

Analisis kualitas pelayanan bus pariwisata dengan metode *service quality* dan *importance performance analysis*

Eka Indah Yuslistyari¹, M. Reiza Fachrozy²

^{1,2}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Serang Raya

Corresponding author: indah.eka@gmail.com

Abstrak. PO. Saztro Holidays merupakan salah satu perusahaan jasa transportasi bus di daerah Serang yang berfokus pada trayek pariwisata. Tujuan penelitian ini mengetahui kualitas pelayanan bus Pariwisata melalui kepuasan dan keluhan konsumen, selain itu mengetahui tingkat kepentingan atribut yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan melibatkan 30 responden konsumen bus pariwisata. Penelitian ini menggunakan metode Servqual (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible.) dan Importance Performance Analysis (IPA). Hasil penelitian menggunakan metode Servqual diperoleh nilai gap keseluruhan sebesar -0,852 hal tersebut menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PO. Saztro Holidays masih belum memberikan kepuasan kepada konsumen. Upaya perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pada pelayanan bus Pariwisata menggunakan metode Importance Performance Analysis pada kuadran I (prioritas utama) dengan menggunakan SPSS 19 melalui diagram kartesius didapat sebanyak 13 atribut. Atribut terpenting yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan agar sesuai dengan harapan konsumen dengan nilai tingkat kesesuaian sebesar 78,04 yaitu pada atribut tersedianya tanda informasi jelas.

Kata kunci: Important Performnace Analysis, Kepuasan Pelanggan, Servqual

Abstract. PO. Saztro Holidays is one of the bus transportation services companies in the Serang area that focuses on tourism routes. The purpose of this study is to know the quality of tourism bus services through customer satisfaction and complaints, besides as knowing the importance of priority attributes to be repaired. The methods of collecting data using a questionnaire involving 30 respondents to tourism bus consumers. This study uses the Servqual method (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible) and Importance Performance Analysis (IPA). The results of the study using the Servqual method obtained an overall gap value of -0.852, which states that the services provided by PO. Saztro Holidays still does not provide satisfaction to consumers. Improvement efforts to increase satisfaction with Tourism bus services using the Importance Performance Analysis method in quadrant I (top priority) using SPSS 19 through a cartesius diagram obtained as many as 13 attributes. The most important attributes that are the main priority in repairs to match the expectations of consumers with the value of the suitability level of 78.04, namely the attributes of the availability of clear information marks.

Keywords: Important Performnace Analysis, Customer Satisfaction, Servqual

1. Pendahuluan

PO. Saztro Holidays merupakan salah satu penyedia jasa transportasi bus pariwisata di daerah Serang, Perusahaan otobus ini berada di Jl. Serang-Jakarta Kemang-Patung, Serang Banten. Berdasarkan jumlah penumpang pada periode Januari–Desember 2016 telah terjadi fluktuasi jumlah penumpang. Dengan semakin banyaknya penyedia jasa transportasi, selaku pengusaha wajib memberikan kepuasan terhadap pengguna jasa. Kepuasan dan keluhan dari konsumen wajib diketahui untuk memperbaiki dan menjadikan evaluasi terhadap fasilitas dan kinerja yang diberikan kepada konsumen. Kotler dan Amstrong (2001) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan.

Beberapa manfaat dari kualitas pelayanan yang baik berkaitan erat dengan kepuasan penumpang bus Saztro Holidays. Jika penumpang merasakan pelayanan yang baik akan mereferensikannya kepada calon penumpang baru. Hal tersebut akan menaikkan citra bus Saztro Holidays di mata masyarakat untuk menggunakan fasilitas jasa yang diberikan bus Saztro Holidays.

Berdasarkan observasi yang dilakukan terdapat masalah pada bus Saztro Holidays, diantaranya yaitu jarak kursi yang terlalu dekat, Ac bus yang kurang dingin, beberapa sandaran kursi tidak dapat di fungsikan dengan maksimal dan bau solar yang masuk kedalam kabin.

Pihak perusahaan menyadari bahwa pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. Kepuasan seseorang untuk tetap menggunakan jasa angkutan merupakan suatu proses yang kompleks sehingga dipengaruhi banyak faktor. Selain kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggannya, perusahaan juga harus mempunyai beberapa kelebihan seperti menetapkan standar kualitas yang memuaskan bagi pelanggan, dapat memenuhi apa yang menjadi harapan para pelanggannya, sehingga para pelanggan akan tetap loyal menggunakan produk jasa tersebut.

Tabel 1 Jumlah penumpang PO.Saztro Holidays periode Januari - Desember 2016

No	Bulan	Jumlah Penumpang (jiwa)
1	Januari	1.303
2	Februari	1.103
3	Maret	1.154
4	April	1.113
5	Mei	1.039
6	Juni	1.027
7	Juli	1.083
8	Agustus	1.180
9	September	1.003
10	Oktober	994
11	November	885
12	Desember	1.119
	Jumlah	13.003

Sumber: Data Perusahaan (2016).

Tabel 1 menyatakan bahwa dengan jumlah penumpang tiap bulannya yang variatif, perusahaan harus mampu meminimalkan ketidakpuasan pelanggan atau konsumen dalam memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Metode yang dapat digunakan untuk menganalisa kepuasan pelanggan yaitu metode *servqual* dan *importance performance analysis* (IPA).

Penelitian sebelumnya, Haryono (2010) melakukan penelitian kualitas pelayanan angkutan umum (bus kota) di kota Yogyakarta. Pada penelitiannya dengan menggunakan metode *servqual*, hasil yang didapat adalah responden tidak puas terhadap kualitas pelayanan angkutan umum di Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat bahwa rata-rata harapan sebesar 4,55 yang masuk pada kategori sangat tinggi tidak diimbangi dengan kinerja sebesar 2,79 yang masuk pada kategori sedang.

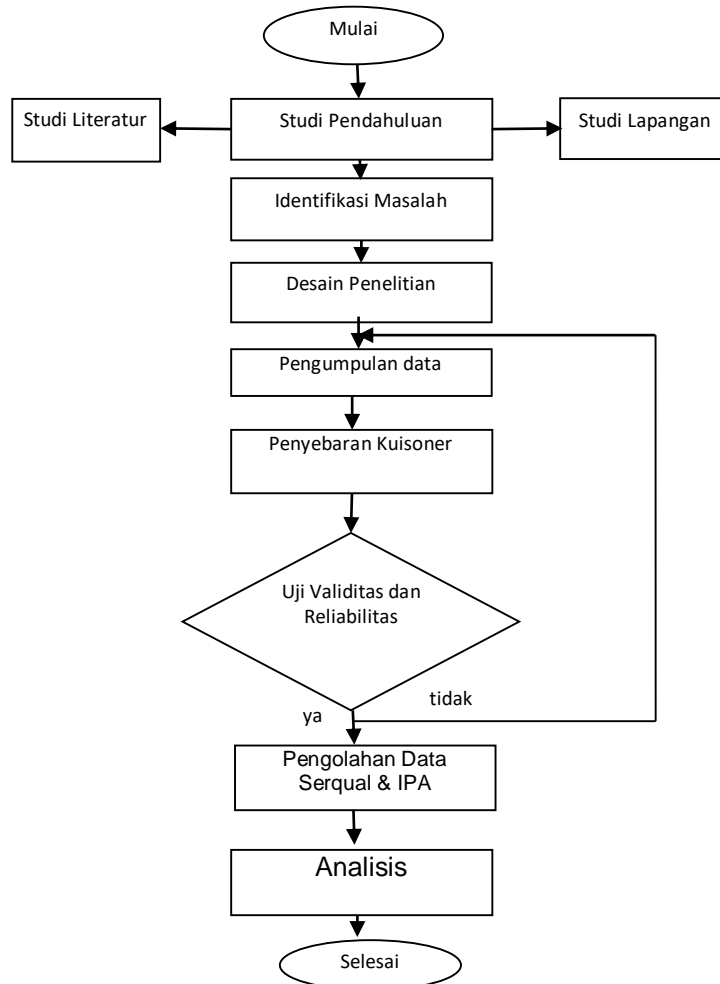
Apriliani & Silvianita (2015) melakukan penelitian Analisis Kepuasan atas Kualitas Pelayanan Angkutan Umum Bus Damri di Kota Bandung (Studi pada Trayek Leuwipanjang – Dipatiukur non AC). Pada penelitian ini hasil yang didapat adalah Harapan pelanggan atas kualitas pelayanan Perum Damri berdasarkan hasil analisis deskriptif secara keseluruhan berada dalam kategori “sangat penting” karena memiliki persentase sebesar 89.33 %. Kinerja kualitas pelayanan yang diberikan Perum Damri berdasarkan hasil analisis deskriptif secara keseluruhan berada dalam kategori “baik” karena memiliki persentase sebesar 69.74 %. Tingkat kepuasan pelanggan Perum Damri adalah sebesar 0.77 berdasarkan hasil analisis indeks kepuasan konsumen nilai tersebut menggambarkan bahwa penilaian pelanggan berada dalam kriteria “tidak puas”, karena tingkat kepuasan ini mengacu pada hasil perhitungan IPK yang membandingkan antara kinerja actual perusahaan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diberikan.

Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan bus Saztro Holidays. Hasil penelitian ini akan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan masalah transportasi untuk membuat kebijakan yang berorientasi pada kepuasan pengguna sarana transportasi. Pendekatan yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah dengan menggunakan *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* (IPA) Metode ini dimaksudkan sebagai kerangka kerja di dalam memahami kepuasan pelanggan sebagai fungsi dari *expectation* (*importance* atau tingkat kepentingan) terkait dengan suatu atribut serta penilaian pelanggan terhadap kinerja organisasi (*performance*).

2. Metode

Penelitian ini dilaksanakan di bus pariwisata PO. Saztro Holidays. menggunakan kuisioner yang ditunjukkan kepada 30 responden yaitu pengguna bus pariwisata. Menurut Sugiono (2010) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah

antara 30 sampai 500. Skala yang digunakan adalah skala likert dari 1-5, dimana 1 bernilai sangat tidak puas, 2 bernilai tidak puas, 3 bernilai cukup puas, 4 bernilai puas dan 5 bernilai sangat puas. Variabel yang digunakan pada penelitian ini merupakan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu realibility (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (perhatian), dan tangible (bukti fisik). Tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Diagram alir penelitian

Desain Penelitian

Atribut kualitas pelayanan pada variable Servqual dapat di lihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Atribut kualitas pelayanan pada variabel *Servqual* (X)

Dimensi	Atribut	Variabel
(X1)	Crew Saztro Holidays melayani dengan tepat dan cepat.	X1.1
	Kecepatan pelayanan crew apabila terdapat permintaan yang terlalu banyak.	X1.2
	Crew Saztro Holidays memberikan perhatian khusus secara individu.	X1.3
	Crew Saztro Holidays membantu memasukan barang ke bagasi	X1.4
	Crew Saztro holidays memberikan solusi ketika terjadi kesalahan.	X1.5
(X2)	Kemampuan supir untuk mengendarai sangat teliti	X2.1

Dimensi	Atribut	Variabel
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap) (X2)	<i>Crew saztro holidays</i> bersedia membantu konsumen jika dibutuhkan. Ac bus dingin Kejelasan <i>crew</i> memberikan informasi lokasi peralatan yang dibutuhkan. Kecepatan serta ketanggapan yang baik dalam menanggapi keluhan konsumen.	X2.2 X2.3 X2.4 X2.5
<i>Assurance</i> (Jaminan) (X3)	Tersedia tanda informasi jelas Adanya toilet Kursi bus nyaman Perjalanan aman dan nyaman Pemecah kaca	X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5
<i>Empathy</i> (Perhatian) (X4)	<i>Crew Saztro Holidays</i> bersedia membantu tanpa di minta <i>Crew Saztro Holidays</i> ramah dan sopan <i>Terdapat Crew yang stanby bila diperlukan</i> Komunikasi yang baik antara <i>crew</i> dan pelanggan dalam pelayanan <i>Crew</i> memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan usia.	X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4.5
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik) (X5)	Kemudahan berkomunikasi dengan <i>crew saztro holidays</i> Tersedia kotak P3K <i>Crew</i> berpenampilan rapih Tersedia hotspot bagi pelanggan Jarak antar kursi luas	X5.1 X5.2 X5.3 X5.4 X5.5

Sumber : Data diolah (2017)

Analisis Data

Service Quality

Servqual menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apa seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan.

Langkah-langkah yang perlu dilakukan pada metode *servqual* adalah sebagai berikut:

a. Tentukan rata - rata nilai persepsi (\bar{P}) untuk setiap variabel

$$\bar{P} = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{n} \tag{1}$$

P_i = Nilai persepsi yang diberikan pelanggan atau manajemen untuk pertanyaan ke -i
n = Jumlah responden

b. Tentukan rata - rata nilai harapan (\bar{E}) untuk setiap variabel

$$\bar{E} = \frac{\sum_{i=1}^n E_i}{n} \tag{2}$$

E_i = Nilai harapan yang diberikan pelanggan untuk pertanyaan ke-i
n = Jumlah responden

c. Tentukan *Servqual* Score (S) untuk setiap variabel

$$\text{Servqual} = \text{Skor P} - \text{Skor E} \tag{3}$$

Keterangan:

P = Persepsi pelanggan atas kinerja pelayanan aktual yang dirasakan.
E = Harapan pelanggan atas pelayanan yang diperoleh.

Menurut model *Servqual*, apabila skor *Servqual* negatif (-) berarti kualitas jasa kurang atau tidak baik (pelanggan tidak puas). Apabila skor *Servqual* sama dengan nol (0) berarti kualitas jasa baik (pelanggan puas). Apabila skor *Servqual* positif (+) berarti kualitas jasa sangat baik (pelanggan sangat puas).

Perhitungan nilai Gap (persepsi-harapan) dikutip dari Muluk (2008) adalah Jika gap positif (persepsi > harapan), maka layanan dikatakan “surprise” dan memuaskan. Jika gap nol (persepsi = harapan), maka layanan dikatan

berkualitas dan memuaskan. Jika gap negative (persepsi < harapan) maka layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan.

Importance Performance Analysis (IPA)

Tahapan pertama dalam metode *Importance Performance Analysis (IPA)* yaitu menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas atribut-atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Rumus tingkat kesesuaian yang digunakan adalah :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \tag{4}$$

Keterangan :

- Tki = Tingkat Kesesuaian
- Yi = Skor Penilaian kepentingan
- Xi = Skor penilaian kinerja/presepsi

Tahap kedua yaitu menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang dipersepsikan oleh konsumen, dengan rumus :

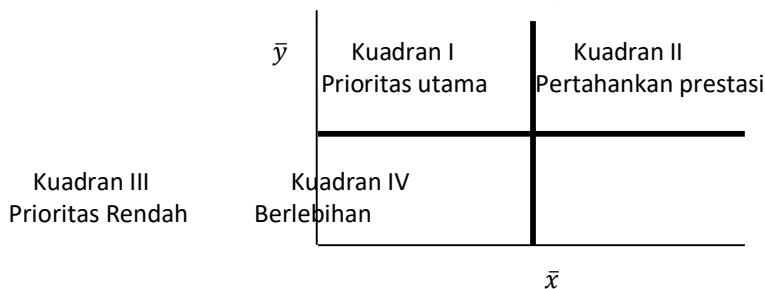
$$\bar{X}_l = \frac{\sum X_l}{k} \tag{5}$$

$$\bar{Y}_l = \frac{\sum Y_l}{k} \tag{6}$$

Keterangan :

- X = Rata-rata skor tingkat kinerja produk seluruh factor atau atribut
- Y = Rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
- K = Banyak nya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Tahapan terakhir yaitu penjabaran tiap atribut dalam diagram kartesius seperti yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Matriks Importance Performance Analysis
Sumber: Supranto (2006)

3. Hasil dan Pembahasan

Pada Tabel 3 menunjukkan hasil perhitungan gap dengan menggunakan metode Servqual.

Tabel 3 Nilai Gap tiap atribut

Dimensi	Atribut	Nilai rata-rata		Gap	Rata-Rata Gap
		Persepsi	Harapan		
Kehandalan	X1.1	2.8	4.1	-1.3	- 1,2
	X1.2	2.5	4.4	-1.9	
	X1.3	3	3	0	
	X1.4	3	4.3	-1.3	
	X1.5	2.6	4.1	-1.5	
	X2.1	3	4.1	-1.1	

Dimensi	Atribut	Nilai rata-rata		Gap	Rata-Rata Gap
		Persepsi	Harapan		
Daya tanggap	X2.2	2.8	3.9	-1.1	
	X2.3	2.6	4.1	-1.5	
	X2.4	3	3.6	-0.6	
	X2.5	3	4.1	-1.1	
	X3.1	3.2	4.1	-0.9	- 1.02
Jaminan	X3.2	3	4.1	-1.1	
	X3.3	3.1	4.1	-1	
	X3.4	3	4.2	-1.2	
	X3.5	3.1	4	-0.9	
	X4.1	3	4.1	-1.1	- 0.76
Perhatian	X4.2	3.1	4.1	-1	
	X4.3	3	4	-1	
	X4.4	3.9	4.3	-0.4	
	X4.5	3.9	4.2	-0.3	
	X5.1	3.2	4.1	-0.9	- 0.2
Bukti Fisik	X5.2	3.8	4.3	-0.5	
	X5.3	4	4.1	-0.1	
	X5.4	4	3.5	0.5	
	X5.5	3.9	3.9	0	
Rata-rata					-0.852

Sumber: Data yang diolah (2017)

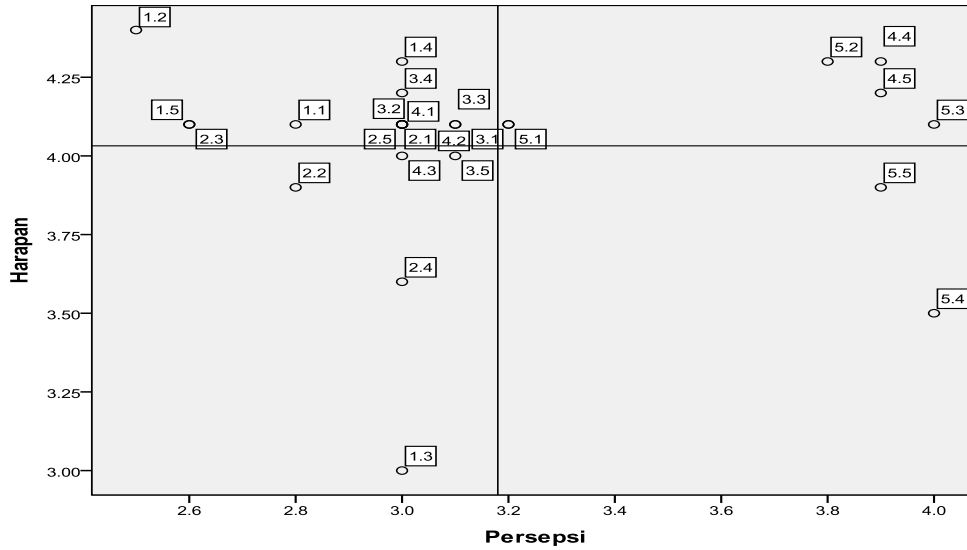
Dari hasil gap secara keseluruhan menunjukkan bahwa nilai gap negatif atau lebih kecil dari 0 berarti pelayanan perusahaan yang diharapkan pelanggan belum memuaskan dengan apa yang diterima pelanggan di PO. Saztro Holidays.

Diagram Kartesius

Setelah dilakukan perhitungan nilai *gap*, maka nilai *gap* tiap indikator tersebut akan ditempatkan pada diagram kartesius pada Gambar 3.

$$x = \frac{\text{jumlah persepsi}}{n} \qquad Y = \frac{\text{jumlah harapan}}{n}$$

$$x = \frac{79.5}{25} = 3.18 \qquad Y = \frac{100.8}{25} = 4.03$$



Gambar 3 Diagram Kartesius
 Sumber: Pengolahan Data SPSS 19 (2017)

Diagram kartesius tersebut menggambarkan pemetaan berdasarkan tingkat persepsi dan tingkat harapan, sehingga pihak PO.Saztro Holidays memungkinkan untuk melakukan perbaikan, evaluasi dan mungkin melakukan peningkatan.

Adapun interpretasi dari masing-masing kuadran yaitu:

Kuadran I (Prioritas Utama)

Wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting namun pihak produsen belum melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga mengecewakan atau tidak memberikan kepuasan. Atribut yang masuk dalam kuadran I dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Tingkat kesesuaian Kuadran I

Atribut	Pernyataan	Tingkat kesesuaian	Rank
X3.1	Tersedia tanda informasi jelas	78.04	1
X4.2	Kru bus Saztro Holidays ramah dan sopan	75.60	2
X3.3	Kursi bus nyaman	75.60	3
X4.1	Kru bus Saztro Holidays bersedia membantu tanpa di minta	73.17	4
X2.5	Kecepatan serta ketanggapan yang baik dalam menanggapi keluhan konsumen	73.17	5
X2.1	Kemampuan supir untuk mengendarai sangat teliti	73.17	6
X3.2	Adanya toilet	73.17	7
X3.4	Perjalanan aman dan nyaman	71.42	8
X1.4	Kru bus Saztro Holidays membantu memasukan barang ke bagasi	69.76	9
X1.1	Kru bus Saztro Holidays melayani dengan tepat dan cepat	68.29	10
X1.5	Kru bus Saztro holidays memberikan solusi ketika terjadi kesalahan	63.41	11
X2.3	Ac bus dingin	63.41	12
X1.2	Kecepatan pelayanan kru bus apabila terdapat permintaan yang terlalu banyak	56.81	13

Sumber: Pengolahan data (2017)

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Wilayah yang memuat atribut-atribut dianggap penting oleh konsumen dan atribut-atribut tersebut telah sesuai

dengan yang dirasakan konsumen. Atribut yang masuk pada kuadran II dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Tingkat Kesesuaian Kuadran II

Atribut	Pernyataan	Tingkat kesesuaian	Rank
X5.3	Kru bus berpenampilan rapih	97.56	1
X4.5	Kru bus memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan usia	92.85	2
X4.4	Komunikasi yang baik antara kru bus dan pelanggan dalam pelayanan	90.69	3
X5.2	Tersedia kotak P3K	88.37	4
X5.1	Kemudahan berkomunikasi dengan kru bus saztro holidays	78.04	5

Sumber: Pengolahan data (2017)

Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan, karena semua atribut ini menjadikan atribut tersebut unggul di mata konsumen.

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyatannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Atribut yang masuk kuadran III dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Tingkat Kesesuaian Kuadran III

Atribut	Pernyataan	Tingkat kesesuaian	Rangk
X2.2	Kru bus saztro holidays bersedia membantu konsumen jika dibutuhkan	71.79	5
X4.3	Terdapat kru bus yang <i>stanby</i> apabila diperlukan	75	4
X3.5	Pemecah kaca	77.50	3
X2.4	Kejelasan kru bus memberikan informasi lokasi peralatan yang dibutuhkan	83.33	2
X1.3	Kru bus Saztro Holidays memberikan perhatian khusus secara individu	100	1

Sumber: Pengolahan data (2017)

Peningkatan atribut yang termasuk kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen kecil.

Kuadran IV (Berlebihan)

Wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap tidak penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut yang masuk dalam kuadran IV dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Tingkat Kesesuaian Kuadran IV

Atribut	Pernyataan	Tingkat kesesuaian	Rank
X5.4	Tersedia <i>hotspot</i> bagi pelanggan	114.28	1
X5.5	Jarak antar kursi luas	100	2

Sumber: Pengolahan data (2017)

Servqual

Gap secara keseluruhan sebesar -0,852 menunjukkan bahwa nilai gap negatif atau lebih kecil dari 0 berarti pelayanan yang diharapkan pelanggan belum memuaskan dengan apa yang diterima pelanggan di PO. Saztri Holidays. Dimensi dengan gap terbesar yaitu -0,2 yaitu pada bukti fisik sedangkan dimensi dengan gap terkecil sebesar -1,02 yaitu pada kehandalan. Hal tersebut. Bukti fisik bagi pengguna jasa transportasi sangat penting dalam memberikan kenyamanan dalam menggunakan fasilitas yang ada pada bus pariwisata tersebut.

Importance Performance Analysis (IPA)

Berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), kepuasan pelanggan sebagai fungsi dari *expectation* (importance atau tingkat kepentingan) terkait dengan suatu atribut serta penilaian pelanggan terhadap kinerja organisasi (*performance*) dinyatakan dalam empat kuadran diantaranya: kuadran I (prioritas utama) terdiri atas 13 atribut, kuadran II (pertahankan prestasi) terdiri atas 5 atribut, kuadran III (prioritas rendah) terdiri dari 5 atribut, dan kuadran IV (Berlebihan) terdiri atas 2 atribut.

Dalam upaya memperbaiki pelayanan yang di berikan oleh PO. Saztro Holidays sebagai penyedia jasa transportasi bus pariwisata pada kuadran I yang menjadi prioritas utama untuk meningkatkan pelayanan. Adapun atribut pada kuadran I dengan nilai tingkat kesesuaian paling dominan sebesar 78,04 pada atribut tersedianya tanda informasi jelas. Hal tersebut akan berdampak pada perilaku yang dimunculkan oleh pengguna bus pariwisata untuk melakukan tindakan yang semestinya. Jika informasi tersebut mudah untuk di pahami oleh pelanggan akan memberikan kenyamanan dalam menggunakan fasilitas yang ada. Sedangkan atribut yang paling rendah sebesar 56,81 diantaranya yaitu kecepatan pelayanan kru bus apabila terdapat permintaan yang terlalu banyak. Hal tersebut dipengaruhi oleh kemampuan yang dimiliki oleh kru bus dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Sehingga diperlukan pelatihan khusus secara berkala untuk meningkatkan keahlian dalam memberikan pelayanan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan bus pariwisata PO. Saztro Holidays berdasarkan metode *Servqual* secara keseluruhan belum dapat memenuhi harapan konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai gap negatif sebesar -0.852.
2. Berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dinyatakan dalam empat kuadran diantaranya: kuadran I (prioritas utama) terdiri atas 13 atribut, kuadran II (pertahankan prestasi) terdiri atas 5 atribut, kuadran III (prioritas rendah) terdiri dari 5 atribut, dan kuadran IV (Berlebihan) terdiri atas 2 atribut.
3. Atribut terpenting yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan agar sesuai dengan harapan konsumen dengan nilai tingkat kesesuaian sebesar 78,04 yaitu pada atribut tersedianya tanda informasi jelas.

Referensi

- Apriliani, M. and Silvianita, A. (2015). Analisis Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan Angkutan Umum Bus Damri di Kota Bandung (Studi pada trayek Leuwipanjang-Dipatiukur Non AC). *E-Proceeding of Management*. 2(2), 1-8.
- Haryono, S. (2010). Analisis Kualitas Pelayanan Angkutan Umum (Bus Kota) Di Kota YOGYAKARTA. *Jurnal Administrasi Bisnis*. http://repository.upnyk.ac.id/6240/2/Sigit_Haryono_Naskah.pdf. Diakses pada tanggal 27 September 2017.
- Kementrian Pariwisata. (2018). Perkembangan Wisatawan Nusantara. Kemenpar RI.
- Kotler dan Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Damos Sihombing dan Wisnu Chandra K. Terjemahan). Jakarta: Erlangga
- Mayang, Delima & Puspitasari, Diana. (2015). Analisis Kepuasan Pelanggan pada Bengkel CS Knalpot Semarang Dengan Metode SERVQUAL dan IPA. (online) [Tersedia]: <https://media.neliti.com/media/publications/186775-ID-analisis-kepuasan-pelanggan-pada-bengkel.pdf>. Diakses tanggal 13 November 2017.
- Muluk, A. (2008). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan (Studi Kasus pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Padang). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 8 (1), 22 –31.
- Sugiyono. (2010), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*; Penerbit CV Alfabeta, Bandung.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Penerbit RINEKA CIPTA.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., & Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Simon and Schuster