

Penerapan Metode *Servqual* Dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) Untuk Peningkatan Kepuasan Pengguna *Light Rail Transit* (LRT) Di Kota Palembang

Vivi Sahfitri¹, Suyanto², Dayang Dayi³

Universitas Bina Darma^{1,2,3}

Jalan Jenderal Ahmad Yani No.3 Palembang

Sur-el : vivi_sahfitri@binadarma.ac.id¹, suyanto@.binadarma.ac.id²,
dayangdayii1723@gmail.com³

Abstract : *One mode of mass transportation that is currently widely used by the people of Palembang City is Light Rail Transit (LRT). This research aims to determine the level of satisfaction of LRT mass transportation users in Palembang City using the ServQual method and the CSI method. Measuring the level of satisfaction uses 5 dimensions, namely Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy. Measurements using the ServQual Method overall show that the level of satisfaction with the quality of service on the LRT in Palembang city is 0.908552, which is close to a value of 1, so it can be concluded that users are very satisfied with the quality of service on the LRT in Palembang city. However, based on the Gap obtained from Satisfaction and Expectations, each attribute in the 5 dimensions of service quality has a Negative Gap value which indicates that improvements still need to be made to increase user satisfaction in the future. Measuring the level of satisfaction using the CSI method obtained an LRT user satisfaction level index of 0.7659 in the range of 0.60 – 0.80, which means the satisfaction index for LRT mass transportation services is in the Satisfaction criteria.*

Keywords: *Light Rail Transit, Customer Satisfaction Index (CSI), Service Quality (ServQual), User Satisfaction*

Abstrak : *Salah satu moda transportasi massal yang saat ini banyak digunakan masyarakat Kota Palembang adalah Light Rail Transit (LRT). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna transportasi massal LRT di Kota Palembang dengan menggunakan metode ServQual dan metode CSI. Pengukuran tingkat kepuasan menggunakan 5 dimensi yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy. Pengukuran menggunakan Metode ServQual secara keseluruhan menunjukkan bahwa tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan pada LRT kota Palembang sebesar 0.908552 mendekati nilai 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna sangat puas terhadap kualitas pelayanan pada LRT kota Palembang. Namun berdasarkan Gap yang diperoleh dari Kepuasan dan Ekspektasi, masing-masing atribut pada 5 dimensi kualitas pelayanan mempunyai nilai Gap Negatif yang menunjukkan bahwa masih perlu dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pengguna di masa yang akan datang. Pengukuran tingkat kepuasan dengan metode CSI diperoleh indeks tingkat kepuasan pengguna LRT sebesar 0,7659 berada pada rentang 0,60 – 0,80 yang berarti indeks kepuasan terhadap layanan transportasi massal LRT berada pada kriteria Puas.*

Kata kunci: *Light Rail Transit, Customer Satisfaction Index (CSI), Service Quality (ServQual), Kepuasan Pengguna*

1. PENDAHULUAN

Transportasi merupakan salah satu sektor jasa yang sangat penting perannya dalam menunjang kegiatan manusia sehari-hari. Salah satu transportasi yang cukup penting

keberadaannya dalam menunjang aktivitas sehari-hari adalah transportasi darat. Pentingnya transportasi tersebut dapat dilihat dari semakin meningkatnya kebutuhan akan jasa transportasi tersebut yang juga dipengaruhi oleh peningkatan jumlah penduduk dan semakin berkembangnya

pemukiman maupun tempat wisata, pusat perbelanjaan dan tempat hiburan lainnya terutama di kota-kota besar salah satunya Kota Palembang. Palembang sebagai Ibu kota Provinsi Sumatera Selatan merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang memiliki tingkat kemacetan yang cukup tinggi. Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil, Kota Palembang memiliki luas wilayah 364,9 km persegi dengan jumlah penduduk 1,72 juta jiwa pada Juni 2022.

Saat ini jumlah kendaraan di Palembang semakin meningkat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022 Kota Palembang termasuk 10 besar jumlah kendaraan bermotor terbanyak di Indonesia yang berada pada urutan ke 9 yaitu sebanyak 3.851.195 kendaraan bermotor. Berbagai upaya Pemerintah Kota Palembang dilakukan untuk mengatasi kemacetan di Kota Palembang yang semakin hari semakin meningkat. Salah satunya adalah dengan membangun moda transportasi massal yang diharapkan dapat mengalihkan penggunaan kendaraan pribadi menjadi penggunaan transportasi massal [1]. Salah satu moda transportasi massal yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Kota Palembang adalah *Light Rail Transit* (LRT) yang diresmikan penggunaannya oleh Presiden Republik Indonesia pada tanggal 15 Juli 2018. Berdasarkan data dari dinas perhubungan jumlah pengguna LRT kota Palembang semakin meningkat. Pada tahun 2019 jumlah penumpang LRT Palembang mencapai 2,6 juta orang. Tahun 2020-2021 saat pandemic Covid-19 mengalami penurunan dengan jumlah penumpang 1,5 juta orang. Pada tahun 2022 jumlah penumpang LRT

Palembang mencapai lebih dari 3 juta penumpang [2].

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna transportasi Massal LRT di Kota Palembang dengan menggunakan metode *Service Quality* (*ServQual*) yaitu sebuah metode yang diturunkan dengan empiris yang mampu dipakai oleh sebuah organisasi pelayanan guna memberikan peningkatan akan kualitas pelayanan [3]. Metode *Servqual* digunakan untuk melihat Gap antara persepsi dan harapan pengguna LRT terhadap Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Manajemen LRT. Metode *SERVQUAL* (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa [4] dan Metode *Customer Satisfaction Index* (*CSI*) yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna LRT secara menyeluruh dengan menggunakan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan atribut-atribut yang diukur [5]. Metode *CSI* memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi yaitu bahwa dengan metode *CSI* ini perusahaan bukan hanya memperoleh indeks kepuasan dari konsumen tetapi juga dapat memperoleh informasi terkait dengan atribut atau hal-hal yang perlu diperbaiki. Selain itu metode *CSI* cukup mudah dan sederhana diterapkan untuk mengukur indeks kepuasan konsumen karena menggunakan skala yang memiliki sensitivitas dan reliabilitas cukup tinggi [6]. Implementasi *CSI* dapat memberikan hasil pengukuran yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan dapat menjadi acuan dan masukan untuk perbaikan

serta sasaran yang akan dicapai dimasa yang akan datang [7].

Alat yang digunakan dalam penelitian adalah Angket atau kuisisioner yang akan diberikan kepada responden yaitu pengguna layanan transportasi Massal LRT Palembang. Pertanyaan dalam kuisisioner bersifat tertutup. Pertanyaan tertutup dalam kuisisioner memudahkan responden untuk menentukan jawaban karena pilihan jawaban telah tersedia [8]. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah 5 variable kepuasan pengguna yang terdiri dari variable *Tangibel* (Penampilan fisik), Variabel *Reliability* (Keandalan), Variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) dan Variabel *Assurance* (Jaminan) dan *emphaty* (Kepedulian) [9]

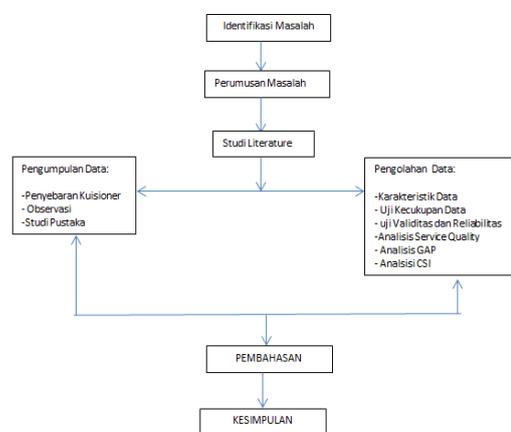
Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi dan bukti empiris mengenai kepuasan pengguna transportasi Massal LRT dengan menggunakan Metode *ServQual* dan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang dapat memberikan kontribusi atau masukan kepada pihak manajemen terkait Peningkatan kepuasan pengguna LRT Palembang.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu sebagai upaya untuk mengetahui atau memecahkan masalah yang berkaitan dengan implementasi Inovasi teknologi berbasis IT dengan menggunakan instrumen penelitian tertentu, analisis data yang

bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian [10]. Penelitian ini menggunakan metode *Service Quality* (*ServQual*) untuk untuk menganalisis Gap antara persepsi dan harapan pengguna dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen agar meningkat pula kepuasan konsumen dan metode *Customer Satisfaction Index* (*CSI*) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen .



Gambar 1 Desain Penelitian

2.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna jasa LRT Palembang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sample dengan melakukan pertimbangan tertentu sehingga layak untuk dijadikan sampel [11]. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan didasarkan pada karakteristik yang ditetapkan pada elemen populasi target yang disesuaikan dengan masalah dan tujuan dalam penelitian. Sampel dalam penelitian ini di tentukan dengan menggunakan rumus Paul Leedy [12].

$$n = \left(\frac{z}{e}\right)^2 (p)(1 - p) \quad (1)$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

p = Jumlah Populasi

e = Sampling error (10%)

Z = standar untuk kesalahan yang dipilih

Populasi dalam penelitian ini memiliki jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Penentuan jumlah sampel dengan menerapkan rumus Paul Leedy dengan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka harga $(p)(1-p)$ bernilai maksimal 0,25. Dalam penentuan sampel ini akan digunakan *confidence level* 95% dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 10%, sehingga sampel dalam penelitian ini adalah :

$$n = \left(\frac{1,96}{0,1}\right)^2 (0,25) = 96,04$$

Berdasarkan hasil tersebut maka jumlah responden digenapkan menjadi 100 responden.

2.3. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Service Quality (ServqQual)*. Analisis diawali dengan sebuah kuisisioner yang disebarkan kepada konsumen, setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skala *Likert*. Setelah data dari kuisisioner didapat maka dihitung rata-rata tiap pertanyaan dari seluruh responden, dengan menggunakan persamaan;

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \quad (2)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad (3)$$

Dimana :

\bar{X} : Skor rata-rata tingkat kepuasan/realita.

\bar{Y} : Skor rata-rata tingkat kepentingan/ekspektasi

n : Jumlah responden.

Nilai *Service Quality* yang telah dihitung akan mendapatkan *gap* atau selisih antara nilai item kepuasan dengan nilai pada item kepentingan pada tiap atribut pelayanan pada kuesioner yang telah disebarkan kepada responden, selanjutnya dilakukan pemberian peringkat untuk mengetahui atribut yang mempunyai nilai *gap* paling besar sampai atribut yang memiliki nilai *gap* paling kecil [4].

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan mempertimbangkan kepentingan atribut atribut yang ada pada objek yang diukur [13]. Pada metode CSI, Indeks kepuasan Konsumen dihitung dengan menentukan ; *Mean Importance Score (MIS)*, *Mean Satisfaction Score (MSS)*, *Weighting Factor (WF)*, *Weight Score (WS)*, *Weight Median Total (WMT)*[14]. Tabel 1 merupakan kriteria nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)* [15].

Tabel 1 Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index

NO	Nilai CSI	Kriteria CSI
1	0,81 - 1,00	Sangat Puas
2	0,66 - 0,80	Puas
3	0,51 - 0,65	Cukup Puas
4	0,35 - 0,50	Kurang Puas
5	0,00 - 0,34	Tidak Puas

Nilai Indeks Kepuasan Konsumen atau *Customer Satisfaction Index (CSI)* diperoleh dengan menggunakan persamaan (4) berikut.

$$CSI = \frac{T}{(5Y)} \times 100\% \quad (4)$$

Dimana;

T = Nilai Skor dari (I) x (P)

5 = Nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran

Y = Total (I) = (Y)

2.4. Operasional Variabel

Definisi Operasional variabel akan mampu menjelaskan suatu fenomena secara tepat. Tabel 2 menunjukkan operasional variabel yang digunakan pada penelitian ini.

Tabel 2 Operasional Variabel

Item Konstruk	Kode Pernyataan	Pernyataan
Bukti Fisik (Tangible)	P1	Kebersihan dalam Gerbong LRT
	P2	Kenyamanan Tempat Duduk dalam Gerbong LRT.
	P3	Kemudahan Bagi Penyandang Disabilitas Untuk Naik Turun LRT
Keandalan (Reliability)	P4	Ruang Tunggu yang Luas Dan Nyaman
	P5	Kemudahan Mengakses Stasiun LRT
	P6	Ketepatan Waktu Keberangkatan Dan Kedatangan LRT
	P7	Tarif yang Di berikan Untuk sekali Jalan
Daya Tanggap (Responsiveness)	P8	Ketersediaan Informasi Berkaitan dengan Jadwal Kedatangan dan Keberangkatan LRT
	P9	Kecepatan Respon Karyawan dalam Menangani keluhan dan Permasalahan Pelanggan LRT
	P10	Keramahan dan Kesopanan Petugas dalam Melayani Pelanggan dalam Gerbong LRT
Jaminan (Assurance)	P11	Keberadaan Petugas Keamanan LRT
	P12	Rasa aman dan Keselamatan pengguna saat berada dalam LRT
Kepedulian (Empathy)	P13	Ketersediaan Fasilitas Yang dapat Digunakan Penyandang Cacat dan Fasilitas Ibu Menyusui.

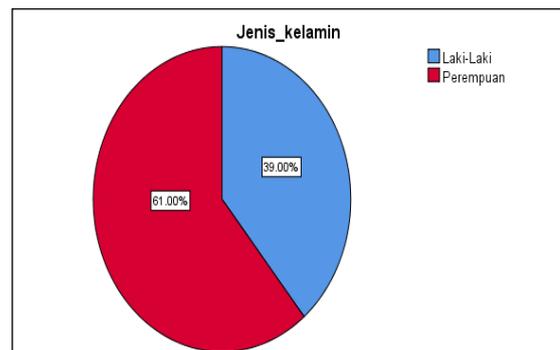
Instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah Angket / Kuisisioner. Variabel yang diukur adalah variabel *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*. Semua data diklasifikasikan ke dalam indikator-

indikator yang dikonstruksikan dalam instrumen kuisisioner.

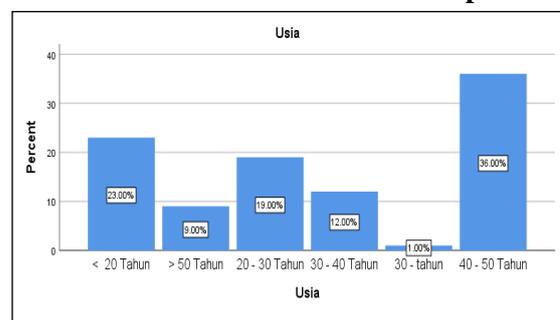
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Deskripsi Data dan Informasi Demografi Responden

Karakteristik responden penelitian merupakan bagian yang ada dalam kuisisioner yang dibagikan. Namun data dan informasi demografi responden tidak berpengaruh terhadap pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian. Gambar 3 menunjukkan data dan grafik yang menunjukkan informasi demografi responden yang diperoleh langsung dari kuisisioner yang diberikan dan diisi secara online oleh responden.



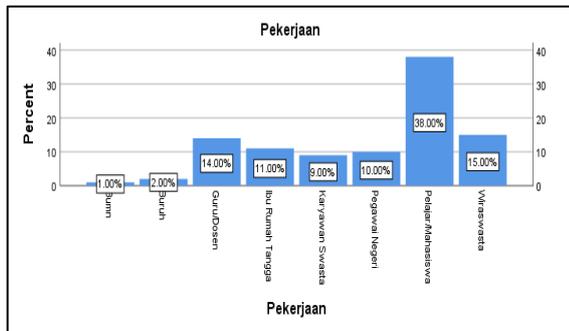
Gambar 3 Grafik Jenis kelamin responden



Gambar 4 Grafik Usia responden

Berdasarkan Gambar 4 usia responden dapat diketahui bahwa usia yang paling banyak adalah antara 40-50 tahun, hal dapat dikarenakan pada usia tersebut banyak

responden yang masih aktif melakukan aktivitas atau bekerja namun sudah banyak yang tidak mau atau kurang aktif membawa kendaraan sendiri, selain itu menurut beberapa responden menggunakan LRT memberikan rasa aman dan nyaman dalam perjalanan.



Gambar 5 Grafik Pekerjaan responden

Berdasarkan data pekerjaan responden dapat diketahui bahwa pekerjaan yang paling banyak menggunakan LRT adalah pelajar/mahasiswa. Perbedaan pekerjaan responden tidak berpengaruh pada penelitian ini.

3.2. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji sejauhmana alat ukur yang digunakan dalam penelitian yaitu kuisioner dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* pada tingkat 5% dan jumlah responden yang dijadikan sampel berjumlah 100 orang sehingga dapat diketahui r tabel sebesar 0,195.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Konstruk

Dimensi	Kode	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
Pertanyaan				
Bukti Fisik (Tangible)	P1	0,432	0,195	Valid
	P2	0,225	0,195	Valid
	P3	0,632	0,195	Valid
Keandalan (Reliability)	P4	0,334	0,195	Valid
	P5	0,250	0,195	Valid
	P6	0,379	0,195	Valid
	P7	0,603	0,195	Valid
	P8	0,557	0,195	Valid
Daya Tanggap	P9	0,488	0,195	Valid
	P10	0,301	0,195	Valid

Dimensi	Kode	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
Pertanyaan				
(Responsiveness)				
Jaminan (Assurance)	P11	0,724	0,195	Valid
	P12	0,398	0,195	Valid
Kepedulian (Emphaty)	P13	0,479	0,195	Valid

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk Uji Validitas instrument penelitian dapat dinyatakan bahwa semua item adalah valid karena semua nilai hasil pengukuran memenuhi kriteria melebihi nilai r tabel (0,195).

3.3. Uji Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk memeriksa dan memastikan bahwa alat ukur yang digunakan itu konsisten. Pengujian realibitas hasil dari pengumpulan data kuisioner menggunakan teknik *cronbach's alpha* dengan nilai alpha harus lebih besar dari 0,6 agar alat ukur penelitian dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4 Hasil Uji reliabilitas Variabel Konstruk

Dimensi	Kode	Nilai	r_{tabel}	Hasil
Pertanyaan				
Bukti Fisik (Tangible)	P1	0,894	0,600	Valid
	P2	0,888	0,600	Valid
	P3	0,927	0,600	Valid
Keandalan (Reliability)	P4	0,896	0,600	Valid
	P5	0,778	0,600	Valid
	P6	0,782	0,600	Valid
	P7	0,696	0,600	Valid
	P8	0,803	0,600	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness)	P9	0,901	0,600	Valid
	P10	0,564	0,600	Valid
	P11	0,732	0,600	Valid
Jaminan (Assurance)	P12	0,693	0,600	Valid
	P13	0,774	0,600	Valid

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai koefisien Apha melebihi 0,6. Nilai ini ada pada setiap konstruk sehingga dapat dikatakan sudah konsisten atau variabel dan bisa dilanjutkan ke analisis berikutnya.

3.4. Service Quality (ServQual)

Pengukuran kepuasan dengan model *service Quality (Servqual)* bertujuan untuk melihat jarak (Gap) yang diperoleh dari hasil pengolahan data untuk penilaian kepuasan yaitu kondisi yang terima atau yang dirasakan sekarang dan Penilaian kepentingan yaitu ekspektasi atau harapan. Hasil perhitungan dapat diketahui nilai Gap semua atribut dalam instrument penelitian dari nilai Gap paling besar sampai nilai Gap paling kecil. Hasil perhitungan Variabel *Service Quality (Servqual)* dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5 Hasil Perhitungan Service Quality (ServQual)

No	Dimensi	Kepuasan (P)	Harapan (E)	Gap	Kualitas Layanan (Q)
1	Bukti Fisik (Tangible)	3,913	4,217	-0,303	0,928052
2	Keandalan (Reliability)	3,812	4,240	-0,428	0,899003
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	3,860	4,200	-0,340	0,918839
4	Jaminan (Assurance)	3,655	4,155	-0,500	0,879411
5	Kepedulian (Emphaty)	3,890	4,240	-0,350	0,917435
	Rata-Rata	3,826	4,210	-0,384	0,908552

Hasil Perhitungan yang ditampilkan pada Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai kualitas layanan yang terendah adalah pada dimensi jaminan (Assurance) dengan nilai Kualitas layanan sebesar 0,879411 dan kualitas layanan yang memiliki skor tertinggi adalah pada dimensi Bukti Fisik (Tangible) dengan nilai kualitas layanan sebesar 0,928052. Secara keseluruhan rata-rata nilai kualitas Layanan adalah sebesar 0,908552. Hal ini menunjukkan tingkat kepuasan kualitas layanan yang dirasakan pengguna LRT sangat puas dimana nilai skor kualitas layanan mendekati nilai 1.

3.5. Menentukan Ranking GAP Keseluruhan

Perangkingan *Gap* secara keseluruhan dilakukan untuk mengetahui nilai gap terendah sampai dengan *Gap* Tertinggi untuk setiap atribut yang ada dalam kuisisioner. Hal ini dapat menjadi dasar perbaikan bagi perusahaan dengan mengetahui harapan yang diinginkan oleh pengguna.

Tabel 6 Hasil Ranking Gap keseluruhan

No	Kode Pertanyaan	Nilai Gap	Rank
1	P1	-0,26	3
2	P2	-0,24	2
3	P3	-0,41	8
4	P4	-0,36	6
5	P5	-0,36	5
6	P6	-0,44	9
7	P7	-0,51	12
8	P8	-0,47	11
9	P9	-0,22	1
10	P10	-0,46	10
11	P11	-0,62	13
12	P12	-0,38	7
13	P13	-0,35	4

Berdasarkan tabel 6 dari hasil perangkingan berdasarkan *Gap* Kepuasan dan Harapan yang diberikan pengguna menunjukkan bahwa *Gap* pada atribut P11 merupakan yang terburuk dengan nilai *Gap* sebesar -0,63 sedangkan *Gap* pada atribut P9 merupakan yang terbaik dengan nilai *Gap* sebesar -0,22.

3.6. Customer Satisfaction Index (CSI)

Pengukuran Indeks Kepuasan Pengguna menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* yaitu dengan menentukan skor rata-rata dari tingkat kinerja dan tingkat kepentingan pada setiap atribut. Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan skor CSI adalah 76,59%. Nilai CSI diperoleh dengan membagi total nilai *Weight Score (WS)* dengan skala

maksimum yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 5 dan dikalikan 100%. Hasil Pengolahan data Dapat dilihat pada 7.

Tabel 7. Hasil Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Item Code	MIS	WF	MSS	WS
P01	4,17	7,61	3,91	30,75
P02	4,26	7,77	4,02	32,50
P03	4,22	7,70	3,81	29,20
P04	4,26	7,77	3,90	30,59
P05	4,27	7,79	3,91	30,75
P06	4,21	7,68	3,72	28,59
P07	4,24	7,74	3,73	27,98
P08	4,22	7,70	3,75	28,28
P09	4,23	7,72	4,01	32,34
P10	4,17	7,61	3,71	27,68
P11	4,12	7,52	3,5	24,64
P12	4,19	7,65	3,81	29,20
P13	4,24	7,74	3,89	30,43
	WMT			382,93
	CSI(%)			76,59

Pada tabel 7 terlihat bahwa nilai yang diperoleh dari *Customer Satisfaction Index (CSI)* pada pengguna LRT adalah 76,59 % atau berindeks 0,7659. Berdasarkan tabel 1 nilai CSI yang diperoleh dari hasil pengolahan data berada pada kriteria 0,66–0,80 yang artinya indeks kepuasan untuk layanan transportasi massal LRT berada pada kriteria Puas (*Satisfied*).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan pengolahan data yang telah dilakukan dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa hasil pengukuran tingkat kepuasan menggunakan metode *Service Quality (Servqual)* pada pengguna LRT kota Palembang dengan 5 dimensi yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*, menunjukkan tingkat kepuasan Kualitas Layanan pada dimensi *Tangible* (Bukti Fisik) memiliki skor tertinggi berdasarkan pengolahan

data kuisioner responden yaitu sebesar 0,928052 atau 92,80%. Sedangkan tingkat kepuasan terendah terhadap kualitas layanan ada pada dimensi *Assurance* (Jaminan) sebesar 0,879411 atau 87,94%. Namun secara keseluruhan tingkat kepuasan terhadap kualitas layanan pada LRT kota Palembang adalah sebesar 0,908552 atau 90,85%. Skor indeks yang diperoleh mendekati nilai 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna sangat puas dengan kualitas layanan LRT kota Palembang. Namun berdasarkan *Gap* yang diperoleh dari Kepuasan dan Harapan setiap atribut dalam 5 dimensi kualitas layanan memiliki nilai *Gap* Negatif, yang menunjukkan bahwa Kepuasan yang dirasakan Pengguna masih dirasakan kurang dari harapan atau ekspektasi Pengguna sehingga masih perlu dilakukan perbaikan untuk peningkatan kepuasan pengguna dimasa yang akan datang. Pengukuran tingkat kepuasan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dengan 13 pertanyaan yang mewakili 5 dimensi kepuasan yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* melalui beberapa tahap perhitungan, tingkat kepuasan pengguna pengguna LRT adalah 76,59 % atau berindeks 0,7659 berada pada kisaran 0,60–0,80 yang artinya indeks kepuasan untuk layanan transportasi massal LRT berada pada kriteria Puas (*Satisfied*).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Istianto, Bambang., *Manajemen Pemerintah dalam Perspektif Pelayanan Publik*. Mitra Wacana Media. Jakarta. 2011.
- [2] Dephub.go.id., “*Tingkatkan Jumlah Penumpang LRT Sumsel, Menhub: Haris*

- Banyak Angkutan Feeder” Retrived From: <https://dephub.go.id/post/read/tingkatkan-jumlah-penumpang-lrt-sumsel,-menhub--harus-banyak-angkutan-feeder>
- [3] Rumita, R., *Analisis Kepuasan Mahasiswa dan Usulan Peningkatan Kualitas Jasa Pelayanan Administrasi Kemahasiswaan Dengan Menggunakan Model SERVQUAL, IPA, dan QFD*. Semarang: UNDIP. 2014.
- [4] Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. “*Service, Quality & Satisfaction*”. Andi. Yogyakarta. 2005.
- [5] Kurniati, E., Silvia, E. & Efendi, Z., Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Bayat Bengkulu. *Jurnal Teknologi dan Industri pertanian Indonesia*, 8(2), 67-75. 2016.
- [6] Anggraini, L. D., Deoranto, P., & Iksari, D.M., Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index. *Jurnal Fakultas Teknologi Industri Pertanian Universitas Brawijaya*, 74-81. 2013.
- [7] Indrajaya, D., Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index Pada UKM Gallery. *Jurnal IKRA-ITH Teknologi*, Vol 2 No 3, 1-6. 2018.
- [8] Sugiyono *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- [9] Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* 6 thed. Mc.Graw-Hill. Boston, 2013.
- [10] Sugiyono., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- [11] Sugiyono., *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta. 2012.
- [12] A. Suharsimi., *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Penerbit: Rineka Cipta. Jakarta.2013.
- [13] S. M. Widodo and J. Sutopo, “Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Com- merce Model Business to Customer,” vol. 4, no. 1, p. 8, 2018
- [14] Wijaya, S., Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Bagian Keuangan Dengan Metode Customer Satisfaction Index. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, Vol.3 No. 1 pp.11-17. 2017.
- [15] Bhoté., *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty: The key to Great*. New York: AMA Membership Publications Division, American Management Association. 1996.