



Pengaruh Kualitas Pelayanan Bus Damri Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Penumpang Bus Damri Rute Ende – Kelimutu)

Raimundus Kia Bura¹, Valentinus Tan², Mansuetus Gare³, Ireneus Kota⁴

Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Flores, Ende, Indonesia

*Korespondensi: Email: raimunduskiabura@gmail.com

Received: 19 Oktober 2025

Revised: 07 November 2025

Accepted: 11 November 2025

ABSTRACT

Public transportation plays an important role in supporting community mobility, especially in tourist areas such as Ende, which is home to Lake Kelimutu. DAMRI buses are expected to provide quality service to meet the needs and expectations of passengers. This study aims to measure the service quality and customer satisfaction of DAMRI buses on the Ende–Kelimutu route. The research was conducted by distributing questionnaires to 88 DAMRI bus users, and the data were analyzed using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) methods to quantitatively evaluate service quality and customer satisfaction. The research results indicate that the overall service quality is considered good, with the Assurance dimension (staff knowledge and skills) receiving the highest Weight Score (WS) of 0.507, followed by Empathy (staff friendliness) with a WS of 0.482. Meanwhile, customer satisfaction falls into the "satisfied" category, with a CSI score of 0.691. However, the aspects of departure punctuality (Reliability) and physical facility comfort (Tangibles) received relatively low WS values of 0.367 and 0.358, respectively, indicating the need for improvement in these areas to enhance overall customer satisfaction

Keywords: Transportation, Service Quality, Customer Satisfaction, CSI, IPA.

ABSTRAK

Transportasi umum berperan penting dalam mendukung mobilitas masyarakat, terutama di daerah wisata seperti Ende yang memiliki Danau Kelimutu. Bus DAMRI diharapkan mampu memberikan layanan berkualitas untuk memenuhi kebutuhan dan harapan penumpang. Penelitian ini bertujuan mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Bus DAMRI rute Ende–Kelimutu. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 88 responden pengguna Bus DAMRI, kemudian data dianalisis menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan secara terukur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara umum dinilai baik, dengan dimensi Assurance (Pengetahuan dan Keterampilan Staf) memperoleh Weight Score (WS) tertinggi sebesar 0,507, disusul Empathy (Keramahan Petugas) dengan WS = 0,482. Sementara itu, tingkat kepuasan pelanggan berada dalam kategori puas dengan nilai CSI sebesar 0,691. Namun demikian, aspek ketepatan waktu keberangkatan (Reliability) dan kenyamanan fasilitas fisik (Tangibles) memiliki nilai WS relatif rendah, masing-masing 0,367 dan 0,358, yang menunjukkan perlunya perbaikan pada aspek tersebut untuk meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

Kata kunci :Transportasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, CSI, dan IPA.

PENDAHULUAN

Kabupaten Ende merupakan salah satu daerah di Provinsi Nusa Tenggara Timur yang memiliki potensi wisata dan aktivitas sosial ekonomi yang cukup tinggi, khususnya di wilayah Kecamatan Ende dan Kecamatan Kelimutu. Mobilitas masyarakat di wilayah ini didukung oleh berbagai moda transportasi, salah satunya adalah layanan angkutan umum Bus DAMRI yang melayani rute Ende–Kelimutu. Moda transportasi ini menjadi andalan masyarakat karena menjangkau kawasan wisata nasional, seperti Danau Kelimutu, serta mendukung aktivitas pendidikan, perdagangan, dan pemerintahan.

Pengguna layanan Bus DAMRI memiliki harapan terhadap pelayanan yang berkualitas, mencakup ketepatan waktu keberangkatan, kenyamanan fasilitas, keamanan selama perjalanan, dan sikap pelayanan dari petugas maupun pengemudi. Kepuasan pelanggan terhadap layanan ini sangat penting untuk mendukung keberlanjutan layanan transportasi publik di wilayah tersebut.

Beberapa penelitian sebelumnya telah dilakukan terkait kualitas pelayanan transportasi umum dan kepuasan pelanggan. Widodo (2015) dalam penelitiannya mengenai transportasi dan mobilitas masyarakat menunjukkan bahwa kualitas pelayanan seperti ketepatan waktu dan kenyamanan sangat memengaruhi kepuasan penumpang. Selain itu, penelitian oleh Fatmawati (2016) meneliti tingkat kepuasan pengguna Bus Rapid Transit (BRT) di Kota Semarang menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA), hasilnya menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan antara harapan dan kinerja pelayanan yang diberikan. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada konteks wisata dan transportasi daerah dimana penelitian ini menekankan pada peran transportasi dalam mendukung pariwisata (Danau Kelimutu) yang belum banyak dikaji sebelumnya, dan Pendekatan Analisis – Meskipun sama-sama menggunakan CSI dan IPA, penelitian ini menggabungkan analisis tersebut secara khusus untuk menilai kesesuaian pelayanan DAMRI terhadap kebutuhan penumpang di wilayah pedesaan dan wisata.

Kualitas pelayanan bus ini sangat menentukan tingkat kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa tersebut. Oleh karena itu, sistem operasional yang baik, termasuk jadwal perjalanan yang terstruktur, menjadi salah satu faktor penting dalam memastikan kenyamanan serta kemudahan akses bagi para pengguna jasa. Namun, masih terdapat berbagai kendala yang dihadapi, seperti keterlambatan jadwal, kenyamanan fasilitas yang kurang optimal, kurangnya responsivitas petugas.

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan adalah Hasil penelitian tersebut membuktikan Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi berpengaruh secara signifikan pada kepuasan pelanggan (Lestari, She, and Anne, 2024). Yuliyana and Febriyani (2018) mengidentifikasi bahwa kualitas pelayanan dan tarif sama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil dari penelitian mengenai kualitas pelayanan pada dimensi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty dapat dikatakan sangat baik, mengenai kepuasan konsumen dapat dikatakan sangat puas dan Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jasa transportasi pada pengguna jasa Bus DAMRI (Wirakanda and Sinurat 2023). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berada dalam kategori baik. Kemudian, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dengan besar pengaruh 65,8% (Fadhilah and Amalia 2022).

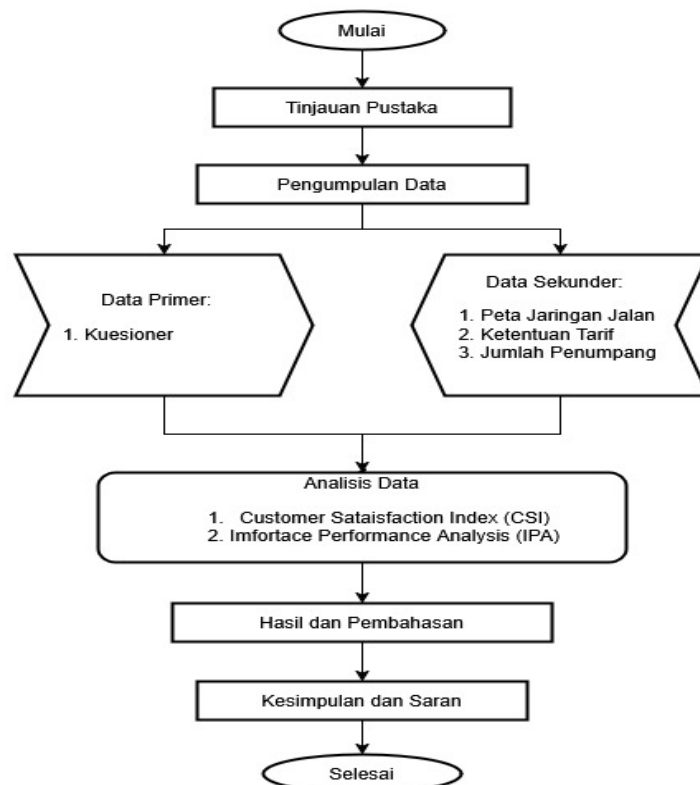
hasil perhitungan statistik diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 45,5% apabila kualitas pelayanan dinaikkan maka akan menaikkan loyalitas pelanggan, sedangkan tarif berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 43,0%, apabila tarif dinaikkan maka akan menaikkan loyalitas pelanggan namun harus diimbangi dengan fasilitas yang sesuai. Secara bersama – sama kualitas pelayanan dan tarif berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 50,8% (Herlambang, Hermani, and Listyorini 2013). Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial maupun simultan pada variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi bus Damri (Sinaga, Efendi, and Harori 2020).

Penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dengan menganalisis secara khusus tingkat kepuasan penumpang Bus DAMRI di rute Ende–Kelimutu menggunakan pendekatan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi atribut layanan mana yang perlu dipertahankan dan mana yang harus segera ditingkatkan.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengelola DAMRI maupun pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan peningkatan mutu pelayanan transportasi umum, sehingga dapat menciptakan mobilitas masyarakat yang lebih nyaman, aman, dan efisien di wilayah Kabupaten Ende.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada pada Bus DAMRI rute Ende-Kelimutu dan untuk mengetahui kepuasan pelanggan pengguna Bus DAMRI rute Ende- Kelimutu. Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Ende, Nusa Tenggara Timur khususnya pada rute Bus DAMRI Ende-Kelimutu, dengan waktu pelaksanaan selama lima hari. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi langsung. Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebar secara acak kepada 88 responden menggunakan metode tertutup. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, serta dua metode utama, yaitu Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). Secara umum, alur penelitian meliputi observasi awal, pengumpulan data primer dan sekunder, pengolahan data, analisis hasil, pembahasan, serta penarikan kesimpulan dan pemberian saran.



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Eksisting Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Bus DAMRI rute Ende – Kelimutu. Kepuasan pelanggan menjadi faktor yang sangat penting dalam menjaga kualitas layanan transportasi umum, khususnya untuk layanan bus antar kota. Bus DAMRI yang melayani rute Ende – Kelimutu memiliki peran yang krusial dalam mendukung mobilitas masyarakat, baik untuk kebutuhan transportasi sehari-hari maupun untuk wisatawan yang ingin mengunjungi kawasan Taman Nasional Kelimutu. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan

menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 88 responden. Kuesioner yang dibagikan berhasil dikembalikan 100%, dan seluruh kuesioner yang terkumpul dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Hal ini menunjukkan tingkat partisipasi responden yang tinggi, yang memberikan gambaran yang lebih representatif mengenai persepsi masyarakat terhadap layanan Bus DAMRI pada rute tersebut.

Responden yang terlibat dalam penelitian ini terdiri dari berbagai kelompok demografis yang berbeda, mencakup variabel jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Pendekatan ini diambil untuk melihat apakah faktor-faktor demografis ini mempengaruhi tingkat kepuasan terhadap layanan Bus DAMRI. Sebagai contoh, perbedaan persepsi mengenai kualitas layanan dapat bervariasi antara pengguna bus yang lebih muda dengan yang lebih tua, atau antara mereka yang menggunakan bus untuk keperluan pekerjaan dengan mereka yang menggunakan bus untuk tujuan wisata. Sebagai bagian dari penelitian ini, kuesioner disusun untuk menggali beberapa aspek penting mengenai kualitas layanan, yang meliputi kenyamanan perjalanan, keandalan jadwal, keamanan, kebersihan kendaraan, serta sikap dan layanan petugas. Responden diminta untuk memberikan penilaian berdasarkan pengalaman mereka menggunakan Bus DAMRI rute Ende – Kelimutu.

Data yang terkumpul kemudian akan dianalisis untuk mengetahui sejauh mana faktor-faktor tersebut mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pengelola Bus DAMRI untuk meningkatkan kualitas layanan mereka, serta memberikan wawasan yang dapat digunakan untuk pengembangan layanan transportasi publik di wilayah tersebut. Penelitian ini juga berfokus pada pentingnya peningkatan kualitas pelayanan transportasi untuk mendukung mobilitas masyarakat secara efisien dan aman.

Data Jawaban Responden Variabel Kinerja Dan Harapan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada penumpang Bus DAMRI rute Ende–Kelimutu, data karakteristik responden menunjukkan bahwa dari segi jenis kelamin hampir seimbang antara laki-laki (51,1%) dan perempuan (48,9%). Umur responden didominasi oleh kelompok usia 18-25 tahun (38,6%), yang menunjukkan layanan ini masih banyak digunakan oleh generasi muda. Berdasarkan pekerjaan mayoritas responden berasal dari karegori lain-lain(44,3%), termaksud petani, ibu rumah tangga dan pekerja informal. Dari sisi penggunaan sebagian besar responden telah menggunakan layanan ini sebanyak dua kali (39,8%).

Penilaian terhadap kualitas pelayanan mencakup lima dimensi utama, yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Responden menilai masing-masing aspek pelayanan melalui kuesioner yang disebarakan, kemudian hasilnya dianalisis untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil analisis terhadap lima dimensi kualitas pelayanan (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy), dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Bus DAMRI rute Ende – Kelimutu berada pada kategori baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata masing-masing dimensi yang seluruhnya berada di atas 2,50 dalam skala 4. Dimensi Tangibles memperoleh rata-rata sebesar 3,12, menunjukkan kondisi fisik bus dan penampilan staf yang cukup baik. Dimensi Reliability memiliki nilai rata-rata paling rendah sebesar 2,82, menandakan masih adanya kekurangan dalam hal ketepatan waktu dan ketersediaan bus sesuai jadwal. Sementara itu, dimensi Responsiveness memiliki nilai rata-rata 3,18, mencerminkan kesigapan dan kecepatan staf dalam merespons kebutuhan penumpang. Dimensi Assurance memperoleh rata-rata tertinggi yaitu 3,19, menunjukkan bahwa pengetahuan, keterampilan, serta sikap profesional staf sangat diapresiasi oleh pelanggan. Terakhir, dimensi Empathy meraih rata-rata sebesar 3,07, yang mencerminkan perhatian dan pendekatan personal staf terhadap penumpang berada pada tingkat yang cukup baik.

Uji Instrumen Penelitian

Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) dengan program SPSS versi 24. Langkah-langkah untuk menghitung uji validitas (pearson correlation di SPSS):

1. Masukan data ke SPSS
2. Klik menu Analyze → Corelate → Bivariate
3. Masukan semua variabel/item ke kontak kanan
4. Centang pearson, Two- tailed, dan flag significant correlations.
5. Klik Ok

Dari langkah-langkah tersebut akan diperoleh angka koefisien korelasi (nilai r) yang dapat dipakai untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Besarnya r dapat dihitung dengan taraf kesalahan atau signifikan 5% atau 0,05. Apabila r hitung $> r$ tabel maka dapat disimpulkan data tersebut valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang diukur.

Berdasarkan tabel hasil uji validitas menggunakan spss selanjutnya hasil uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Butir pertanyaan dapat dikatakan valid, jika r_{hitung} lebih besar r_{tabel} dan berkorelasi positif. Pengujian ini menggunakan pengujian *pearson correlation*, dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk $df = n - 2$ (n adalah jumlah sampel). Jumlah sampel (n) = 88 dan besarnya df ialah, $df = n - 2 = 88 - 2 = 86$. Tingkat signifikan sebesar 0,05 dengan perhitungan uji dua arah (*2-tailed*). Maka r_{tabel} pada penelitian ini adalah 0,2096.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana suatu instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten dan stabil apabila digunakan dalam waktu atau kondisi yang berbeda. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan tingkat kepercayaan (konsistensi internal) dari instrumen, apakah butir-butir pertanyaan di dalamnya mampu menghasilkan data yang andal dan dapat dipercaya.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan terhadap seluruh item pertanyaan dalam kuesioner menggunakan teknik Alpha Cronbach (Cronbach's Alpha), dengan bantuan program SPSS versi 24. Teknik ini digunakan karena dapat mengukur konsistensi internal dari instrumen yang memiliki skala Likert dan terdiri dari beberapa pernyataan dalam satu variabel. Kriteria pengambilan keputusan Cronbach's Alpha untuk menentukan reliabel atau tidak, bila Cronbach's Alpha $> 0,6$ dikatakan reliabel dan jika Cronbach $< 0,6$ dinyatakan tidak reliabel.

Customer Satisfaction Index

Sebelum melakukan pengukuran terhadap indeks kepuasan pelanggan yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran pengukuran kepuasan, maka dilakukannya *Customer Satisfaction Index* untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna Bus DAMRI rute Ende-Kelimutu. Adapun tahapan pencarian CSI sebagai berikut:

- a. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Mean Importance Score (MIS) adalah rata – rata skor pentingnya suatu faktor yang berasal dari rata – rata harapan tiap penumpang. Sedangkan Mean Satisfaction Score (MSS) adalah rata – rata kenyataan suatu faktor yang berasal dari rata – rata kinerja perusahaan yang dirasakan oleh penumpang. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel dibawah ini yaitu menyajikan rekapitulasi nilai Mean Importance Score (MIS) dan Mean Satisfaction Score (MSS) berdasarkan hasil penelitian responden terhadap sejumlah variabel yang diteliti. Nilai MIS menunjukan kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap setiap variabel, sementara nilai MSS mencerminkan tentang kepuasan pelanggan yang dirasakan terhadap variabel tersebut. Dari tabel tersebut terlihat bahwa variabel dengan nilai kualitas pelayanan tertinggi adalah variabel nomor 10 dengan total nilai kualitas pelayanan sebesar 298 nilai ini bisa dilihat pada tabel (4.5) dan nilai MIS sebesar 3,39. Sementara itu, variabel dengan total nilai kepuasan tertinggi adalah variabel nomor 16 dengan total nilai kepuasan sebesar 309 nilai ini bisa dilihat pada tabel (4.5) dan nilai MSS sebesar 3,51. Terkait jumlah data pada kolom Total Kepuasan Pelanggan yang hanya mencantumkan dua nilai, hal ini disebabkan oleh jumlah pernyataan yang berbeda pada masing-masing variabel. Pada variabel kualitas pelayanan, terdapat 15 pernyataan, Sementara itu, pada variabel kepuasan

pelanggan, hanya terdapat 2 pernyataan. Oleh karena itu, rekapitulasi nilai total dan perhitungan MSS (Mean Score of Satisfaction) berdasarkan data kepuasan pelanggan hanya menghasilkan dua nilai utama, sesuai dengan jumlah pernyataan yang tersedia dalam variabel tersebut.

Tabel 1. Rekapitulasi Nilai MIS dan MSS

No	Total Kualitas Pelayanan	Nilai MIS $\sum n = Y$ n	Total Kepuasan Pelanggan	Nilai MSS $\sum n = x$ n
1	268	3,05	309	3,51
2	275	3,13	299	3,40
3	281	3,19		
4	273	3,10		
5	225	2,56		
6	247	2,81		
7	293	3,33		
8	271	3,08		
9	276	3,14		
10	298	3,39		
11	260	2,95		
12	284	3,23		
13	267	3,03		
14	281	3,19		
15	264	3,00		
Total	4.063	46,18	608	6,91

Sumber : Hasil Analisis Data, 2025

b. Menghitung *Weight Factors* (WF)

Langkah selanjutnya adalah membuat *Weight Factors* (WF) atau Faktor Tertimbang. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per-atribut terhadap total MIS seluruh atribut. Mean Importance Score (MIS) merupakan nilai rata-rata yang menunjukkan tingkat pentingnya suatu variabel menurut penilaian responden. Sementara itu, *Weight Factors* (WF) atau faktor pembobot diperoleh dengan cara membagi nilai Mean Importance Score (MIS) masing-masing variabel dengan total keseluruhan, yaitu sebesar 46,18 perhitungan ini menghasilkan nilai *Weight Factors* (WF) yang secara total berjumlah 1,00 atau setara dengan 100%. Variabel yang memiliki bobot paling tinggi adalah variabel nomor 10 dengan WF sebesar 0,073 sedangkan variabel dengan nilai bobot terendah adalah variabel nomor 5 dengan *Weight Factor* (WF) sebesar 0,055. Untuk menghitung nilai *Weight Factors* (WF) dapat menggunakan rumus :

$$WF = \frac{3,05}{46,18} = 0,066$$

Berikut adalah rekapitulasi hasil perhitungan nilai *Weight Factor* (WF) yang dapat dilihat pada tabel 4.38:

Tabel 2. Rekapitulasi nilai MIS dan WF

No	Nilai MIS	Nilai WF
1	3,05	0,066
2	3,13	0,068
3	3,19	0,069
4	3,10	0,067
5	2,56	0,055
6	2,81	0,061

7	3,33	0,072
8	3,08	0,067
9	3,14	0,068
10	3,39	0,073
11	2,95	0,064
12	3,23	0,070
13	3,03	0,066
14	3,19	0,069
15	3,00	0,065
Total	46,18	1,000

Sumber : Hasil Analisis Data, 2025

c. Menghitung *Weight Score* (WS)

Membuat *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang merupakan perkalian antara WF dengan rata – rata kinerja atau Mean Satisfaction Score (MSS). Menghitung kontribusi tertimbang dari tingkat kepuasan (MSS) terhadap keseluruhan dengan mempertimbangkan bobot kepentingannya (WF). Berdasarkan data dalam tabel, variabel nomor 10 memberikan nilai WS tertinggi sebesar 0,507, yang berarti variabel ini memberikan sumbangan paling besar terhadap kepuasan keseluruhan. Sebaliknya, nilai WS terendah ditemukan pada variabel nomor 5, yaitu sebesar 0,383. Jumlah total seluruh nilai WS adalah 6,910, yang mencerminkan total kontribusi semua variabel yang telah dianalisis. Berikut adalah rekapitulasi hasil perhitungan *Weight Score* (WS) yang dapat dilihat pada tabel 4.39

Tabel 3. Rekapitulasi nilai WS

No	Nilai WF	Nilai MSS	Nilai WS
1	0,066	6,91	0,456
2	0,068	6,91	0,468
3	0,069	6,91	0,477
4	0,067	6,91	0,464
5	0,055	6,91	0,383
6	0,061	6,91	0,420
7	0,072	6,91	0,498
8	0,067	6,91	0,461
9	0,068	6,91	0,470
10	0,073	6,91	0,507
11	0,064	6,91	0,441
12	0,070	6,91	0,483
13	0,066	6,91	0,453
14	0,069	6,91	0,477
15	0,065	6,91	0,449
Total			6,910

Sumber : Hasil Analisis Data, 2025

d. Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan penumpang secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan atribut – atribut produk/jasa. Nilai persentase CSI dihitung dengan membagi skor tertimbang dengan skala maksimum yang digunakan.

Untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna Bus DAMRI pada rute Ende-Kelimutu dapat ditentukan dengan menggunakan kriteria nilai Customer Satisfaction Index (CSI). Dari hasil analisis menggunakan metode CSI diperoleh nilai 0,691 artinya dengan memperoleh nilai tersebut

secara keseluruhan pelanggan merasa puas dengan layanan bus DAMRI. Berikut merupakan langkah perhitungan nilai CSI dan tabel rekapitulasi keseluruhan perhitungan.

$$CSI = \frac{\sum 6,910}{10}$$

$$= 0,691$$

Tabel 4. Rekapitulasi Keseluruhan Perhitungan

Atribut	Rata Rata kualitas pelayanan	Rata – rata kepuasan pelanggan	Weight Factors (WF)	Weight Score (WS)
1	3,05	6,91	0,066	0,456
2	3,13	6,91	0,068	0,468
3	3,19	6,91	0,069	0,477
4	3,10	6,91	0,067	0,464
5	2,56	6,91	0,055	0,383
6	2,81	6,91	0,061	0,420
7	3,33	6,91	0,072	0,498
8	3,08	6,91	0,067	0,461
9	3,14	6,91	0,068	0,470
10	3,39	6,91	0,073	0,507
11	2,95	6,91	0,064	0,441
12	3,23	6,91	0,070	0,483
13	3,03	6,91	0,066	0,453
14	3,19	6,91	0,069	0,477
15	3,00	6,91	0,065	0,449
Total	46,18	103,650	1,000	6,910
<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>				0,691

Sumber : Hasil Analisis Data, 2025

Jadi diketahui dari tabel dan perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) diatas bahwa nilai CSI kepuasan sebesar 0,691 dan ini terdapat pada rentang 0,66 – 0,80 dengan arti tingkat kepuasan pelanggan “Puas”.

Analisis Hal-Hal Yang Menjadi Prioritas Perbaikan

Pada metode *Importance Performance Analysis (IPA)* juga terdapat perhitungan untuk menentukan urutan prioritas layanan, yang diukur dengan tingkat kesesuaian untuk menentukan prioritas perbaikan layanan terbaik untuk mencapai kepuasan Pelanggan.

1. Menghitung data nilai variabel kinerja

Untuk mendapatkan nilai rata-rata kinerja tiap indikator pada tabel 4.41 dapat dihitung menggunakan rumus .

$$Xi = \frac{268}{88} = 3,05$$

2. Menghitung data nilai variabel harapan/kepentingan

Untuk mendapatkan nilai rata-rata harapan/kepentingan tiap indikator pada tabel 4.41 dapat di hiting menggunakan rumus.

$$Yi = \frac{309}{88} = 3,51$$

Berikut adalah rekapitulasi perhitungan tingkat kesesuaian yang dapat dilihat pada tabel 4.41

Table 5. Tingkat Kesesuaian dan rata – rata

No	Pernyataan – pernyataan	kualit as	Rata- rata	kepua san	Rata- ra ta	Tingkat Kesesuaian
----	-------------------------	-----------	------------	-----------	-------------	--------------------

		pelay anan		pelan ggan	(%)	
1	Fasilitas fisik bus (kebersihan,kenyamanan)	268	3,05	608	6,91	44,08%
2	Kenyamanan tempat duduk dan fasilitas di dalam bus	275	3,13	608	6,91	45,23%
3	Penampilan staf	281	3,19	608	6,91	46,22%
4	Kemampuan untuk memberikan layanan	273	3,10	608	6,91	44,90%
5	Ketepatan waktu keberangkatan bus Damri	225	2,56	608	6,91	37,01%
6	Ketersediaan bus sesuai dengan jadwal yang diumumkan	247	2,81	608	6,91	40,63%
7	Kesediaan staf untuk membantu penumpang	293	3,33	608	6,91	48,19%
8	Kecepatan petugas dalam menangani keluhan atau pertanyaan	271	3,08	608	6,91	44,57%
9	Ketersediaan informasi yang jelas mengenai layanan	276	3,14	608	6,91	45,39%
10	Pengetahuan dan keterampilan staf	298	3,39	608	6,91	49,01%
11	Kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan	260	2,95	608	6,91	42,76%
12	Sikap staf ang rama dan profesional	284	3,23	608	6,91	46,71%
13	Perhatian petugas terhadap kebutuhan penumpang	267	3,03	608	6,91	43,91%
14	Sikap petugas bus dalam memberikan pelayanan	281	3,19	608	6,91	46,22%
15	Pendekatan personal dalam memberikan pelayanan	264	3,00	608	6,91	43,42%
Tingkat Kesesuaian Total						44,55%

Sumber :Hasil Analisis Data, 2025

Setelah dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian, untuk skor pengambilan keputusan diambil dari tingkat kesesuaian total. Dimana tingkat kesesuaian total yang didapat adalah 44,55%. Nilai tingkat kesesuaian total akan dibandingkan dengan tingkat kesesuaian, apabila nilai tingkat kesesuaian kecil dari tingkat kesesuaian total maka atribut tersebut perlu adanya perbaikan (Action) dan bila tingkat kesesuaian lebih besar dari tingkat kesesuaian total maka atribut tersebut perlu dipertahankan (Hold).

1. Jika tingkat kesesuaian kecil dari 44,55% maka perlu adanya perbaikan yang ditandai dengan huruf A (Action)
2. Jika tingkat kesesuaian besar dari 44,55% maka perusahaan perlu mempertahankan atribut tersebut yang ditandai dengan huruf H (hold).

Tabel 6. Hold and action

Dimensi	No	Tingkat Kesesuaian (%)	Tingkat Kesesuaian Total (%)	Hold and Action
Reliability	1	44,08%	44,55%	A
	2	45,23%	44,55%	H
	3	46,22%	44,55%	H

Responsiveness	4	44,90%	44,55%	H
	5	37,01%	44,55%	A
	6	40,63%	44,55%	A
Assurance	7	48,19%	44,55%	H
	8	44,57%	44,55%	H
	9	45,39%	44,55%	H
Emphaty	10	49,01%	44,55%	H
	11	42,76%	44,55%	A
	12	46,71%	44,55%	H
Tangible	13	43,91%	44,55%	A
	14	46,22%	44,55%	H
	15	43,42%	44,55%	A

Sumber : Hasil Analisis Data, 2025

Dari tabel 6, dapat dilihat ada beberapa atribut yang harus mendapatkan perhatian lebih atau perlu dilakukannya perbaikan (Action) karna atribut tersebut belum dapat memuaskan penumpang, yaitu sebanyak 6 atribut. Adapun atribut – atribut tersebut sebagai berikut :

1. Fasilitas fisik bus (kebersihan,kenyamanan)
2. Ketepatan waktu keberangkatan bus Damri
3. Ketersediaan bus sesuai dengan jadwal yang diumumkan
4. Kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan
5. Perhatian petugas terhadap kebutuhan penumpang
6. Pendekatan personal dalam memberikan pelayanan

Dari tabel 6 juga dapat dilihat, juga terdapat beberapa atribut yang perlu dipertahankan (Hold) oleh pihak perusahaan Damri yaitu sebanyak 9 atribut. Adapaun atribut – atribut tersebut sebagai berikut :

1. Kenyamanan tempat duduk dan fasilitas di dalam bus
2. Penampilan staf
3. Kemampuan untuk memberikan layanan
4. Kesediaan staf untuk membantu penumpang
5. Kecepatan petugas dalam menangani keluhan atau pertanyaan
6. Ketersediaan informasi yang jelas mengenai layanan
7. Pengetahuan dan keterampilan staf
8. Sikap staf yang ramah dan profesional
9. Sikap petugas bus dalam memberikan pelayanan

KESIMPULAN

Kesimpulan menggambarkan jawaban dari tujuan penelitian atau temuan ilmiah yang diperoleh. Berdasarkan hasil analisis terhadap lima dimensi kualitas pelayanan (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy), dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Bus DAMRI rute Ende–Kelimutu berada pada kategori baik. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata masing-masing dimensi yang seluruhnya berada di atas 2,50 dalam skala 4.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Bus DAMRI secara keseluruhan berada pada kategori puas, dengan nilai Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 0,691. Atribut dengan nilai Weight Score (WS) tertinggi adalah Pengetahuan dan Keterampilan Staf (WS = 0,507), menunjukkan bahwa aspek ini memberikan kontribusi paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Atribut dengan nilai Weight Score (WS) terendah adalah Ketepatan Waktu Keberangkatan (WS = 0,383), menunjukkan bahwa aspek ini perlu segera mendapatkan perhatian lebih dari pengelola untuk perbaikan. pelanggan secara umum merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bus DAMRI rute Ende – Kelimutu. Mayoritas responden juga menyatakan bersedia merekomendasikan layanan ini kepada orang lain, yang menandakan adanya tingkat loyalitas dan kepercayaan yang baik terhadap layanan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing 1 dan pembimbing 2 atas dukungan bimbingan yang diberikan dalam pelaksanaan penelitian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada kepala kantor DAMRI yang telah memberikan akses terhadap data yang diperlukan dalam analisis. Penulis juga menghargai kontribusi dan dukungan dari teman-teman yang telah memberikan masukan berharga selama proses penulisan jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Riyanto. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Price Discount Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Kepuasan Pelanggan*, 19.
- Dewantoro, D., & Widodo, W. (2015). Analisis Preferensi Masyarakat terhadap Penggunaan Jasa Pelayanan Transportasi Bus AKDP Semarang-Kendal (Studi Kasus: Komuter Semarang-Kendal) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Fatmawati, Z., & Susanty, A. (2016). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna bus rapid transit (Brt) trans Semarang Dengan Metode heterogeneous customer satisfaction index Dan importance performance analysis. *Industrial Engineering Online Journal*, 5(4).
- Gumilang, G., & Sinurat, W.-F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Bus DAMRI (Survei Terhadap Pengguna Jasa Bus DAMRI Trayek Bandung-Lampung). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 13(1), 36–45.
- Lathifa, U. K., & Silvianita, A. (2023). Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen di Bandung). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 55-71.
- Rastryana, U., Masahere, U., & Rusmayanti, S. (2022). Analisis Ipa Dan Csi Terhadap Kepuasan Pelanggan Market Place Pada Pelayanan J&T Express Indonesia. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(2), 41. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i2.1814>
- Wisudawati, N., Irfani, M. G., Hastarina, M., & Santoso, B. (2023). Penggunaan Metode Importance-Performance Analysis (IPA) Untuk Menganalisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Administrasi Kependudukan. *Integrasi : Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 8(1), 32–39. <https://doi.org/10.32502/js.v8i1.5969>
- Fadhilah, Maulida Wahyu, and Sholihati Amalia. 2022. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Bus Kota DAMRI Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Penumpang Bus Kota DAMRI Bandung).” *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi* 7(3):150–62. doi: <https://doi.org/10.35313/jrbi.v7i2.3254>.
- Herlambang, Setyaji, Agus Hermani, and Sari Listyorini. 2013. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Loyalitas Pelanggan Bus Damri Kota Semarang (Studi Pada Penumpang Bus DAMRI Rute Ngaliyan – Pucang Gading Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 2(4):155–66. doi: <https://doi.org/10.14710/jiab.2013.3632>.
- Lestari, Dina Ayu, You She, and Melly Anne. 2024. “Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Lokasi Terhadap Pengguna Jasa Bus Damri Di Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta.” *AerpaceEngineering* 1(1):1–9. doi: <https://doi.org/10.47134/aero.v1i1.2331>.
- Sinaga, Lesta Riana, Nur Efendi, and M. Iqbal Harori. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri.” *Jurnal Perspektif Bisnis* 3(2):89–96.
- Wirakanda, Gugum Gumilang, and Fernando Sinurat. 2023. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Bus DAMRI.” *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* 13(1):36–45.
- Yuliyana, Wulan, and Eva Febriyani. 2018. “Minat Beli Penumpang Bus Damri Unit Angkutan.” *Jurnal Ekonomi Manajemen* 4(1):19–28.