaminan.

E. H<sub>5</sub>: *emphaty* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.

Nilai *Sig.* variabel *emphaty* pada tabel *Coefficients* sebesar  $0,891 > 0,050$  (nilai probabilitas), artinya *emphaty* tidak berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*, maka H<sub>5</sub> ditolak. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Allan (2016) yang menunjukkan bahwa *emphaty* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Faktor dari *empathy* yang dirasa paling kurang ialah dalam hal memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kurang pahamnya karyawan akan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen membuat konsumen merasa kurang adanya perhatian dari pelanggan. Hasil penelitian ini tidak signifikan diindikasi dari rendahnya nilai indikator sopir memberikan kesan kepada penumpang, artinya penumpang mendapatkan kesan kurang ‘ramah’ dari sopir.

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam pemasaran holistik jasa, pemasaran diperlukan bukan hanya oleh perusahaan terhadap pelanggan, tetapi juga dari karyawan terhadap pelanggan. Oleh karena itu, disini karyawan memegang peran yang penting untuk dapat memberikan kepuasan pelanggan, apabila karyawan gagal memberikan pelayanan yang baik, maka memungkinkan untuk tidak terdapat pengaruh antara dimensi *responsiveness*, *tangibles*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan masyarakat.

**Tabel 5.7.**  
**Hasil Regresi Sederhana**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	<i>Sig.</i>
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients Beta		
1	(Constant)	17,782	17,975	,989	,324
	Reliability	17,165	4,971	,273	3,453 ,001
	Responsiveness	6,062	3,272	,147	1,852 ,065
	Tangible	-5,298	5,423	-,089	-,977 ,330
	Assurance	5,936	5,133	,109	1,157 ,249
	Empathy	,700	5,115	,013	,137 ,891

a. Dependent Variable: Citizen Satisfaction

Sumber: data primer diolah, 2018.

Tabel *Coefficients* pada kolom *Unstandardized Coefficients B* menunjukkan nilai beta ( $\beta$ ) pada variabel *reliability* (17,165), *responsiveness* (6,062), *tangibles* (-5,298), *assurance* (5,936), serta *empathy* (0,700), sehingga dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y &= \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 \\ Y &= 17,782 + 17,165X_1 + 6,062X_2 - 5,298X_3 + 5,936X_4 + 0,700X_5 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 17,782 berarti jika tidak ada nilai *reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, serta *empathy*, maka nilai *citizen satisfaction* sebesar 17,782.
2. Nilai koefisien beta ( $\beta$ ) variabel *reliability*  $X_1$  sebesar 17,165 berarti setiap penambahan 1 nilai *reliability*, maka nilai *citizen satisfaction* bertambah sebesar 17,165.
3. Nilai koefisien beta ( $\beta$ ) variabel *responsiveness*  $X_2$  sebesar 6,062 berarti setiap penambahan 1 nilai *responsiveness*, maka nilai *citizen satisfaction* bertambah sebesar 6,062.
4. Nilai koefisien beta ( $\beta$ ) variabel *tangibles*  $X_3$  sebesar -5,298 berarti setiap penambahan 1 nilai *tangibles*, maka nilai *citizen satisfaction* berkurang sebesar 5,298.
5. Nilai koefisien beta ( $\beta$ ) variabel *assurance*  $X_4$  sebesar 5,936 berarti setiap penambahan 1 nilai *assurance*, maka nilai *citizen satisfaction* bertambah sebesar 5,936.
6. Nilai koefisien beta ( $\beta$ ) variabel *empathy*  $X_5$  sebesar 0,700 berarti setiap penambahan 1 nilai *empathy*, maka nilai *citizen satisfaction* bertambah sebesar 0,700.

Tabel ANOVA menunjukkan hasil pengujian regresi linier berganda untuk menjawab  $H_6$ : *servqual* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*. Nilai *Sig.* variabel *servqual* pada tabel ANOVA sebesar  $0,000 < 0,050$  (nilai probabilitas), artinya *servqual* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*, maka  $H_6$  diterima. Hal tersebut mengindikasikan bahwa dimensi *servqual* (*reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, serta *empathy*) secara simultan memiliki pengaruh terhadap *citizen satisfaction*. Hasil ini sesuai dengan riset Hardianawati (2012) yang menunjukkan secara simultan adanya pengaruh kualitas layanan jasa terhadap kepuasan konsumen.

**Tabel 5.8.**  
**Hasil Regresi Berganda**

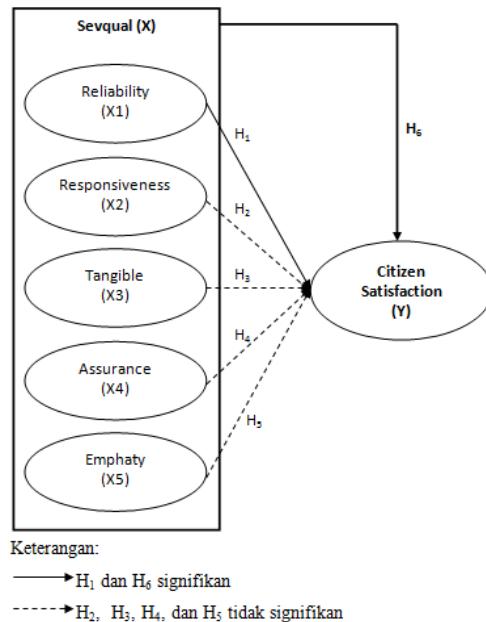
ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	36049,999	5	7210,000	7,254	,000 <sup>b</sup>
1 Residual	197798,289	199	993,961		
Total	233848,288	204			

a. Dependent Variable: Citizen Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Empathy, Responsiveness, Reliability, Tangible, Assurance

Sumber: data primer diolah, 2018.

**Gambar 5.1.**  
**Hasil Pengujian Regresi**



### **5.1.6 Hasil Gap Analysis**

Hasil pengujian menggunakan *Wilcoxon Signed-Rank Test* menunjukkan *Negative Ranks* sebesar 12, *Positive Rank* sebesar 193, dan *Ties* sebesar 0. Hal tersebut berarti 12 orang responden mengalami penurunan *Expected Service*, 193 orang responden mengalami peningkatan *Expected Service*, dan 0 responden tidak mengalami perubahan.

**Tabel 5.9.**  
**Hasil Wilcoxon Signed-Rank Test**

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
	Negative Ranks	12 <sup>a</sup>	10,25	123,00
Perceived Service -	Positive Ranks	193 <sup>b</sup>	108,77	20992,00
Expected Service	Ties	0 <sup>c</sup>		
	Total	205		

- a. Perceived Service < Expected Service  
b. Perceived Service > Expected Service  
c. Perceived Service = Expected Service

Sumber: data primer diolah, 2018.

Tabel *Test Statistics* menunjukkan hasil pengujian *gap analysis* untuk menjawab  $H_7$ : terdapat gap antara *expected service* dengan *perceived service*. Hasil *Wilcoxon Signed Rank Test* menunjukkan nilai Z sebesar -12,270 dengan nilai probabilitas (*Asymp. Sig 2 tailed*) sebesar  $0,000 < 0,050$  berarti terdapat *gap* antara *expected service* dengan *perceived service*, maka  $H_7$  diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Setyawan (2004) dan Fitriati (2010).

**Tabel 5.10.**  
**Hasil Gap Analysis**

Test Statistics <sup>a</sup>	
	Perceived Service - Expected Service
Z	-12,270 <sup>b</sup>
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

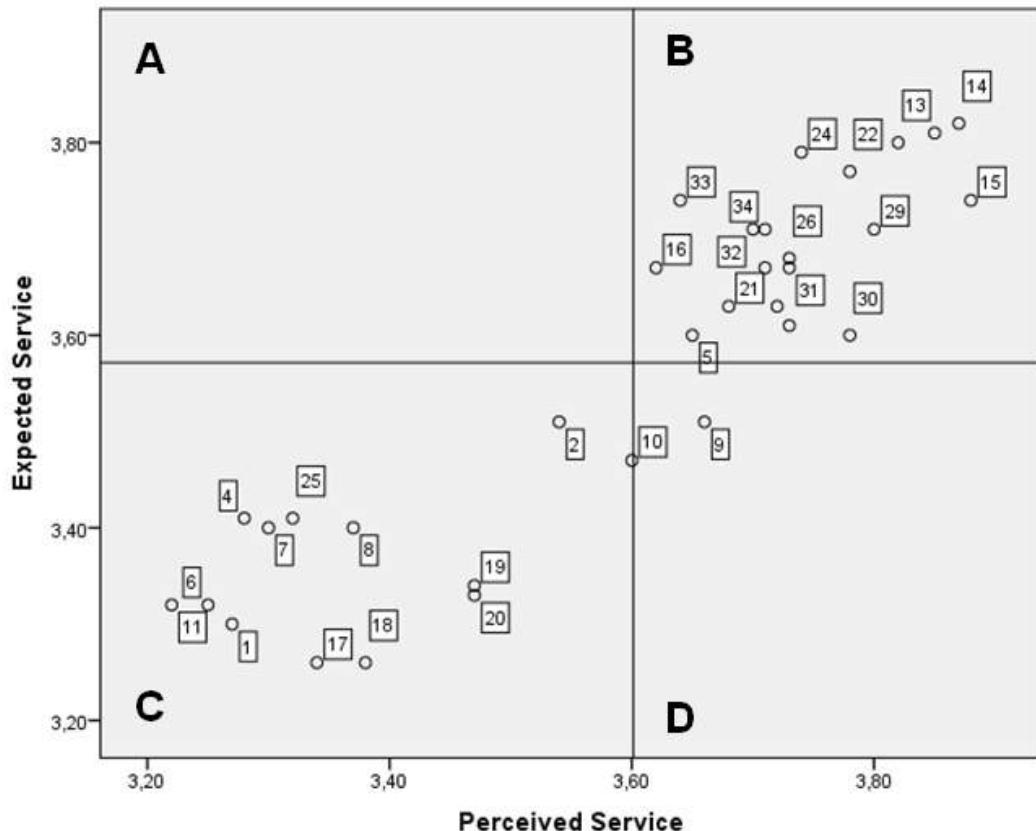
- a. Wilcoxon Signed Ranks Test  
b. Based on negative ranks.

Sumber: data primer diolah, 2018.

Hasil *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa tidak ada indikator yang berada pada kuadran A, 20 indikator berada di kuadran B, 12 indikator berada di kuadran C, dan 1 indikator di kuadran D.

**Gambar 5.2.**

**Hasil *Importance Performance Analysis***



Sumber: data primer diolah, 2018.

Berdasarkan gambar *Importance Performance Analysis*, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Kuadran A

Kuadran A menunjukkan indikator yang dianggap penting oleh pelanggan, namun tidak terlaksana dengan baik oleh pengelola Trans Mamminasata. Hasilnya menunjukkan tidak ada indikator yang berada pada kuadran A.

## 2. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan indikator yang dianggap penting dan memuaskan pelanggan yang sudah dilaksanakan dengan baik oleh pengelola Trans Mamminasata, sehingga indikator tersebut perlu dipertahankan kinerjanya oleh pengelola Trans Mamminasata. Indikator yang termasuk dalam kuadran B sebagai berikut:

Indikator	Kuadran	Average Perceived	Average Expected	Gap E - P	Skor (%)
Jarak celah antara pintu bus dan pintu halte pada saat naik turun penumpang cukup dekat sehingga tidak menyulitkan penumpang	B	3,72	3,63	(0,08)	102%
Suhu di dalam bus sesuai dengan standar yang ditetapkan (tidak panas dan tidak dingin)	B	3,83	3,83	0,00	100%
Penerangan / kekuatan cahaya di dalam bus sesuai dengan standar yang ditetapkan (tidak silau dan tidak gelap)	B	3,82	3,80	(0,02)	101%
Penumpang dalam Halte sesuai dengan kapasitas maksimum	B	3,87	3,82	(0,05)	101%
Penumpang dalam Bus sesuai dengan kapasitas maksimum	B	3,88	3,74	(0,14)	104%
Penumpang /calon penumpang mudah untuk menuju Halte, baik saat menggunakan kendaraan pribadi maupun sarana transportasi umum (angkot/bus/kereta/taksi)	B	3,62	3,67	0,05	99%
Bus bebas dari kotoran (termasuk debu, sampah, dan bau).	B	3,68	3,63	(0,04)	101%
Lantai bus bersih	B	3,78	3,77	(0,01)	100%
Interior dalam bus bersih	B	3,85	3,81	(0,03)	101%
Eksterior luar bus bersih	B	3,74	3,79	0,05	99%
Keamanan di Halte terjamin	B	3,32	3,41	0,09	97%
Keamanan di dalam bus terjamin	B	3,73	3,68	(0,05)	101%
Keselamatan di dalam bus terjamin	B	3,71	3,67	(0,04)	101%
Keselamatan di sepanjang jalur busway terjamin	B	3,73	3,61	(0,12)	103%
Pramudi/sopir ramah dan memperhatikan penumpang/calon penumpang	B	3,80	3,71	(0,10)	103%
Petugas karcis ramah dan memperhatikan penumpang/calon	B	3,78	3,60	(0,18)	105%

Indikator	Kuadran	Average Perceived	Average Expected	Gap E - P	Skor (%)
penumpang					
Pramudi/sopir sopan terhadap penumpang/calon penumpang	B	3,73	3,67	(0,06)	102%
Petugas karcis sopan terhadap penumpang/calon penumpang	B	3,70	3,71	0,01	100%
Pramudi/sopir memberikan kesan yang baik kepada penumpang/calon penumpang	B	3,64	3,74	0,09	98%
Petugas karcis memberikan kesan yang baik kepada penumpang/calon penumpang	B	3,71	3,71	-	100%

### 3. Kuadran C

Kuadran C menunjukkan indikator yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan tidak terlaksana dengan baik oleh pengelola Trans Mamminasata, sehingga indikator tersebut tidak dapat diabaikan/mempunyai skala prioritas pemberahan bagi pengelola Trans Mamminasata. Indikator yang termasuk dalam kuadran C sebagai berikut:

Indikator	Kuadran	Average Perceived	Average Expected	Gap E - P	Skor (%)
Bus memiliki ketepatan jeda waktu keberangkatan antar bus dari waktu yang sudah ditetapkan	C	3,27	3,30	0,03	99%
Waktu yang dibutuhkan bus untuk menurunkan penumpang dari bus ke halte dan menaikkan penumpang dari halte ke bus sudah sesuai	C	3,54	3,51	(0,03)	101%
Perjalanan bus dari halte satu ke halte berikutnya sudah tepat waktu	C	3,28	3,41	0,13	96%
Jam operasional bus tepat waktu	C	3,25	3,32	0,07	98%
Penumpang/calon penumpang mudah untuk mendapatkan informasi tentang bus Trans Mamminasata	C	3,30	3,40	0,11	97%
Penumpang/calon penumpang tidak memerlukan waktu yang lama untuk naik bus Trans Mamminasata	C	3,37	3,40	0,03	99%
Penumpang /calon penumpang mudah menyampaikan pengaduan atau memberikan saran	C	3,60	3,47	(0,13)	104%

Indikator	Kuadran	Average Perceived	Average Expected	Gap E - P	Skor (%)
Halte bebas dari kotoran (termasuk debu, sampah, dan bau)	C	3,22	3,32	0,10	97%
Lantai halte maupun interior ruang halte bersih	C	3,34	3,26	(0,08)	102%
Jendela, dinding, pintu dan atap atau plafon halte bersih	C	3,38	3,26	(0,12)	104%
Suhu di dalam Halte sesuai dengan standar yang ditetapkan (tidak panas dan tidak dingin)	C	3,47	3,34	(0,13)	104%
Penerangan di dalam Halte sesuai dengan standar yang ditetapkan (tidak silau dan tidak gelap)	C	3,47	3,33	(0,14)	104%
Bus laik jalan	C	3,65	3,60	(0,04)	101%

#### 4. Kuadran D

Kuadran D menunjukkan indikator yang dianggap kurang penting oleh pengelola Trans Mamminasata, namun dilaksanakan dengan berlebihan oleh pengelola Trans Mamminasata, sehingga lebih baik mengalokasikan sumber dayanya untuk prioritas utama terlebih dahulu. Indikator yang termasuk dalam kuadran D yaitu:

Indikator	Kuadran	Average Perceived	Average Expected	Gap E - P	Skor (%)
Penumpang/calon penumpang mudah dalam melaporkan kehilangan atau melaporkan menemukan barang	D	3,66	3,51	(0,15)	104%

#### 5.2 Luaran Yang Dicapai

Berdasarkan 1) Kontrak Penelitian Antara Pejabat Pembuat Komitmen Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat dengan Koordinator Kopertis Wilayah IX Nomor 113/SP2H/LT/DRPM/2018; 2) Kontrak Penelitian Antara Koordinator Koordinasi Perguruan Tinggi Swasta Wilayah IX Dengan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar Nomor 1133/K9/KT.03/2018 tanggal 21 Februari 2018; serta 3) Kontrak Penelitian Antara Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar Dengan Ketua Pelaksana Penelitian Nomor: 01/K.P/KL/III-A/50/II/2018 tanggal 22 Februari 2018, maka luaran yang akan

dicapai dari hasil pelaksanaan Penelitian Dosen Pemula Tahun Anggaran 2018 dengan judul “Analisis Pengaruh *Servqual* Terhadap *Citizen Satisfaction* (Studi Empiris Pada Pengguna Trans Mamminasata)” sebagai berikut:

1. Luaran wajib

- Jurnal Ilmiah Akmen STIE Nobel Indonesia (ISSN: 1829-8524)
- Perkembangan pencapaian luaran wajib penelitian yaitu:
  - Sudah diselesaikan penyusunan artikel ilmiah berjudul “Pengaruh *Servqual* Terhadap *Citizen Satisfaction* (Studi Pada Pengguna Trans Mamminasata)”.
  - Artikel ilmiah sudah *published* di website <https://e-jurnal.stienobel-indonesia.ac.id/index.php/akmen/issue/view/25>
  - Artikel ilmiah berjudul “Pengaruh *Servqual* Terhadap *Citizen Satisfaction* (Studi Pada Pengguna Trans Mamminasata)” dimuat pada AkMen Jurnal Ilmiah Vol. 15 No. 3 Desember 2018 pada laman <https://e-jurnal.stienobel-indonesia.ac.id/index.php/akmen/article/view/312>

2. Luaran tambahan

- a. EQUITY: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (ISSN: 0216-9533)
  - Sudah diselesaikan penyusunan artikel ilmiah berjudul “Public *Servqual* “RATER” and *Citizen Satisfaction*: The Testing of Research Instrument”.
  - Artikel ilmiah dipublikasikan di Jurnal EQUITY Volume 14 No. 1 Juni 2018, halaman 1-11.
- b. Prosiding nasional
  - Sudah dilakukan presentasi artikel ilmiah berjudul “Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Trans Mamminasata” di Seminar Nasional dan *Call Papers* 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, pada Jumat 21 September 2018.

- Artikel ilmiah berjudul “Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Trans Mamminasata” sudah dicetak pada prosiding Seminar Nasional dan *Call Papers* 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- c. Prosiding internasional
- Sudah dilakukan presentasi artikel ilmiah berjudul “The Gap Analysis of Public Servqual (Case Study of Bus Rapid Transit’s Customer on Makassar)” di *6<sup>th</sup> International Conference of Islamic Economic & Business* (ICONIES) pada tanggal 22 September 2018 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
  - Artikel ilmiah berjudul “The Gap Analysis of Public Servqual (Case Study of Bus Rapid Transit’s Customer on Makassar)” sudah dicetak pada prosiding *6<sup>th</sup> International Conference of Islamic Economic & Business* Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- d. Buku ajar
- Proses finalisasi buku “Manajemen Transportasi Publik Perkotaan”.
- e. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Universitas Petra (E-ISSN: 233-8234)
- Proses penulisan artikel ilmiah berjudul ”An Implementing Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) on Public Service Quality in Makassar (Case Study on Trans Mamminasata’s Customer)”
- f. Publikasi ilmiah pada jurnal internasional
- Proses penulisan artikel ilmiah berjudul “Using Confirmatory Factor Analysis to Test Instrument of Service Quality and Citizen Satisfaction”.
- g. *Policy Paper*
- Proses penulisan *policy paper* berjudul “Standar Pelayanan Minimal Bus Trans Mamminasata”

## **BAB VI**

### **RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA**

Tahapan selanjutnya yang akan dilakukan sebagai bagian dari rangkaian pelaksanaan kegiatan penelitian di tahun anggaran 2018 sebagai berikut:

1. Buku ajar
  - a. Finalisasi buku ajar “Manajemen Transportasi Publik Perkotaan”
  - b. Mengurus ISBN buku ajar “Manajemen Transportasi Publik Perkotaan”
  - c. Menerbitkan dan mencetak buku ajar “Manajemen Transportasi Publik Perkotaan”
2. HKI  
Mendaftarkan hak cipta buku ajar ber-ISBN pada Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM.
3. Artikel ilmiah
  - a. Jurnal nasional
    - Finalisasi paper berjudul ”An Implementing Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) on Public Service Quality in Makassar (Case Study on Trans Mamminasata’s Customer)”
    - Submitted paper pada Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Universitas Petra (E-ISSN: 233-8234)
  - b. Jurnal internasional
    - Menyusun paper berjudul “Using Confirmatory Factor Analysis to Test Instrument of Service Quality and Citizen Satisfaction”
    - Submitted paper pada jurnal internasional.
4. *Policy Paper*
  - a. Menyusun *draft policy paper* “Standar Pelayanan Minimal Trans Mamminasata”
  - b. Finalisasi *draft policy paper* “Standar Pelayanan Minimal Trans Mamminasata”
  - c. Penyerahan *policy paper* ke *stakeholder* terkait

5. Penggunaan Anggaran Penelitian
  - a. Kompilasi bukti penggunaan anggaran penelitian
  - b. Rekapitulasi penggunaan anggaran penelitian
  - c. Pembayaran pajak
  - d. Penyerahan Dokumen Penggunaan Anggaran Penelitian ke LPPM STIE YPUP
6. Catatan Harian
  - a. Mengisi catatan harian
  - b. Melengkapi dokumen pendukung catatan harian
7. Laporan Akhir
  - Penyerahan laporan akhir ke LPPM STIE YPUP
  - Penyerahan laporan akhir ke Dinas Perhubungan Provinsi Sulawesi Selatan
8. Seminar hasil penelitian
  - a. Menyiapkan bahan seminar hasil penelitian
  - b. Mengikuti seminar hasil penelitian
  - c. Mengunggah berkas seminar hasil, hasil penilaian dan SK Seminar Hasil ke Simlitabmas

## **BAB VII**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **7.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan  $H_2$  (*responsiveness* tidak berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*),  $H_3$  (*tangibles* tidak berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*),  $H_4$  (*assurance* tidak berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*), dan  $H_5$  (*emphaty* tidak berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*) ditolak. Sedangkan,  $H_1$  (*reliability* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*),  $H_6$  (*servqual* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*) dan  $H_7$  (terdapat *gap* antara *perceived service* dengan *expected service*) diterima. Hasil *Importance Performance Analysis* menunjukkan tidak ada indikator yang berada di kuadran A. Sedangkan, 20 indikator berada di kuadran B, 12 indikator berada di kuadran C, dan 1 indikator di kuadran C.

#### **7.2 Saran**

Penelitian ini menggunakan desain *cross sectional* dengan waktu pengumpulan data primer pada satu periode saja, oleh karena itu disarankan penelitian selanjutnya menggunakan desain *longitudinal* yang pengumpulan datanya dalam jangka waktu lama, sehingga diharapkan dapat diperoleh hasil penelitian yang berbeda.

Variabel yang digunakan untuk mengetahui tingkat kualitas layanan publik berasal dari Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1985), serta tingkat kepuasan masyarakat dari Kotler (2003). Riset selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain agar diperoleh hasil kajian yang lebih implementatif.

Studi ini hanya menguji *gap* kelima (pelayanan yang dirasakan), studi kedepan disarankan untuk menguji *gap* pertama (persepsi manajemen), *gap* kedua (spesifikasi kualitas), *gap* ketiga (penyampaian pelayanan), dan *gap* keempat (komunikasi pemasaran), sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Ali, I.I, Akmal, M.I., Alfisyahrin, A.L., Indrawan, N.F., & Tikson, S.D.S. 2017. Makassar *Smart Transportation*: Penerapan Mamminasata Apps dan Mamminasata Card Guna Optimalisasi Bus Rapid Transit (BRT) Kota Makassar. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika*. 14 (1): 1-13.
- Allan, Y. 2016. Pengaruh Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness dan Assurance) Terhadap Customer Satisfaction Penelitian Pada Hotel Serela Bandung. *Jurnal Manajemen*. Mei. 15 (2): 255-270.
- Cooper, D.R., & Emory, C.W.1999. *Business Research Methods*. 5<sup>th</sup> Edition. Richard D. Irwin. Inc.
- Cooper, D.P., & Schindler, P.S. 2001. *Business Research Methods*. 7<sup>th</sup> Edition. McGraw Hill.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. 1998. *Multivariate Data Analysis*. 4<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Hardianawati. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 Pada Pemda DKI Jakarta. *Jurnal Magister Manajemen*. 1 (1): 49-78.
- Hasnih, Gunawan, & Hasmin. 2016. Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Di Kelurahan Ompo Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng. *Jurnal Mirai Management*. Oktober. 1. (2): 426-445.
- Kavitha. 2015. Public Transport Service Quality- A Measurement. *International Journal of Management and Social Science Research Review*. 1 (7): 113-116.
- Khorista, A., Yulianto, E., & Mawardi, M.K. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Agustus. 25 (2): 1-7.

- Kotler, P. 2003. *Marketing Management*. 11<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall Int'l.
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga Jakarta.
- Meek, G.E., Ozgur, C., & Dunning, K. 2007. Comparison of the t vs. Wilcoxon Signed-Rank Test for Likert Scale Data and Small Samples. *Journal of Modern Applied Statistical Methods*. May. 6 (1): 91-106.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 49: 41-50.
- Parasuraman, A. & Zeithaml, V.A. 1988. Serqual: A Multiple-Item Scale for Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. 64 (1): 12-40.
- Pratama, M.H. 2015. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik. *Kebijakan dan Manajemen Publik*. September – Desember. 3 (3): 90 – 98.
- Randheer, K. 2011. Measuring Commuters' Perception on Service Quality Using Servqual in Public Transportation. *International Journal of Marketing Studies*. 3 (1): 21-34.
- Rezha, F., Rochmah, S., & Siswidiyanto, 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat (Studi tentang Pelayanan Perekaman Kartu Tanda Penduduk Elektronik (e-KTP) di Kota Depok). *Jurnal Administrasi Publik*. 1 (5): 981-990.
- Ridwan. 2017. Estimasi Waktu Kedatangan Bus Rapid Transit (BRT) Menggunakan Bus Sebagai Sensor Node Di Kota Makassar. *Jurnal Instek*. April. 2 (2): 111-120.
- Rismayanti & Hasryif, S.Y. 2017. Implementation Of Tracking Bus “Trans Mamminasata” Using Technology Google Maps Api Web Mobile-Based In Makassar. *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*. 7 (2): 129-142.
- Sekaran, U. 1992. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. New York: John Wiley & Sons. Inc.

- Setyawan, H. 2004. Analisis Perbedaan Harapan Dan Persepsi Wajib Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Kualitas Pelayanan Publik (Studi Kasus Pada Kantor Samsat di Kota Semarang). "Dialogue" JIAKP. Mei. 1 (2): 290-311.
- Sianipar, J.P.G. 2009. *Pelayanan Prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi Publik.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Triastity, R., & Tryaningsih, S.L. 2013. Pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance*, dan *Emphaty* Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Konsumen Rumah di CV Satria Graha Gedongan, Colomadu, Karanganyar). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Oktober. 13 (2): 151-157.
- Tzeng, G.H., & Chang, H.F. 2011. Applying Importance-Performance Analysis as a Service Quality Measure in Food Service Industry. *Journal of Technology, Management & Innovation*. 6 (3): 107-115.
- Vijayakanth, M.C., Harirao, A.N., & Kumar, A.N.S. 2014. Customer Satisfaction through Service Quality in Public Service (Volvo Buses) Compared with Private and Government Operators across Karnataka. *International Journal of Emerging Research in Management & Technology*. 3 (5): 87-99.
- Widiyanto, J. 2012. *SPSS For Windows*. Surakarta: Badan Penerbit - FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Yulianto, H. & Iryani. 2008. The Moderating Effect of Customer Satisfaction on The Relationship Between Servqual Perception and Repurchase Intentions. *Jurnal Equity*. 2 (1): 25-39.
- Yulianto, H. 2016. *Statistik 1*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Ladang Kata.
- Yuningsih, 2016. Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Perwakilan Pemerintah Daerah Kabupaten Tolitoli Di Kota Palu. *Katalogis*. Agustus. 4 (8): 175-183.

**LAMPIRAN 1**  
**Publikasi**  
**EQUITY: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi**  
**Vol. 14, No. 1, Juni 2018**



Makassar, 30 Mei 2018

Nomor : 004/LoA/EQUITY/STIE-YPUP/V/2018  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Perihal : Informasi Penerimaan Naskah Publikasi Ilmiah

**Kepada**

**Yth. Harry Yulianto, SE, M.Si**  
**Syarief Dienan Yahya, SE, MM**  
**di -**  
**Tempat**

Dengan hormat,

Berdasarkan hasil *review* dan keputusan Pengelola EQUITY: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, maka bersama ini menyatakan bahwa:

**Judul Artikel** : *Public Servqual “RATER” and Citizen Satisfaction: The Testing of Research Instrument*  
**Penulis** : 1. Harry Yulianto, SE, M.Si  
                  2. Syarief Dienan Yahya, SE, MM

berstatus **DITERIMA** untuk diterbitkan pada EQUITY: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Volume 14 Nomor 1 Juni 2018.

Berkaitan dengan status tersebut, untuk menghindari adanya duplikasi terbitan dan pelanggaran etika publikasi ilmiah terbitan berkala, maka kami berharap agar naskah/artikel tersebut tidak dikirimkan dan dipublikasikan ke penerbit jurnal/majalah lain.

Demikian surat ini disampaikan, atas partisipasi dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

  
**Helmy Syamsuri, SE, M.Si**  
NIDN. 0921127501

## PUBLIC SERVQUAL "RATER" AND CITIZEN SATISFACTION: THE TESTING OF RESEARCH INSTRUMENT

**Harry Yulianto<sup>1</sup>, Syarief Dienan Yahya<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>STIE YPUP Makassar

[1harryyulianto.stieypup@gmail.com](mailto:harryyulianto.stieypup@gmail.com), [2dienanyahya@gmail.com](mailto:dienanyahya@gmail.com)

### ABSTRACT

An objective of this study was to test the validity and reliability of variable servqual "rater" and citizen satisfaction instruments. The approach in this research was quantitative, and a cross sectional design. The population were all transportation mode users of Trans Mamminasata. The sampling technique was non probability sampling, with purposive sampling method. Data collection techniques for testing proposition was using a questionnaire. The variables were servqual and citizen satisfaction. Servqual variables consist of five "RATER" dimensions: Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, and Responsiveness. Data analysis techniques were validity and reliability test. The results indicates that propositions 1 to 12 were accepted, its meaning that all result indicators were valid and acceptable.

**Keywords:** public servqual, rater, citizen satisfaction, validity, and reliability.,

### INTRODUCTION

#### Background

The concept of service quality basically provides a real perception of the service quality. The concept of service quality was a revolution in its entirety, permanent in changing the human perspective in carrying out or striving for its business related to the dynamic process, taking place, continuously in fulfill the expectations, desires and needs of consumers.

The quality always focuses on customer service focused quality. Thus, services were designed, and services were provided to fulfill of customer desires. It was because quality refers to everything that determines customer satisfaction. A service produced was called quality if it was in accordance with the wishes of the customer, it used properly, and services were produced in a good and right way.

In obtaining optimal quality of service, it was determined by the ability to integrate interrelated elements in showing the existence of an integrated and integrated service<sup>[1]</sup>. A quality of service will be comparative with the elements that support it: (1) the existence of services in accordance with the form of service that can provide satisfaction to customers, (2) the delivery of complex, formalized and focused information in its delivery, resulting in a form of interaction between those who provide services and those who receive

services, and (3) provide delivery of quality forms of service in accordance with the service environment owned by a service company.

To produce an excellent quality of service, a service organization must implement service quality dimensions appropriately. This was because customers in assessing the quality of services, will use their perceptions by seeing and feeling the dimensions of the quality of services offered.

Servqual was not just a theory, but can be applied significantly<sup>[2]</sup>. The concept of servqual as a method was widely used in service organizations to understand customer target perceptions about their service needs, as well as providing measurement of organizational service quality. Servqual also be applied as an internal method to understand employee perceptions of service quality with an aim of achieving improved service quality.

Servqual was provides detailed information about customer perceptions of service (the basis set by the customer theirselves), the level of performance as perceived by the customer, customer comments and suggestions, the impression of the employee in relation to customer expectations and satisfaction. The key to giving satisfaction to consumers was trying to find out what was needed and desired by consumers. Based on the background description, so the title of research was *Public Servqual "Rater" and Citizen Satisfaction: The Testing of Research Instrument*.

## **Problem**

Based on the background description, so the research problems can be formulated:

1. Does the reliability indicators has unidimensional character?
2. Does the assurance indicators has unidimensional character?
3. Does the tangible indicators has unidimensional character?
4. Does the empathy indicators has unidimensional character?
5. Does the responsiveness indicators has unidimensional character?
6. Does citizen satisfaction indicators has unidimensional character?
7. Does the reliability has acceptable characteristic?
8. Does the assurance has acceptable characteristic?
9. Does tangible has acceptable characteristic?
10. Does the empathy has acceptable characteristic?
11. Does the responsiveness indicators has acceptable characteristic?
12. Does the citizen satisfaction has acceptable characteristic?

## **Objective and Benefit**

An aims of this study was to test of validity and reliability of public servqual "rater" and citizen satisfaction instruments. Benefits of this study was expected to provide scientific studies from the testing validity and reliability of public servqual "rater" and citizen satisfaction instruments with a focus on public transportation services.

## **LITERATURE REVIEW**

### **Public Servqual**

Every modern and advanced organization always puts forward the form of service quality. The service quality was to provide an optimal form of service in fulfill the needs, desires, hopes and satisfaction of people who ask for services and who request fulfillment of services.

Services were activities that must be carried out by providers of public services (government) as an effort to fulfill the needs of the service recipient (community), as well as

the implementation of the provisions of the legislation. The government's most important task is to provide services to the community. Efforts to fulfill the needs or services of the community were related to the quality and quantity of the services provided.

The concept of servqual with regard to satisfaction was determined by five dimensions called servqual "RATER" (Responsiveness, Assurance, Tangible, Empathy, and Reliability)<sup>[3]</sup>. The concept of servqual RATER essentially forms the attitudes and behaviors of service providers to provide good services, in order to get an assessment in accordance with the quality of services received by customers. There were five determinants of the concept of servqual "RATER"<sup>[4]</sup>.

#### **1. Reliability**

Reliability was the ability to provide promised services reliably and accurately. In a broad sense, reliability means the company gives its promises about providing, solving problems, and prices.

#### **2. Assurance**

Assurance (certainty) was the knowledge, manners, and ability of employees to generate confidence and trust. This dimension may be very important in services that require a high level of trust, where customers will feel safe and secure.

#### **3. Tangible**

Tangible was the appearance of physical facilities, equipment, employees, and installed material. This dimension describes the physical form and services that consumers will be received. Therefore, it was important for the company to give a positive impression on the quality of services provided but does not cause too high customer expectations, such as the physical environment, the exterior and interior of the building, neat and attractive personnel appearance when they providing the services.

#### **4. Empathy**

Empathy was a personal care and attention given to customers. The essence of the empathy dimension was to show customers through the services provided that customers were special, and their needs can be understood.

## 5. Responsiveness

Responsiveness was the awareness and desire to help customers and provide services quickly. This dimension emphasizes attention and accuracy when dealing with customer requests, questions, and complaints.

The essence of the servqual concept was to show all forms of actualization of service activities that satisfy those who receive services in accordance with responsiveness, foster assurance, show tangible evidence that can be seen, according to empathy from people who provide services in accordance with their reliability carry out the service tasks that were given consequently to satisfy those who receive service.

Based on the concept of servqual "RATER" generally organizations make the concept as a reference in implementing the actualization of its work services, in solving various forms of gaps on various services provided by employees in fulfill the demands service of community. Actualization of the "RATER" concept was also applied in the implementation of quality service employees, both government and non-government employees in improving their performance.

## Citizen Satisfaction

Satisfaction was the customer's assessment of the product or service in terms of assessing whether the product or service has fulfilled perceived performance and customer expectations<sup>[5]</sup>. Every service provided was always oriented towards the goal of providing customer satisfaction.

Expectations were estimates or beliefs of people about what they will receive if they buy or consume a product (goods or services). Meanwhile, perceived performance was the perception of what was received after consuming the purchased product and to create public satisfaction, public organizations must create and manage the system to obtain more customers and the ability to maintain of society.

Community satisfaction was a response to the performance of previously perceived public organizations. The level of satisfaction was a function of the difference between perceived performance and expectation, the community can experience one of the three general levels of satisfaction. The assumption

was if the performance feels below expectations, the community will be dissatisfied. However, if the performance was in line with expectations, then the community will feel satisfied. In fact, if the performance exceeds expectations, the community will be very satisfied.

The response and expectations of the customer community towards the services they receive, both in the form of goods and services, will create satisfaction in themselves<sup>[6]</sup>. It was in line with the objectives of public services in general, namely preparing the public service it was desired or needed by the public, and how to state it appropriately to the public about their choices and how to access them that were planned and provided by the government to create satisfaction in the public.

Community satisfaction was indicated by the level of acceptance it receives. Signs of community satisfaction were identified: (1) happy or disappointed over the treatment or services received, (2) complaining or expecting treatment that should be obtained, (3) not confirming or approving something that was related to its interests, (4) wanting fulfillment needs and desires for various services received. The four signs will differ according to the form of services received by the community.

To obtain a level of satisfaction, the public service provider must pay attention to the fulfillment of community satisfaction. A satisfied community will be the pioneer or determinant of the continuity of a public service. The conditions that determine the level of community satisfaction were known from the attitude: happy, frequent visits, tell their friends, and provide solutions to what was felt for their services. Personally, satisfied customers will be loyal to various services offered.

There were five factors in determining the level of public satisfaction that must be considered by providers of public services: 1) the quality of products/services, the public will feel satisfied if the results of their evaluation indicate that the products/services they use were of high quality; 2) quality of service, the public will feel satisfied if they get good service or as expected; 3) emotional, the public will feel proud and get the confidence that other people will be amazed when using products/services with certain brands that tend

to have a higher level of satisfaction, 4) prices, products that have the same quality but have lower prices will give a higher value; and 5) costs, the public does not need to incur additional costs for not having to waste time getting the desired goods or services<sup>[7]</sup>.

The service effort pursued in order to create public satisfaction was generally done by determining the public services provided, whatever the type, treating service users, as customers, trying to satisfy service users, according to what they want, looking for the best and quality delivery services. The presence of public organizations was a tool to meet needs and create public satisfaction. The performance of public services can be said to be successful if they were able to realize what were the main task and function of the organization concerned<sup>[8]</sup>.

Public service providers and employees who carry out these activities must always be oriented and concentrate on what is their duty. public service was prioritizing the public interest, facilitating public affairs, shortening the implementation time of public affairs, and giving satisfaction to the public.

### **Proposition**

The research results of Sambodo and Dirgantara indicates that all of servqual and satisfaction indicators were valid and acceptable<sup>[9]</sup>. This study uses a proposition not a research hypothesis because it will only test the logical relationship between the two concepts, namely the indicator on the research variable with the character of its validity and reliability. So, based on it, the proposition of research:

- Proposition 1 : the reliability indicator has unidimensional character.
- Proposition 2 : the assurance indicator has unidimensional character.
- Proposition 3 : the tangible indicator has unidimensional character.
- Proposition 4 : the empathy indicator has unidimensional character.
- Proposition 5 : the responsiveness indicator has unidimensional character.
- Proposition 6 : the citizen satisfaction indicator has unidimensional character.
- Proposition 7 : the reliability indicator has acceptable character.

- Proposition 8 : the assurance indicators has acceptable character.
- Proposition 9 : the tangible indicators has acceptable character.
- Proposition 10 : the empathy indicator has acceptable character.
- Proposition 11 : the responsiveness indicator has acceptable character.
- Proposition 12 : the citizen satisfaction indicator has acceptable character.

## **RESEARCH METHODS**

### **Research Design**

The approach in this research was quantitative. The research design was cross sectional, ie observations were only done once according to the time determined by the researcher by looking at the relationship among variables<sup>[10]</sup>.

### **Population and Sample**

The population in this study were all transportation mode users of Trans Mamminasata. The sample of this study were people who have used the Trans Mamminasata transportation mode at least 2 (two) times.

### **Sampling Technique**

The sampling technique was non probability sampling. The non probability sampling method used in this research uses purposive sampling technique, which was the technique of sampling data sources with certain considerations by researchers<sup>[11]</sup>. The sample size of this study based on Sekaran's theory that were 10 times the number of variables<sup>[12]</sup>. There were 6 variables, so the sample size of this study were 60.

### **Research Data**

This study uses primary data derived from respondents' answers to test research problems.

### **Data Collection Technique**

Data collection techniques for testing hypotheses using a questionnaire, namely data collection techniques carried out by giving a

set of questions or written statements to respondents to be answered<sup>[13]</sup>.

## Variables and Instruments

The variables used in this study consist of public servqual and citizen satisfaction. Servqual variables consist of five RATER dimensions, namely: Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, and Responsiveness<sup>[14]</sup>. To get the data of this research, it was conducted using instruments that have been developed in previous research:

### a. Public Servqual

Public servqual was measured using an instrument developed by Parasuraman and Zeithaml<sup>[15]</sup> through five dimensions of "RATER" (Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, and Responsiveness) with five items on a Likert scale between (1) strongly disagree until (5) strongly agree. There were 6 indicators used in reliability variables; 4 indicators on assurance variables; 14 indicators on tangible variables, 6 indicators on empathy variables; and 4 indicators on the variable responsiveness.

### b. Citizen satisfaction

Citizen satisfaction was measured using instruments developed by Kotler<sup>[16]</sup> and based on servqual instruments Parasuraman and Zeithaml<sup>[17]</sup> with five items of Likert scale between (1) very dissatisfied until (5) very satisfied. There were 34 indicators on citizen satisfaction variables.

## Data Analysis Technique

This study will test the variables of Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, and Citizen Satisfaction. There were two data analysis techniques used, namely:

### 1. Validity test

The instrument validity test was conducted to test the accuracy (validity) of each instrument item. In this study, the instrument validity test uses Confirmatory Factor Analysis (CFA), which was a process of identifying relevant constructs on certain phenomena<sup>[18]</sup>. The purpose of CFA was to identify the relationship between variables by conducting correlation tests, and to test the validity and

reliability of instruments. Validity testing in this study uses the following method<sup>[19]</sup>:

### a. Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)

KMO was used to determine whether the existing observation data was feasible to be analyzed further by factor analysis or not. The KMO value that fulfill the requirements was a minimum of 0,500. The KMO value was an index to compare the magnitude of the correlation coefficient with the magnitude of the partial correlation coefficient.

### b. Bartlett's Test

Bartlett's test of sphericity was used to test whether the resulting correlation matrix was an identity matrix. Identity matrix indicates that there was no correlation between variables.

### c. Measure of Sampling Adequacy

Measure of Sampling Equity (MSA) was an index to test the adequacy of sampling for each observation variable. MSA values were interpreted with the criteria:

- MSA value = 1.0 means that variables can be predicted without errors by other variables.
- MSA value > 0.5 means that the variable can still be predicted and can be analyzed further.
- MSA value ≤ 0.5 means that the variables were unpredictable and cannot be analyzed further, or must be excluded from other variables.

### d. Factor extraction

Factor extraction was a core step of factor analysis, which was to reduce a number of original variables to a small number of factors. Factor extraction uses the main component method. Factor extraction method was a statistical technique to change from most of the original variables used and correlate with each other into a set of new variables that were smaller and mutually independent or no longer correlated. One factor extraction method was determining loading factor. This study uses the value of loading factor of 0,400 so if the indicator was greater than the value, it was considered valid. The loading factor value of 0,400 was considered better and in accordance with the rule of thumb<sup>[20]</sup>.

e. Factor rotation

The purpose of rotation was to get a simpler loading structure and can be more easily interpreted. Although rotation changes the loading value, the covariance variant matrix structure does not change. The rotation method used in this study was the varimax method. The purpose of the varimax method was to get a loading structure where each variable only has a strong relationship with only one factor, while loading on other factors was as low as possible (near of zero).

f. Factor interpretation

Factor interpretation was giving a new name to the factors that were formed and considered to represent the member variables of the factor.

Validity testing in this study uses the SPSS program.

2. Reliability test

A reliable instrument was an instrument that when used several times to measure the same object will produce the same data [21]. The reliability test of the instrument was carried out with the aim of testing the consistency of the instrument as a measuring instrument, so that the measurement results can be trusted.

Reliability of instruments was free from bias (error free) and consistency of instruments. Reliability was the

measurement procedure produces the same results in the retest.

In this study, reliability testing was using the Cronbach's alpha correlation, namely the process of identifying the reliability and consistency of research instruments. The correlation value of cronbach's alpha was considered acceptable  $> 0,600^{[22]}$ . Reliability testing in this study uses the SPSS program.

## RESULT AND DISCUSSION

### Result

There were 100 questionnaires distributed to the public using Trans Mamminasata during May - June 2018, with a respond rate of 100%. There were 5 questionnaires that cannot be continued for data processing because there were not filled in (2 people), and there were respondents who for the first time use Trans Mamminasata (3 people), so the number of questionnaires that can be used for testing were 95. Sample size of this study were 60, so with the amount of data 95 it has fulfilled the statistical requirements for the data analysis process.

The number of male respondents were 26, and 69 were women. Respondent education: SD/MI were 2, SMP/MTs were 9, SMA/SMK /MA were 64, diploma were 5, Strata-1 were 14, and Strata-2 was 1 person.

**Table 1. Mean of Public Servqual “Rater” and Citizen Satisfaction**

Variable	Indicator		Mean
<b>X<sub>1</sub></b>	1	The bus have the accuracy of departure intervals between buses from the set time	3,358
	2	The time taken by the bus to drop passengers from the bus to the bus stop and elevate passengers from the bus stop to the bus was appropriate	3,547
	3	The gap between the bus door and the bus stop when elevate and drop the passenger was near so that it does not make it difficult for passengers	3,579
	4	The bus journey from one stop to the next was right on time	3,316
	5	The bus was roadworthy	3,474
	6	The bus operating hours on time	3,379
<b>X<sub>1</sub></b>	<b>Reliability</b>		<b>20,653</b>
<b>X<sub>2</sub></b>	7	The security at the bus stop was guaranteed	3,389
	8	The security on the bus was guaranteed	3,726

Variable	Indicator		Mean
<b>Y<sub>1</sub></b>	1	The satisfaction level of the bus have the accuracy of departure intervals between buses from the set time was appropriate	3,305
	2	The satisfaction level of the time it takes for a bus to drop passengers from the bus to the bus stop and elevate passengers from the bus stop was appropriate	3,453
	3	The satisfaction level of the gap between the bus door and the bus stop when elevate and drop the passenger was near so that it does not make it difficult for passengers	3,505
	4	The satisfaction level of the bus journey from one stop to the next was right on time	3,453
	5	The satisfaction level of the roadworthy bus	3,516
	6	The satisfaction level of the bus operating hours on time	3,421
<b>Y<sub>1</sub></b>	<b>Reliability</b>		<b>20,653</b>
<b>Y<sub>2</sub></b>	7	The satisfaction level of the security at the bus stop was guaranteed	3,474
	8	The satisfaction level of the security on the bus was guaranteed	3,674

Variable		Indicator	Mean
	9	The safety on the bus was guaranteed	3,716
	10	The safety along the bus way lane was guaranteed	3,747
<b>X<sub>2</sub></b>		<b>Assurance</b>	<b>14,579</b>
<b>X<sub>3</sub></b>	11	The bus stop was free of dirt (including dust, garbage, and odor).	3,274
	12	The bus stop and interior of the bus stop was clean	3,432
	13	The windows, walls, doors and roof or ceiling of the bus stop was clean	3,558
	14	The temperature inside the bus stops according to the standard set (not hot and not cold)	3,526
	15	The lighting in the bus stops in accordance with the standards set (not glare and not dark)	3,568
	16	The bus was free of dirt (including dust, garbage, and odor).	3,558
	17	The bus floor was clean	3,653
	18	The interior in the bus was clean	3,758
	19	The bus exterior was clean	3,663
	20	The temperature inside the bus matches the standard set (not hot and not cold)	3,758
	21	The light strength in the bus in accordance with established standards (not glare and not dark)	3,726
	22	The passengers in a bus stop match the maximum capacity	3,821
	23	The passengers in bus were in accordance with maximum capacity	3,842
	24	The passenger/prospective passenger was easy to go to the bus stop, both when using a private vehicle or public transportation facilities	3,600
<b>X<sub>3</sub></b>		<b>Tangibles</b>	<b>50,737</b>
<b>X<sub>4</sub></b>	25	The driver was friendly and attention to passengers/potential passengers	3,874
	26	The ticket attendants was friendly and attention to passengers/prospective passengers	3,842
	27	The driver was polite to passengers/prospective passengers	3,842
	28	The ticket attendants were polite to passengers/prospective passengers	3,716
	29	The driver gives a good impression to passengers/prospective passengers	3,653
	30	The ticket attendants give a good impression to passengers/prospective passengers	3,789
<b>X<sub>4</sub></b>		<b>Empathy</b>	<b>22,716</b>
<b>X<sub>5</sub></b>	31	The passengers/prospective passengers were easy to get	3,463

Variable		Indicator	Mean
	9	The satisfaction level of the safety on the bus was guaranteed	3,589
	10	The satisfaction level of the safety along the bus way lane was guaranteed	3,621
<b>Y<sub>2</sub></b>		<b>Assurance</b>	<b>14,358</b>
<b>Y<sub>3</sub></b>	11	The satisfaction level of the bus stop was free of dirt (including dust, garbage, and odor).	3,358
	12	The satisfaction level of the bus stop and interior of the bus stop was clean	3,316
	13	The satisfaction level of the windows, walls, doors and roof or ceiling of the bus stop was clean	3,316
	14	The satisfaction level of the temperature inside the bus stops according to the standard set (not hot and not cold)	3,358
	15	The satisfaction level of the lighting in the bus stops in accordance with the standards set (not glare and not dark)	3,379
	16	The satisfaction level of the bus was free of dirt (including dust, garbage, and odor).	3,505
	17	The satisfaction level of the bus floor was clean	3,663
	18	The satisfaction level of the interior in the bus was clean	3,737
	19	The satisfaction level of the bus exterior was clean	3,684
	20	The satisfaction level of temperature inside the bus matches the standard set (not hot and not cold)	3,663
	21	The satisfaction level of light strength in the bus in accordance with established standards (not glare and not dark)	3,653
	22	The satisfaction level of the number of passengers in a bus stop in accordance with the maximum capacity (not piled up/crowded)	3,663
	23	The satisfaction level passengers in bus were in accordance with maximum capacity	3,632
	24	The satisfaction level of passenger/prospective passenger was easy to go to the bus stop, both when using a private vehicle or public transportation facilities	3,684
<b>Y<sub>3</sub></b>		<b>Tangibles</b>	<b>49,611</b>
<b>Y<sub>4</sub></b>	25	The satisfaction level of driver was friendly and attention to passengers/potential passengers	3,737
	26	The satisfaction level of ticket attendants was friendly and attention to passengers/prospective passengers	3,589
	27	The satisfaction level of the driver was polite to passengers/prospective passengers	3,695
	28	The satisfaction level of ticket attendants was polite to passengers/prospective passengers	3,758
	29	The driver satisfaction level gives a good impression to passengers/prospective passengers	3,853
	30	The ticket satisfaction level gives a good impression to passengers/prospective passengers	3,789
<b>Y<sub>4</sub></b>		<b>Empathy</b>	<b>22,421</b>
<b>Y<sub>5</sub></b>	31	The satisfaction level of convenience for passengers/prospective	3,463

Variable	Indicator		Mean
		information about the Trans Mamminasata bus	
	32	The passengers/prospective passengers do not need a long time to take the Trans Mamminasata bus	3,379
	33	The passengers/prospective passengers were easy to report losses or report finding items	3,558
	34	The passengers/prospective passengers easily submit complaints or provide suggestions	3,653
X <sub>5</sub>	<b>Responsiveness</b>		<b>14,053</b>
X	<b>Public Servqual (X)</b>		<b>119,379</b>

The mean value of each indicators indicates  $> 3$ , its meaning all of indicators have a moderate mean value. So, the most of respondents feel satisfied with the services which their received. Whereas, the Kaiser-Meyer-Olkin value of Sampling Adequacy indicates a result of 0,707. So, factor analysis can be carried out. The Bartlett test value with Chi-squares indicates a result of 6,911,097 and significant at 0,000. It means the factor analysis test can be continued.

**Table 2. KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,707
	Approx. Chi-Square	6911,097
Bartlett's Test of Sphericity	Df	2278
	Sig.	,000

The result of Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization indicates the indicators of Reliability1, Reliability2, Reliability3, Reliability4, Reliability5, and Reliability6 were grouping on factors 1. Indicators of Assurance1, Assurance2, Assurance3, and Assurance4 were grouping on factors 2. Indicators of Tangible1, Tangible2, Tangible3, Tangible4 , Tangible5, Tangible6, Tangible7, Tangible8, Tangible9, Tangible10, Tangible11, Tangible12, Tangible13, and

Variable	Indicator		Mean
		passengers to get information about Trans Mamminasata bus	
	32	The satisfaction level of passengers/prospective passengers does not require a long time to take the Trans Mamminasata bus	3,400
	33	The satisfaction level of passengers/prospective passengers were easy to report losses or report finding items	3,421
	34	The satisfaction level of passengers/prospective passengers easily submit complaints or provide suggestions	3,453
Y <sub>5</sub>	<b>Responsiveness</b>		<b>13,737</b>
Y	<b>Citizen Satisfaction (Y)</b>		<b>120,779</b>

Tangible14 were grouping on factor 3. Indicators of Empathy1, Empathy2, Empathy3, Empathy4, Empathy5, and Empathy6 were grouping on factors 4. Indicators of Responsiveness1, Responsiveness2, Responsiveness3 , and Responsiveness4 were grouping on factor 5. And, indicators of Citizen Satisfaction1, Citizen Satisfaction2, Citizen Satisfaction3, Citizen Satisfaction4, Citizen Satisfaction5, Citizen Satisfaction6, Citizen Satisfaction7, Citizen Satisfaction8, Citizen Satisfaction9, Citizen Satisfaction10, Citizen Satisfaction11, Citizen Satisfaction12, Citizen Satisfaction13, Citizen Satisfaction14, Citizen Satisfaction15, Citizen Satisfaction16, Citizen Satisfaction17, Citizen Satisfaction18, Citizen Satisfaction19, Citizen Satisfaction20, Citizen Satisfaction21, Citizen Satisfaction22, Citizen Satisfaction23, Citizen Satisfaction24, Citizen Satisfaction25, Citizen Satisfaction26, Citizen Satisfaction27, Citizen Satisfaction25, Citizen Satisfaction26, Citizen Satisfaction27 Citizen Satisfaction30, Citizen Satisfaction31, Citizen Satisfaction32, Citizen Satisfaction33, and Citizen Satisfaction34 were grouping on factor 6.

**Table 3. Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Reliability1	0,763	-0,187	-0,004	0,342	0,174	0,197
Reliability2	0,841	0,119	-0,064	0,219	0,296	0,152
Reliability3	0,805	0,300	0,010	0,183	0,078	0,000
Reliability4	0,625	0,274	-0,009	0,413	0,268	0,035
Reliability5	0,754	-0,084	-0,187	0,151	-0,404	-0,009
Reliability6	0,790	-0,087	0,003	0,552	0,002	0,196
Assurance1	0,278	0,754	0,205	0,241	0,143	0,027
Assurance2	0,104	0,837	-0,321	0,067	0,072	0,037
Assurance3	0,305	0,759	-0,135	-0,142	0,134	0,099
Assurance4	0,136	0,779	-0,297	-0,016	0,247	-0,055
Tangible1	0,235	0,277	0,791	0,099	-0,153	0,065
Tangible2	0,189	0,107	0,874	0,216	-0,041	0,132
Tangible3	0,132	0,241	0,874	0,244	-0,145	0,174

	Component					
	1	2	3	4	5	6
Citizen Satisfaction1	0,004	-0,490	0,319	0,227	0,077	0,766
Citizen Satisfaction2	0,119	-0,282	0,114	0,269	0,143	0,750
Citizen Satisfaction3	0,192	-0,228	0,334	0,201	0,161	0,738
Citizen Satisfaction4	0,125	-0,219	0,392	0,085	0,070	0,793
Citizen Satisfaction5	0,207	-0,193	-0,245	-0,084	0,185	0,758
Citizen Satisfaction6	0,249	-0,240	0,195	0,119	0,114	0,740
Citizen Satisfaction7	0,138	-0,361	0,156	0,296	0,269	0,821
Citizen Satisfaction8	0,093	-0,415	0,294	0,094	0,064	0,802
Citizen Satisfaction9	0,192	-0,065	-0,001	0,086	0,089	0,811
Citizen Satisfaction10	0,038	-0,207	0,116	-0,129	-0,149	0,876
Citizen Satisfaction11	0,234	0,160	0,359	-0,270	-0,040	0,835
Citizen Satisfaction12	0,054	0,352	0,190	-0,235	0,078	0,839
Citizen Satisfaction13	0,012	0,333	0,005	-0,180	0,027	0,856

Tangible4	0,007	0,219	0,805	0,027	-0,190	-0,172
Tangible5	0,129	0,288	0,820	0,074	-0,194	-0,061
Tangible6	0,276	0,230	0,825	-0,037	-0,162	0,017
Tangible7	0,177	0,258	0,815	-0,046	-0,168	-0,079
Tangible8	0,316	0,260	0,813	-0,084	-0,079	-0,010
Tangible9	0,297	0,133	0,781	-0,130	-0,130	0,262
Tangible10	0,016	0,092	0,800	0,144	-0,083	0,119
Tangible11	0,092	0,051	0,731	0,006	-0,130	0,050
Tangible12	0,161	0,017	0,772	0,061	-0,121	-0,252
Tangible13	0,257	-0,036	0,862	0,032	-0,104	-0,218
Tangible14	0,004	0,119	0,745	-0,019	0,006	0,148
Empathy1	0,209	0,297	-0,199	0,900	0,174	-0,160
Empathy2	0,254	0,142	-0,312	0,797	0,072	-0,123
Empathy3	0,055	0,212	-0,264	0,804	0,072	-0,010
Empathy4	0,110	0,224	-0,282	0,831	0,056	-0,119
Empathy5	0,292	0,104	-0,132	0,781	0,005	-0,298
Empathy6	0,118	0,136	-0,080	0,815	0,178	-0,138
Responsiveness1	0,069	-0,136	-0,178	0,162	0,797	0,033
Responsiveness2	0,167	0,087	-0,170	0,065	0,711	0,272
Responsiveness3	0,023	-0,085	-0,170	0,236	0,763	-0,185
Responsiveness4	0,026	-0,141	-0,002	0,144	0,781	-0,074

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

<sup>a</sup> 6 components extracted.

The results of the Rotated Component Matrix indicates the constructs of Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, and Citizen Satisfaction have unidimensionality. In other words, the indicators of the Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, and Citizen Satisfaction variables were valid.

Table of Reliability Statistics indicates all of variables have a Cronbach's Alpha value > 0,600. Its means the Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, and Citizen Satisfaction variable instruments were acceptable. This means all indicators of public

Citizen Satisfaction14	0,136	0,178	0,156	-0,158	-0,064	0,848
Citizen Satisfaction15	0,008	0,349	0,218	-0,068	0,051	0,805
Citizen Satisfaction16	0,039	-0,193	-0,005	-0,343	0,040	0,844
Citizen Satisfaction17	0,102	-0,309	-0,045	-0,298	0,103	0,906
Citizen Satisfaction18	0,125	-0,365	-0,031	-0,426	0,177	0,880
Citizen Satisfaction19	0,150	-0,176	-0,149	-0,368	0,326	0,881
Citizen Satisfaction20	0,243	-0,400	-0,128	-0,206	-0,146	0,768
Citizen Satisfaction21	0,047	-0,297	-0,240	-0,123	-0,022	0,836
Citizen Satisfaction22	0,373	-0,017	0,088	-0,035	0,114	0,867
Citizen Satisfaction23	0,284	-0,070	-0,110	-0,071	0,176	0,760
Citizen Satisfaction24	0,190	-0,211	0,137	-0,107	0,147	0,763
Citizen Satisfaction25	0,016	0,004	0,331	-0,027	0,066	0,833
Citizen Satisfaction26	0,057	-0,227	0,184	-0,214	0,018	0,837
Citizen Satisfaction27	0,036	-0,156	-0,038	-0,137	0,036	0,821
Citizen Satisfaction28	0,052	-0,092	0,199	-0,261	0,031	0,879
Citizen Satisfaction29	0,196	0,000	0,051	-0,107	0,157	0,809
Citizen Satisfaction30	0,165	-0,197	0,106	0,139	-0,402	0,867
Citizen Satisfaction31	0,059	-0,256	0,150	0,067	-0,355	0,849
Citizen Satisfaction32	0,035	-0,395	0,047	0,013	-0,412	0,855
Citizen Satisfaction33	0,066	-0,294	0,003	0,164	-0,289	0,788
Citizen Satisfaction34	0,124	-0,314	0,197	0,031	-0,441	0,886

servqual "rater" and citizen satisfaction have accuracy and consistency in the construct.

**Table 4. Reliability Statistics**

Variables	Cronbach's Alpha	N of items
Reliability	0,754	6
Assurance	0,845	4
Tangible	0,907	14
Empathy	0,900	6
Responsiveness	0,761	4
Citizen Satisfaction	0,958	34

**Table 5. Item-Total Statistics**

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Reliability1	0,330	0,541
Reliability2	0,341	0,532
Reliability3	0,339	0,487
Reliability4	0,459	0,430
Reliability5	0,312	0,579
Reliability6	0,400	0,456
Assurance1	0,617	0,840
Assurance2	0,692	0,800
Assurance3	0,776	0,766
Assurance4	0,672	0,811
Tangible1	0,589	0,902
Tangible2	0,598	0,902
Tangible3	0,648	0,899
Tangible4	0,481	0,905
Tangible5	0,528	0,904
Tangible6	0,756	0,895
Tangible7	0,762	0,894
Tangible8	0,711	0,897
Tangible9	0,643	0,899
Tangible10	0,638	0,900
Tangible11	0,688	0,899
Tangible12	0,635	0,900
Tangible13	0,648	0,899
Tangible14	0,436	0,913
Empathy1	0,699	0,888

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Citizen Satisfaction1	0,492	0,957
Citizen Satisfaction2	0,626	0,956
Citizen Satisfaction3	0,549	0,957
Citizen Satisfaction4	0,692	0,956
Citizen Satisfaction5	0,460	0,957
Citizen Satisfaction6	0,479	0,957
Citizen Satisfaction7	0,479	0,958
Citizen Satisfaction8	0,494	0,957
Citizen Satisfaction9	0,558	0,957
Citizen Satisfaction10	0,652	0,956
Citizen Satisfaction11	0,637	0,956
Citizen Satisfaction12	0,555	0,957
Citizen Satisfaction13	0,609	0,957
Citizen Satisfaction14	0,672	0,956
Citizen Satisfaction15	0,591	0,957
Citizen Satisfaction16	0,646	0,956
Citizen Satisfaction17	0,719	0,956
Citizen Satisfaction18	0,672	0,956
Citizen Satisfaction19	0,528	0,957
Citizen Satisfaction20	0,655	0,956
Citizen Satisfaction21	0,706	0,956
Citizen Satisfaction22	0,743	0,956
Citizen Satisfaction23	0,725	0,956
Citizen Satisfaction24	0,614	0,957
Citizen Satisfaction25	0,628	0,956

Empathy2	0,733	0,882
Empathy3	0,761	0,879
Empathy4	0,813	0,870
Empathy5	0,718	0,885
Empathy6	0,659	0,893
Responsiveness1	0,616	0,672
Responsiveness2	0,499	0,737
Responsiveness3	0,650	0,656
Responsiveness4	0,480	0,745

Citizen Satisfaction26	0,702	0,956
Citizen Satisfaction27	0,719	0,956
Citizen Satisfaction28	0,780	0,956
Citizen Satisfaction29	0,667	0,956
Citizen Satisfaction30	0,661	0,956
Citizen Satisfaction31	0,671	0,956
Citizen Satisfaction32	0,571	0,957
Citizen Satisfaction33	0,558	0,957
Citizen Satisfaction34	0,664	0,956

## Discussion

Validity testing by Confirmatory Factor Analysis indicates the constructs of Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, and Citizen Satisfaction have unidimensionality character. The unidimensional concept was a specific concept (not general) which only contains one type of symptom<sup>[23]</sup>. In quantitative research, generally selected as a variable was a unidimensional concept because: 1) can be applied to all fields of quantitative research, and 2) produce data in the form of a scale, so that it was more likely to be analyzed with more accurate statistical methods.

The result of Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization in each indicator indicates the value of loading factor  $> 0,400$  (rule of thumb). The Varimax method proved to be very successful as an analytical approach to obtain orthogonal rotation of a factor<sup>[24]</sup>. Based on the results of validity testing, proposition 1 to proposition 6 were accepted. It means all indicators of public servqual "rater" variables and citizen satisfaction variables were unidimensional or valid.

The results of the instrument reliability testing on each variable of Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, and Citizen Satisfaction indicates that all of variables have a Cronbach's Alpha value  $> 0,600$ . Its means the Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, and Citizen Satisfaction variable instruments were acceptable.

The value of Corrected Item-Total Correlation on each instrument with the total score indicates  $> 0,300$  (minimum validity testing standard), its means the whole instrument were reliable. The value of Cronbach's Alpha if Item Deleted indicates results  $> 0,600$ . Its means all of the Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, and Citizen Satisfaction variables were acceptable. Based on the results of reliability testing, proposition 7 to

proposition 12 were accepted. It means all indicators of public servqual "rater" variables and citizen satisfaction variables were acceptable or reliable.

## FINALITY

### Conclusion

Based on the validity testing indicates that 68 items of questions in the constructs of Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, and Citizen Satisfaction have unidimensionality. It means that propositions 1 to 6 are accepted. Whereas, the results of reliability testing indicates that all indicators of public servqual "rater" and citizen satisfaction were acceptable. It means that propositions 7 to proposition 12 were accepted.

### Recommendation

This research only tested the instruments of variable Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, and Citizen Satisfaction by using concepts developed by Parasuraman and Zeithaml (1988)<sup>[24]</sup>, and Kotler (2003)<sup>[25]</sup>. Further research was recommended to use indicators from the Community Satisfaction Index, so that more varied results can be obtained.

The study only uses a cross sectional design, where the data obtained only in one observation period. Subsequent research was recommended to use a longitudinal design, so that observation data can be obtained in the long run.

The data research was obtained not evenly across all Trans Mamminasata stops, because there were still several bus stops that were quiet. Therefore, further research was suggested to collect data evenly across all Trans Mamminasata shelters, so it was expected to get different data variations.

## ACKNOWLEDGMENT

This research has been financed by the Ministry of Research, Technology, and Higher Education at fiscal years of 2018, for a beginner lecturer research scheme. The number of research contract was SP DIPA-042.06.1.401516/2018. The authors would like to thank the citizen who answered the questionnaires for this research.

## REFERENCES

- [<sup>1,3</sup>] Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 49: 41-50.
- [<sup>2</sup>] Widjoyo, I.O., Rumambi, L.J., & Kunto, Y.S. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald's Basuki Rahmat di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 1 (1): 1-12.
- [<sup>4,5</sup>] Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., & Grempler, D.D. 2009. *Services Marketing-Integrating Customer Focus Across The Firm*. 5<sup>th</sup> Edition. New York: McGraw-Hill.
- [<sup>6</sup>] Moenir, H.A.S. 2001. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [<sup>7</sup>] Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- [<sup>8</sup>] Fadillah, P. 2001. *Paradigma Kritis Dalam Studi Kebijakan Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- [<sup>9</sup>] Sambodo, A.T., & Dirgantara, H.B. 2014. Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Servqual Studi Kasus: Media Sosial Bhinneka.Com. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia*. 22 September 2014. 37-42.
- [<sup>10,11</sup>] Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- [<sup>12</sup>] Sekaran, U. 1992. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- [<sup>13</sup>] Yulianto, H. 2016. *Statistik 1*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Ladang Kata.
- [<sup>14,15,17,24</sup>] Parasuraman, A. & Zeithaml, V.A. 1988. SERQUAL: A Multiple-Item Scale for Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. 64 (1): 12-40.
- [<sup>16,25</sup>] Kotler, P. 2003. *Marketing Management*. 11<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall Int'l.
- [<sup>18</sup>] Cooper, D.R., & Emory, C.W. 1999. *Business Research Methods*. 5<sup>th</sup> Edition. Richard D. Irwin. Inc.
- [<sup>19</sup>] Komalasari, D. 2015. Rotasi Varimax dan Median Hirarki Cluster Pada Program Raskin di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Matematika*. Juni. 5 (1): 1693-1394.
- [<sup>20,24</sup>] Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. 1998. *Multivariate Data Analysis*. 4<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- [<sup>21</sup>] Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- [<sup>22</sup>] Cooper, D.P., & Schindler, P.S. 2001. *Business Research Methods*. 7<sup>th</sup> Edition. McGraw Hill.
- [<sup>23</sup>] Wardhono, W. 2005. Pengukuran Variabel. *Bina Ekonomi*. Januari. 9 (1): 12-28.

**LAMPIRAN 2**  
**Publikasi**  
**AkMen Jurnal Ilmiah**  
**Vol. 15 No. 3 Desember 2018**

# **PENGARUH SERVQUAL TERHADAP CITIZEN SATISFACTION (STUDI PADA PENGGUNA TRANS MAMMINASATA)**

**Harry Yulianto\*)  
Syarief Dienan Yahya\*)**

Dosen Program Studi Manajemen STIE YPUP Makassar

*email: [harryyulianto.stieypup@gmail.com](mailto:harryyulianto.stieypup@gmail.com)*

*email: [dienanyahya@gmail.com](mailto:dienanyahya@gmail.com)*

**Abstract :** *The growth of city if it has not offset by the development of road infrastructure, so it has make congestion on some roads, then it has an impact toward time and economy. One of solution to overcoming the road transportation congestion is the provision adequate of mass transport that can interest people to leave the private vehicles and switch to public transport. An aims this research to examine the effect of servqual toward citizen satisfaction on Trans Mamminasata. This study was using a quantitative approach, with cross sectional design. Sampling technique in this study was using non probability sampling with purposive sampling method. Techniques of data collection for hypothesis test was using questionnaires with closed question. Variables was used in this study such us independent variables (servqual) and the dependent variable (citizen satisfaction). The independent variable consists of five dimensions, such us: reliability, responsiveness, tangibles, assurance, and empathy. In this study, the instrument validity test using Confirmatory Factor Analysis (CFA), and reliability test performed using cronbach's alpha correlation. There are six hypotheses in this study which test using different data analysis techniques, such us: simple linear regression (H1, H2, H3, H4, and H5), and multiple linear regression (H6). The results of this research showed that there were three rejected hypotheses (H1, H2, H3) and three accepted hypotheses (H4, H5, H6).*

**Keywords:** servqual, citizen satisfaction, and Trans Mamminasata

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan kota besar yang tidak diimbangi dengan pembangunan infrastruktur jalan, menyebabkan kemacetan di beberapa ruas jalan, sehingga memiliki dampak pada waktu maupun ekonomi. Dampak dari segi waktu seperti banyaknya waktu yang terbuang di jalan. Sedangkan, dari segi ekonomi dapat dirasakan dampaknya dengan banyaknya energi bahan bakar yang terbuang percuma, tingkat kehausan kendaraan lebih tinggi, karena waktu yang lebih lama untuk jarak yang pendek, radiator tidak berfungsi dengan baik dan penggunaan rem yang lebih tinggi, dan meningkatnya polusi udara akibat dari asap kendaraan bermotor yang dapat berakibat bagi kesehatan masyarakat dan bagi kendaraan dapat membuat mesin kendaraan cepat rusak.

Salah satu solusi untuk mengatasi kemacetan transportasi jalan raya adalah penyediaan angkutan massal memadai yang dapat menarik orang untuk meninggalkan kendaraan pribadi dan beralih pada angkutan publik. Penyediaan angkutan publik bukan hanya pada armada dan jaringannya saja, namun juga sarana pendukungnya. Hal tersebut menjadi faktor penting dalam menarik minat masyarakat untuk menggunakan angkutan publik. Tingkat pelayanan angkutan publik adalah kualitas dan kuantitas yang disediakan oleh sarana transportasi, termasuk didalamnya adalah karakteristik yang dapat dikuantifikasi, seperti: keamanan, waktu perjalanan, frekuensi, maupun biaya perjalanan. Juga, termasuk karakteristik yang sulit dikuantifikasi, seperti: kenyamanan, ketersediaan, kemudahan serta *image* moda transportasi (Kavitha, 2015).

## Rumusan Masalah

Posisi Kota Makassar sebagai sentra perkembangan ekonomi di kawasan timur di Indonesia dan sebagai kota pusat pendidikan untuk kawasan timur Indonesia menjadi faktor penarik bagi proses urbanisasi penduduk yang berefek pada peningkatan jumlah penduduk dan berdampak pada peningkatan permintaan transportasi di Kota Makassar.

Berdasarkan data Kementerian Perhubungan tahun 2015, di Provinsi Sulawesi Selatan jumlah kendaraan meningkat 18% per tahun. Sedangkan, di Kota Makassar jumlah kendaraan roda dua meningkat 13%-14% per tahun, dan roda empat meningkat 8%-10% per tahun. Namun, pertumbuhan jalan hanya 0,001% per tahun. Jumlah kendaraan, baik roda dua maupun roda empat mencapai 2,4 juta (1,1 juta roda dua dan 1,3 juta mobil) lebih tinggi dibandingkan jumlah penduduknya sebanyak 1,7 juta jiwa. Oleh karena itu, apabila tidak ada tindakan yang serius pemerintah daerah, maka Kota Makassar diprediksi akan mengalami kemacetan di semua ruas jalan utama. Bahkan, kemacetan juga berdampak pada kota sekitarnya.

Salah satu alternatif solusi yang sudah dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan adalah penyediaan angkutan publik yang terintegrasi berbasis bus (Bus Rapid Transit-BRT), yaitu Trans Mamminasata (Makassar-Maros-Sungguminasa-Takalar) yang berada dibawah pengelolaan Perum Damri. Meskipun Bus Trans Mamminasata sudah beroperasi sejak Maret 2014, namun kurang optimal dalam mengurangi kemacetan lalu lintas. Selain itu, permasalahan lainnya adalah kurangnya sosialisasi tentang pelayanan, rute informasi bus, titik halte/koridor yang terlayani, serta seringkali bus beroperasi tanpa penumpang atau sedikit penumpang.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka penelitian ini akan menganalisis pengaruh *servqual* terhadap *citizen*

*satisfaction* (studi pada masyarakat pengguna Trans Mamminasata) dengan rumusan masalah, yaitu:

1. Apakah ada pengaruh *tangibles* terhadap *citizen satisfaction*?
2. Apakah ada pengaruh *reliability* terhadap *citizen satisfaction*?
3. Apakah ada pengaruh *responsiveness* terhadap *citizen satisfaction*?
4. Apakah ada pengaruh *assurance* terhadap *citizen satisfaction*?
5. Apakah ada pengaruh *emphaty* terhadap *citizen satisfaction*?
6. Apakah ada pengaruh *servqual* terhadap *citizen satisfaction*?

## Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. mengetahui pengaruh *tangibles* terhadap *citizen satisfaction*,
2. mengetahui pengaruh *reliability* terhadap *citizen satisfaction*,
3. mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap *citizen satisfaction*,
4. mengetahui pengaruh *assurance* terhadap *citizen satisfaction*,
5. mengetahui pengaruh *emphaty* terhadap *citizen satisfaction*, dan
6. mengetahui pengaruh *servqual* terhadap *citizen satisfaction*.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Servqual*

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan adalah model *Servqual* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985), dimana persepsi kualitas merupakan penilaian pelanggan terhadap entitas layanan secara menyeluruh. *Servqual* dibangun berdasarkan perbandingan dua faktor utama, yaitu: persepsi pelanggan atas layanan nyata yang pelanggan terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan atau diinginkan pelanggan (*expected service*).

Asumsi *perceived service* menurut Parasuraman dan Zeithaml (1988) yaitu jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka

layanan dapat dikatakan “ideal”. Jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan “buruk”. Namun, apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan tersebut dikatakan “baik”. Sedangkan, asumsi expected service adalah layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan kepada pelanggan. *Expected service* didasarkan pada informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), kebutuhan pribadi (*personal needs*), serta pengalaman di masa lampau (*past experience*).

*Word of mouth, personal needs*, dan *past experience* merupakan variabel independen yang memicu munculnya *expected service*. Di sisi lain, *perceived service* tergantung pada variabel *determinants of service quality* (*reliability, responsiveness, tangibles, assurance, serta empathy*). Perbandingan antara *perceived service* dengan *expected service* memunculkan *perceived service quality* yang disebut sebagai alat ukur *servqual*, yaitu ukuran seberapa baik suatu layanan menyesuaikan dengan *expected service* (Kavitha, 2015). Penyelenggaraan *servqual* berarti melakukan kompromi antara *expected service* dengan prosedur layanan yang konsisten.

*Servqual* merupakan perbandingan antara *expected service* dengan *performance service*. Dalam membandingkan antara *expected service* dan *performance service*, maka akan tercipta suatu *discrepancy* (keserjangan) yang disebut dengan *gap*. Terdapat lima *gap* yang berkaitan dengan masalah kualitas layanan, yaitu: (1) *gap* antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen, (2) *gap* antara persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas layanan, (3) *gap* antara spesifikasi kualitas layanan dan penyampaian layanan, (4) *gap* antara penyampaian layanan dan komunikasi eksternal, serta (5) *gap* antara layanan yang dirasakan dan layanan yang diharapkan (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985).

### **Citizen satisfaction**

Sejalan dengan kemajuan teknologi dan tuntutan masyarakat yang berkaitan dengan

pelayanan, maka unit penyelenggara pelayanan publik dituntut untuk memenuhi harapan masyarakat dalam melakukan perbaikan pelayanan. Menurut Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009, pelayanan publik adalah kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang diselenggarakan oleh pelayanan publik. Tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat sebagai suatu kewajiban negara terhadap warganya.

Pelayanan publik yang dilakukan oleh aparatur pemerintah saat ini belum memenuhi harapan masyarakat, yang diindikasikan dari berbagai keluhan masyarakat yang disampaikan melalui media massa maupun jejaring sosial, sehingga memberikan dampak negatif terhadap layanan pemerintah, yang pada akhirnya dapat menimbulkan ketidakpercayaan masyarakat. Salah satu upaya yang harus dilakukan dalam perbaikan pelayanan publik adalah melakukan survei kepuasan masyarakat kepada pengguna layanan. Survei kepuasan masyarakat terhadap penyelenggaraan layanan publik yang dilakukan secara berkelanjutan sebagai dasar peningkatan kualitas dan inovasi pelayanan publik serta kemungkinan replikasi inovasi pelayanan publik (Vijayakanth, Harirao, & Kumar, 2014). Kepuasan pelayanan merupakan hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh aparatur penyelenggara pelayanan publik. Sedangkan, penerima pelayanan publik adalah orang masyarakat, lembaga instansi pemerintah dan dunia usaha, yang menerima pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik.

*Satisfaction* (kepuasan) merupakan perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk atau jasa dan harapan-harapannya (Kotler,

2003). Kepuasan sebagai suatu bentuk evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan pemberi jasa, sehingga kepuasan pelanggan hanya dapat dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah dialami pada saat proses pemberian layanan (Şandor & Raboca, 2007). Asumsi satisfaction yaitu jika kinerja lebih kecil dari harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasakan “tidak puas”. Jika kinerja sama dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasakan “puas”. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasakan “sangat puas”. Ketika pelanggan merasakan ketidakpuasan, maka pelanggan akan enggan untuk menggunakan lagi jasanya, sehingga pelanggan akan cenderung untuk mencari jasa lainnya yang dianggap dapat menawarkan tingkat kepuasan yang mereka harapkan. Atau dengan kata lain, jika tingkat kepuasan yang dirasakan rendah, maka akan mempengaruhi niat pelanggan untuk berpindah.

### **Pengaruh *Servqual* Terhadap *Citizen satisfaction***

Kualitas pelayanan publik saat ini menjadi pusat perhatian di berbagai negara. Pemberian pelayanan publik yang semakin baik merupakan salah satu tolak ukur bagi legitimasi, kredibilitas serta kapasitas politik pemerintah. Konsep kualitas dan kepuasan pelanggan berada pada satu dimensi dalam garis yang linear (Randheer, 2011). Sesuatu yang berkualitas akan memberikan kepuasan. Demikian pula halnya dalam konteks pelayanan publik. Jika suatu pelayanan berkualitas, maka dipastikan akan menghasilkan kepuasan bagi pelanggannya.

Keputusan seorang pelanggan untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi barang atau jasa dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah persepsinya terhadap kualitas pelayanan (Yulianto & Iryani, 2008). Baik buruknya kualitas pelayanan (*servqual*) yang diberikan provider

(penyedia layanan) tergantung pada persepsi konsumen atau pelayanan yang diberikan (Parasuraman & Zeithaml, 1988). Hal tersebut berarti adanya interaksi kuat antara kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan.

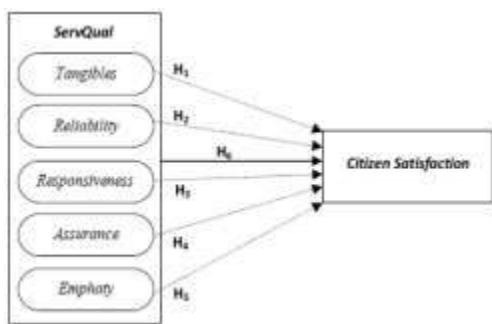
Tuntutan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang lebih baik (*service excellence*) tidak dapat dihindari oleh penyelenggara pelayanan jasa. Tuntutan para penerima layanan untuk memperoleh pelayanan yang lebih baik harus disikapi sebagai upaya untuk memberikan kepuasan kepada penerima layanan. Kepuasan penerima layanan sangat berkaitan dengan kualitas pelayanan, dimana setiap pelanggan atau penerima layanan menghendaki kepuasan dalam menerima suatu layanan (Mokhlis, 2011). Dengan demikian, kebutuhan para penerima layanan harus dipenuhi oleh pihak penyedia layanan agar para penerima layanan tersebut memperoleh kepuasan.

Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan. Kepuasan penerima layanan dicapai apabila penerima layanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan (Ilhaamie, 2010). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan masyarakat (penerima layanan) secara konsisten (Geetika, 2010). Hasil penelitian Hardianawati (2012) menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan masyarakat. Sesuai dengan konsep kualitas pelayanan, hasil

iset Yulianto dan Iryani (2008) menunjukkan adanya pengaruh antara persepsi kualitas layanan terhadap minat pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini akan mengkaji tentang kualitas pelayanan dengan menggunakan teori Parasuraman dan Zeithaml untuk variabel independen (X) dengan lima dimensi yang menjadi indikator untuk mengukur kualitas jasa, diantaranya: *tangibles* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (kepastian), dan *emphaty* (empati). Sedangkan, untuk mengkaji tentang tingkat kepuasan masyarakat (*citizen satisfaction*) menggunakan konsepsi dari Kotler untuk variabel dependen (Y). Berdasarkan pemahaman tersebut, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

- H1: *tangibles* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.
- H2: *reliability* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.
- H3: *responsiveness* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.
- H4: *assurance* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.
- H5: *emphaty* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.
- H6: *servqual* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.

Gambar 1. Model Pengaruh *Servqual* Terhadap *Citizen satisfaction*



## METODE PENELITIAN

### Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan data kualitatif. Data

kuantitatif yang dipergunakan untuk menguji hipotesis berasal dari responden (data primer), dan data kuantitatif sebagai bahan eksplorasi penelitian berasal dari pengelola Bus Trans Mamminasata (Perum Damri) dan Dinas Perhubungan Provinsi Sulawesi Selatan (data sekunder). Sedangkan, data kualitatif yang dipergunakan sebagai bahan eksplorasi penelitian berasal dari responden (data primer), petugas operasional Bus Trans Mamminasata (data primer), serta pengelola Bus Trans Mamminasata (Perum Damri) dan Dinas Perhubungan Provinsi Sulawesi Selatan (data sekunder berupa dokumen).

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat pengguna moda transportasi Trans Mamminasata. Sampel penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menggunakan moda transportasi Trans Mamminasata minimal 2 (dua) kali.

### Teknik Analisis Data

Terdapat tujuh hipotesis dalam penelitian ini yang pengujinya menggunakan teknik analisis data berbeda, yaitu:

- a. Regresi linear sederhana

Regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2009). Pengujian regresi linear sederhana pada penelitian ini menggunakan program SPSS. Pada penelitian ini analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hipotesis:

- H1: *tangibles* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.
- H2: *reliability* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.
- H3: *responsiveness* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.
- H4: *assurance* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.

H5: *emphaty* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.

### b. Regresi linear ganda

Regresi linear ganda digunakan untuk menguji hubungan fungsional ataupun kausal lebih dari satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2009). Pengujian regresi linear ganda pada penelitian ini menggunakan program SPSS. Analisis regresi linear ganda digunakan untuk menguji hipotesis:

H6: *servqual* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Terdapat 100 kuesioner yang disebarluaskan kepada masyarakat pengguna Trans Mamminasata dengan rincian sebagaimana tabel berikut ini.

Tabel 1. Sebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Total penyebaran kuesioner	100
Total pengembalian kuesioner	100
Jumlah kuesioner yang tidak dikembalikan	0
<i>Response Rate</i> (Tingkat Pengembalian)	100%
Total kuesioner yang dapat diolah	95
Total kuesioner yang tidak dapat diolah	5

Karakteristik responden terdiri dari: pria 27 orang (28,4%), dan wanita 68 orang (71,6%). Usia responden mayoritas berkisar antara  $> 20 - \leq 30$  tahun (46,3%). Sedangkan, tingkat pendidikan responden pada umumnya adalah SMA/SMK/MA sebesar 68,4%. Pekerjaan responden mayoritas adalah mahasiswa sebesar 36,8%.

Alasan responden memilih menggunakan moda transportasi Trans Mamminasata adalah murah (35,8%), efisien (28,4%), nyaman (24,2%), dan aman (10,5%). Masyarakat menggunakan moda Trans Mamminasata pada jam 09.00-12.00 WITA (30,5%), 12.00-15.00

WITA (26,3%), 15.00-18.00 WITA (22,1%), 06.00-09.00 WITA (20%) dan  $> 18.00$  WITA (1,1%). Moda Trans Mamminasata banyak digunakan oleh masyarakat pada hari Minggu (35,8%). Sedangkan, moda transportasi lainnya yang paling banyak dipergunakan selain Trans Mamminasata adalah ojek online (75,8%).

### Hasil

Uji validitas menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel independen maupun dependen hasilnya valid. Sedangkan, uji reliabilitas menunjukkan bahwa masing-masing item indikator hasilnya *acceptable* pada konstruknya.

Tabel 2. Nilai *Cronbach Alfa*

Variabel	Nilai	Keterangan
<i>Reliability</i> (X1)	0.609	Acceptable
<i>Responsiveness</i> (X2)	0.784	Acceptable
<i>Tangibles</i> (X3)	0.895	Acceptable
<i>Assurance</i> (X4)	0.824	Acceptable
<i>Empathy</i> (X5)	0.891	Acceptable
<i>Citizen satisfaction</i> (Y)	0.945	Acceptable

Koefisien determinasi pada tabel berikut menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,443 yang artinya variabel *reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh 44,3% terhadap *citizen satisfaction*, sedangkan sisanya 55,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 3. *Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.666 <sup>a</sup>	.443	.412	12.82956

a. Predictors: (Constant), Empathy, Reliability, Tangibles, Responsiveness, Assurance

Uji regresi linear sederhana pada tabel *coefficients* menunjukkan bahwa: nilai t variabel *reliability* sebesar 1,139 dengan signifikansi sebesar 0,258; nilai t variabel *responsiveness* sebesar 0,735

dengan signifikansi sebesar 0,465; nilai t variabel *tangibles* sebesar 1,063 dengan signifikansi sebesar 0,291; nilai t variabel *assurance* sebesar 2,459 dengan

signifikansi sebesar 0,016; dan nilai t variabel *emphaty* sebesar 2,016 dengan signifikansi sebesar 0,047.

Tabel 4. *Coefficients*<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	40.932	10.304		3.973	.000
<i>Reliability</i>	.675	.593	.122	1.139	.258
<i>Responsiveness</i>	.480	.654	.077	.735	.465
<i>Tangibles</i>	.308	.290	.112	1.063	.291
<i>Assurance</i>	1.773	.721	.290	2.459	.016
<i>Emphaty</i>	.989	.490	.238	2.016	.047

a. Dependent Variable: Citizen satisfaction

Dari hasil pengujian secara parsial jika dibandingkan dengan nilai probabilitas 0,050 maka berarti: tidak terdapat pengaruh *reliability* terhadap *citizen satisfaction*; tidak terdapat pengaruh *responsiveness* terhadap *citizen satisfaction*; tidak terdapat pengaruh *tangibles* terhadap *citizen satisfaction*; terdapat pengaruh *assurance* terhadap *citizen satisfaction*; dan terdapat pengaruh *emphaty* terhadap *citizen satisfaction*.

Sedangkan, nilai Beta (constant) sebesar 40,932 artinya jika nilai variabel independent sebesar nol, maka nilai variabel dependen sebesar 40,932. Dalam hal ini jika *reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, dan *emphaty* bernilai 0,00 (nol) maka *citizen satisfaction* akan meningkat sebesar 4% (pembulatan).

Nilai t pada variabel X (*reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, maupun *emphaty*) menunjukkan tanda positif artinya setiap kenaikan 1 (satu) nilai pada variabel X (*reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, maupun *emphaty*) dalam hal ini meningkatkan 1% variabel X (*reliability*, *responsiveness*, *tangibles*, *assurance*, dan *emphaty*), maka akan meningkatkan nilai variabel Y (*citizen satisfaction*) sebesar 0,99%

Uji regresi linear ganda pada tabel berikut menunjukkan bahwa nilai F sebesar 14,178 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai probabilitas 0,050. Hal tersebut berarti terdapat pengaruh *servqual* terhadap *citizen satisfaction*.

Tabel 5. ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	11668.547	5	2333.709	14.178	.000 <sup>b</sup>
Residual	14649.179	89	164.598		
Total	26317.726	94			

a. Dependent Variable: Citizen satisfaction

b. Predictors: (Constant), Empathy, Reliability, Tangibles, Responsiveness, Assurance

## Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa:

1. *Tangibles* tidak berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* yang berarti hipotesis ditolak. Hal tersebut berarti

- variabel *tangibles* menunjukkan tidak ada pengaruhnya terhadap *citizen satisfaction* sesuai dengan hasil penelitian Tecoalu dan Anwar (2016). Pada konteks pelayanan publik ketepatan waktu menjadi faktor utama bagi masyarakat pengguna Trans Mamminasata, sehingga dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi masyarakat ketika membutuhkan kedatangan bus Trans Mamminasata yang tepat waktu.
2. *Reliability* tidak berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* yang berarti hipotesis ditolak. Hal tersebut berarti variabel *reliability* menunjukkan tidak ada pengaruhnya terhadap *citizen satisfaction* sesuai dengan hasil penelitian Tecoalu dan Anwar (2016). Pada konteks pelayanan publik, kebutuhan mengenai informasi dan sarana pengaduan menjadi faktor utama bagi masyarakat pengguna Trans Mamminasata, sehingga dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi masyarakat ketika akan memberikan komplain maupun saran.
  3. *Responsiveness* tidak berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* yang berarti hipotesis ditolak. Hal tersebut berarti variabel *responsiveness* menunjukkan tidak ada pengaruhnya terhadap *citizen satisfaction* sesuai dengan hasil penelitian Tecoalu dan Anwar (2016). Pada konteks pelayanan publik, kondisi halte menjadi faktor utama bagi masyarakat pengguna Trans Mamminasata, sehingga dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi masyarakat ketika kenyamanan menunggu di halte bus Trans Mamminasata.
  4. *Assurance* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* yang berarti hipotesis diterima. Hal tersebut berarti variabel *assurance* menunjukkan konsistensi berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* sesuai dengan hasil penelitian Geetika (2010), Hardianawati (2012) maupun Yulianto dan Iryani (2008).
  5. *Emphaty* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* yang berarti hipotesis diterima. Hal tersebut berarti variabel *emphaty* menunjukkan konsistensi berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* sesuai dengan hasil penelitian Geetika (2010), Hardianawati (2012) maupun Yulianto dan Iryani (2008).
  6. *Servqual* berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* yang berarti hipotesis diterima. Hal tersebut berarti variabel *servqual* dengan lima dimensi yang diuji secara bersamaan menunjukkan konsistensi berpengaruh terhadap *citizen satisfaction* sesuai dengan hasil penelitian Geetika (2010), Hardianawati (2012) maupun Yulianto dan Iryani (2008).

## PENUTUP

### Simpulan

Dari enam hipotesis yang diajukan pada penelitian ini, terdapat tiga hipotesis yang ditolak (H1, H2, H3) dan tiga hipotesis yang diterima (H4, H5, H6). Dari ketiga hipotesis yang diterima, nilai signifikansi yang paling berpengaruh adalah H6, yaitu ketika kelima dimensi *servqual* diregresi secara bersamaan menunjukkan hasil berpengaruh terhadap *citizen satisfaction*.

### Saran

Penelitian ini menggunakan desain cross sectional, dimana data yang diperoleh hanya dalam satu periode pengamatan saja, sehingga masih terdapat hipotesis penelitian yang ditolak. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan desain longitudinal, sehingga diperoleh data pengamatan dalam jangka panjang.

Data penelitian ini diperoleh tidak merata pada semua halte Trans Mamminasata, dikarenakan masih terdapat beberapa halte yang sepi penumpang. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan pengumpulan data tersebar merata pada semua halte Trans Mamminasata,

sehingga diharapkan mendapatkan variasi data yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Cooper, D.R., & Emory, C.W. 1999. *Business Research Methods*. 5<sup>th</sup> Edition. Richard D. Irwin, Inc.
- Cooper, D.P., & Schindler, P.S. 2001. *Business Research Methods*. 7<sup>th</sup> Edition. McGraw Hill.
- Geetika, S.N. 2010. Determinants of Customer Satisfaction on Service Quality: A Study of Railway Platforms in India. *Journal of Public Transportation*. 13 (1): 97-113.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. 1998. *Multivariate Data Analysis*. 4<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Hardianawati. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Transjakarta Busway Koridor 2 Pada Pemda DKI Jakarta. *Jurnal Magister Manajemen*. 1 (1): 49-78.
- Illaamie, A.G.A. 2010. Service Quality in Malaysian Public Service: Some Findings. *International Journal of Trade, Economics and Finance*. 1 (1): 40-45.
- Kavitha. 2015. Public Transport Service Quality - A Measurement. *International Journal of Management and Social Science Research Review*. 1 (7): 113-116.
- Kotler, P. 2003. *Marketing Management*. 11<sup>th</sup> Edition. New Jersey: Prentice Hall Int'l.
- Mokhlis, S. 2011. Municipal Service Quality and Citizen satisfaction in Southern Thailand. *Journal of Public Administration and Governance*. 1 (1): 122-137.
- Randheer, K. 2011. Measuring Commuters' Perception on Service Quality Using SERVQUAL in Public Transportation. *International Journal of Marketing Studies*. 3 (1): 21-34.
- Sandor, S.D., & Raboca, H.M. 2007. Determinants and Outcomes of Citizens' Satisfaction With Public Services in Cluj-Napoca. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*. 21: 103-112.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tecoalu, M, & Anwar, R.M. 2016. Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus: Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Krida Wacana). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*. Juli-Desember. 16 (2): 95-104.
- Vijayakanth, M.C., Hairao, A.N., & Kumar, A.N.S. 2014. Customer Satisfaction through Service Quality in Public Service (Volvo Buses) Compared with Private and Government Operators across Karnataka. *International Journal of Emerging Research in Management & Technology*. 3 (5): 87-99.
- Yulianto, H. & Iryani. 2008. The Moderating Effect of Customer Satisfaction on The Relationship Between Servqual Perception and Repurchase Intentions. *Jurnal Equity*. 2 (1): 25-39.
- Yulianto, H. 2016. *Statistik 1*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Ladang Kata.