

**ANALISIS KESENJANGAN PERSEPSI DAN HARAPAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN JASA ANGKUTAN BIS ANTAR KOTA
JENIS PATAS PADA P.O. HARAPAN JAYA
DI TULUNGAGUNG**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**



DIAJUKAN OLEH :

ANIS FARIDA

No. Pokok : 049314460

**K E P A D A
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A
1999**

SKRIPSI

**ANALISIS KESENJANGAN PERSEPSI DAN HARAPAN KONSUMEN
TERHADAP PELAYANAN JASA ANGKUTAN BIS ANTAR KOTA
JENIS PATAS PADA P.O. HARAPAN JAYA**

DI TULUNGAGUNG

**MILIE
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH

ANIS FARIDA

No. Pokok : 049314460

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Y. LILIK RUDIANTO, S.E., MBA.

TANGGAL 28 *set* 2009

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, S.E

TANGGAL 29 *oktober* 2009

ABSTRAKSI

Transportasi tumbuh dan berkembang sejalan dengan majunya kondisi masyarakat sehingga menyebabkan nilai yang dituntut terhadap jasa transportasi meningkat pula. Bagi pengguna jasa angkutan bis antarkota, hal ini terbukti dengan semakin dipilihnya sarana angkutan bis antarkota yang lebih banyak memberikan fasilitas dan kenyamanan.

Bagi perusahaan jasa pemberian pelayanan yang berkualitas merupakan suatu strategi yang tepat untuk dapat berhasil dalam persaingan.

Pelayanan yang berkualitas tersebut bertujuan untuk memuaskan konsumen. Kepuasan akan tercapai bila tidak ada kesenjangan antara pelayanan yang diterima konsumen (persepsi konsumen) dengan pelayanan yang diharapkan (harapan konsumen).

Agar dapat selalu memberi pelayanan yang memuaskan, maka penting bagi perusahaan mengadakan penelitian untuk mengetahui apakah yang diberikan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan konsumen.

Ditengah persaingan bisnis jasa angkutan jalan, khususnya angkutan bis antar kota jenis Patas, PO. Harapan Jaya di Tulungagung dalam usaha memuaskan konsumennya, maka dilakukan penelitian untuk mengetahui apakah terdapat kesenjangan antara pelayanan yang diterima (persepsi konsumen) dengan pelayanan yang diharapkan (harapan konsumen).

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap penumpang bis Patas Harapan Jaya untuk tujuan Surabaya yang berangkat melalui terminal Tulungagung. Dalam penelitian ini setiap responden mengisi data berpasangan (persepsi dan harapan). Untuk mengetahui kesenjangan persepsi dan harapan konsumen dilakukan Tes Ranking Bertanda Wilcoxon untuk data Berpasangan.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa secara umum terdapat kesenjangan antara pelayanan yang diterima (persepsi konsumen) dengan pelayanan yang diharapkan (harapan konsumen) atau konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Terhadap atribut yang belum memenuhi harapan konsumen, peneliti berusaha memberi saran-saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi PO. Harapan Jaya dalam memperbaiki pelayanannya.