Research Review
Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Vol. 5, No. 1, Juni 2026 ISSN: 29622743

Analisis Tingkat Kepuasan Penumpang terhadap Kualitas Pelayanan AKAP Bus Rute Gorontalo-Kotamobagu pada Terminal Dungingi

(Analysis of Passenger Satisfaction Levels with AKAP Bus Services on the Gorontalo-Kotamobagu Route at the Dungingi Terminal)

Wahyu Hidayat[1], Yulianti Kadir[2], Arfan Usman Sumaga[3]
[1,2,3]Teknil Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Gorontalo
wahyuhidayat9f@gmail.com[1], yuliyanti_kadir@ung.ac.id[2], arfan.sumaga@ung.ac.id[3]

Article Info

Article history:

Received: 8 Mei 2026
Revised: 10 Juni 2026
Accepted: 11 Juni 2026

Keywords:

Passenger Satisfaction
Service Quality
SERVQUAL
Customer Satisfaction Index
Intercity and Interprovincial Bus (AKAP)

Kata Kunci:

Kepuasan Penumpang
Kualitas Pelayanan
SERVQUAL
Indeks Kepuasan Pelanggan
Bus Antar Kota Antar Provinsi (AKAP)

Abstract

Public transportation plays an important role in supporting community mobility and economic activities. One of the transportation modes that is still widely used by the public is the Intercity and Interprovincial Bus (AKAP). The success of bus transportation services is determined not only by the operator's ability to provide vehicles but also by the quality of services delivered to passengers. Passenger satisfaction is an important indicator in evaluating transportation service quality because it is closely related to customer loyalty and service sustainability. This study aims to analyze passenger satisfaction with the service quality of AKAP buses operating on the Gorontalo–Kotamobagu route at Dungingi Terminal and to identify service dimensions that require improvement. This research employed a quantitative approach using a survey method involving 65 respondents selected through purposive sampling. The research instrument was developed based on the five SERVQUAL dimensions, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Data were analyzed using the Customer Satisfaction Index (CSI) and GAP analysis to measure the discrepancy between passengers' perceptions and expectations. The results indicate that all research instruments were valid and reliable, with Cronbach's Alpha values greater than 0.60. The GAP analysis revealed negative values across all service dimensions, indicating that the quality of service has not fully met passenger expectations. The tangibles and reliability dimensions showed the largest service gaps. Furthermore, the Customer Satisfaction Index value was 76.47%, which falls within the satisfied category. Nevertheless, improvements in service quality are still required, particularly regarding physical facilities, travel comfort, and departure punctuality.

Abstrak

Transportasi umum memiliki peran penting dalam mendukung mobilitas masyarakat dan aktivitas perekonomian. Salah satu moda transportasi yang masih banyak digunakan oleh masyarakat adalah bus Antar Kota Antar Provinsi (AKAP). Keberhasilan penyelenggaraan layanan transportasi bus tidak hanya ditentukan oleh kemampuan operator dalam menyediakan armada, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengguna jasa. Tingkat kepuasan penumpang menjadi indikator penting dalam mengevaluasi kualitas pelayanan transportasi karena berkaitan dengan loyalitas pengguna dan keberlanjutan layanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan penumpang terhadap kualitas pelayanan Bus

AKAP rute Gorontalo–Kotamobagu pada Terminal Dungingi serta mengidentifikasi dimensi pelayanan yang perlu ditingkatkan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 65 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Instrumen penelitian disusun berdasarkan lima dimensi SERVQUAL yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Analisis data dilakukan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan analisis GAP untuk mengukur kesenjangan antara persepsi dan harapan penumpang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian valid dan reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Analisis GAP menunjukkan seluruh dimensi memiliki nilai negatif yang mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan belum sepenuhnya memenuhi harapan penumpang. Dimensi bukti fisik (tangibles) dan keandalan (reliability) merupakan dimensi dengan kesenjangan terbesar. Hasil perhitungan Customer Satisfaction Index menunjukkan nilai sebesar 76,47% yang berada pada kategori puas. Meskipun demikian, peningkatan kualitas pelayanan masih diperlukan terutama pada aspek fasilitas fisik, kenyamanan perjalanan, dan ketepatan waktu keberangkatan.

Corresponding Author:

Wahyu Hidayat
Fakultas Teknik
Universitas Negeri Gorontalo
wahyuhidayat9f@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia, kebutuhan transportasi umum mengalami pertumbuhan yang pesat, sejalan dengan perkembangan ekonomi yang signifikan serta pertambahan jumlah penduduk yang sangat besar dan tersebar di berbagai wilayah. Menurut data Badan Pusat Statistik (2025), laju pertumbuhan penduduk Indonesia mencatat angka hampir 1,1% per tahun, dengan konsentrasi yang tinggi di kota-kota besar. Hal ini menciptakan permintaan yang mendesak untuk sistem transportasi yang efisien dan dapat diandalkan, guna menghubungkan daerah-daerah yang terisolasi serta mendukung mobilitas masyarakat yang dinamis. Transportasi bus, sebagai salah satu moda transportasi umum yang paling banyak digunakan, memegang peran krusial dalam menyediakan aksesibilitas bagi masyarakat, terutama dalam perjalanan antar kota dan dalam kota (Yunus et al., 2024).

Bus dikenal sebagai pilihan utama dalam transportasi publik di Indonesia, disebabkan oleh tarifnya yang relatif terjangkau dan jangkauan rute yang luas. Tersedianya berbagai perusahaan otobus (PO) yang melayani rute-rute strategis menciptakan kompetisi yang sehat dan memberikan pilihan bagi penumpang. Misalnya, di Provinsi Gorontalo, keberadaan Terminal Bus Tipe A yang melayani 10 PO untuk berbagai rute luar kota menunjukkan bahwa transportasi bus mampu menjawab kebutuhan mobilitas masyarakat lokal. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak PO dilokasi, terdapat 2 PO yang melayani rute Gorontalo-Kotamobagu dengan total 7 armada yang memiliki daya angkut sekitar 175 orang, memberikan gambaran spesifik tentang interaksi antara pengguna dan penyedia jasa transportasi.

Meski demikian, industri transportasi bus di Indonesia menghadapi serangkaian tantangan yang kompleks (Jahrizal et al., 2026). Persaingan yang semakin ketat dari moda transportasi lain seperti kereta api yang menawarkan kenyamanan dan kecepatan, pesawat terbang dengan jangkauan jarak jauh, serta layanantransportasi online yang fleksibel telah mengubah lanskap industri. Ditambah lagi, tuntutan masyarakat akan pelayanan yang lebih berkualitas semakin meningkat. Penumpang kini tidak hanya menginginkan perjalanan yang aman dan nyaman, tetapi juga pelayanan yang cepat, efisien, dan dapat diandalkan. Infrastruktur yang sering kali belum optimal di beberapa wilayah, terutama di daerah terpencil, menjadi penghalang tambahan yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan. Regulasi pemerintah yang terus berkembang juga berkontribusi pada dinamika ini. Kebijakan transportasi, standar keselamatan, pengawasan kualitas layanan, dan perlindungan konsumen mengharuskan operator bus untuk beradaptasi dengan cepat. Hal ini menuntut perusahaan bus untuk meningkatkan kapasitas, teknologi, dan manajemen operasional mereka guna tetap bersaing.

Pada penelitian kali ini, kepuasan penumpang menjadi indikator yang sangat fundamental untuk mengukur keberhasilan layanan transportasi bus. Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan penumpang

berhubungan langsung dengan loyalitas pengguna; pengguna yang puas cenderung memilih layanan yang sama berulang kali dan mempromosikannya kepada orang lain (Novianto & Akbar, 2019; Purnandika & Septiana, 2023; Saribanon et al., 2016). Di sisi lain, tingkat ketidakpuasan menyebabkan penurunan jumlah penumpang secara signifikan dan berpotensi mengancam keberlangsungan operasional perusahaan transportasi. Fenomena ini menunjukkan bahwa mengabaikan kebutuhan dan harapan penumpang dapat berakibat fatal dalam hal kelangsungan bisnis.

Pentingnya untuk memahami dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan penumpang menegaskan perlunya penelitian mendalam di area ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmiah dengan metode kuantitatif dan kualitatif untuk menggali lebih dalam tentang aspek-aspek kualitas pelayanan, seperti kenyamanan, kecepatan, efisiensi, serta sikap dan perilaku staf. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang aplikatif bagi operator bus dalam meningkatkan layanan dan mempertahankan pangsa pasar di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan begitu, kita dapat merumuskan strategi yang tidak hanya meningkatkan kepuasan penumpang, tetapi juga mendorong keberlanjutan industri transportasi bus di Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Saputra dan Kurniadi (2019) Kepuasan dapat dipahami sebagai ukuran perbandingan antara apa yang diharapkan dengan kenyataan yang diterima. Semakin sesuai harapan dengan realitas, maka tingkat kepuasan akan semakin tinggi, begitu pula sebaliknya jika terjadi ketidaksesuaian. Salah satu hal penting untuk pengembangan sebuah sistem informasi yaitu tingkat kepuasan pengguna, dengan kepuasan pengguna suatu aplikasi dapat digunakan sebagai acuan untuk mengembangkan suatu sistem atau aplikasi itu sendiri. Selain sebagai acuan, Kepuasan pengguna juga berfungsi sebagai indikator untuk mengetahui aspek positif dan kekurangan pada sistem yang tengah dijalankan.Dalam sektor transportasi, kepuasan penumpang menggambarkan tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan. Tingkat kepuasan yang tinggi menunjukkan bahwa layanan telah mampu memenuhi kebutuhan pengguna jasa.

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Hazizah dan Ramadhani (2025), kualitas pelayanan merupakan suatu konsep yang sangat penting dalam pengelolaan organisasi modern, khususnya dalam upaya memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai kesesuaian antara ekspektasi pelanggan dengan pengalaman aktual yang diterima melalui proses pelayanan. Definisi ini menekankan pada pentingnya organisasi menjalankan serangkaian aktivitas yang tidak hanya memenuhi standar dan prosedur yang telah ditetapkan, tetapi juga berorientasi pada kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Berdasarkan jurnal Dionisius dan Nur (2024), model *ServQual*, yang banyak digunakan dalam penelitian terkini, memaparkan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur berdasarkan lima dimensi utama, yakni bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), responsivitas (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kelima dimensi ini digunakan untuk menilai sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa, kualitas pelayanan merangkum seluruh proses dan interaksi yang bertujuan untuk menciptakan kepuasan optimal, di mana semakin kecil kesenjangan antara harapan dengan kenyataan yang diterima pelanggan, maka semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh organisasi.

Dalam konteks transportasi, kualitas pelayanan mencakup seluruh aspek layanan yang dapat dirasakan dan dinilai oleh penumpang mulai dari proses pembelian tiket, menunggu di terminal, perjalanan, hingga tiba di tujuan.

2.3 Metode SERVQUAL

Metode SERVQUAL digunakan untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap suatu layanan. Nilai GAP dihitung dengan rumus:

GAP=Persepsi−HarapanGAP = Persepsi - HarapanGAP=Persepsi−Harapan

Nilai GAP positif menunjukkan pelayanan melebihi harapan pelanggan, sedangkan nilai GAP negatif menunjukkan pelayanan belum memenuhi harapan pelanggan.

2.4 Customer Satisfaction Index (CSI)

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu organisasi dalam memberikan layanan. Tingkat kepuasan yang tinggi tidak hanya berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan, tetapi juga dapat meningkatkan kemungkinan pembelian ulang, memperkuat citra perusahaan, serta mendukung keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang (Rizal, 2025). Oleh karena itu, pengukuran kepuasan pelanggan menjadi aspek yang penting untuk membantu perusahaan memahami persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan (Lake et al., 2024).

Salah satu metode yang banyak digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh adalah Customer Satisfaction Index (CSI). Metode ini memungkinkan perusahaan memperoleh gambaran komprehensif mengenai tingkat kepuasan pelanggan dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari setiap atribut pelayanan yang dinilai. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat mengetahui atribut pelayanan mana yang memberikan kontribusi terbesar terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam menentukan prioritas perbaikan dan pengalokasian sumber daya secara lebih efektif (Pamungkas, 2026).

Menurut Efendy et al. (2024), Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara komprehensif dengan mempertimbangkan berbagai atribut produk atau layanan beserta tingkat kepentingannya. Pendekatan ini memberikan hasil yang lebih representatif dibandingkan pengukuran kepuasan secara sederhana karena setiap atribut diberikan bobot sesuai dengan tingkat kepentingan yang dirasakan oleh pelanggan. Sejalan dengan pendapat tersebut, Sumaga (2013) menjelaskan bahwa CSI dirancang untuk menghasilkan informasi yang lebih akurat mengenai tingkat kepuasan pelanggan dengan memperhatikan prioritas atau bobot kepentingan pada setiap atribut pelayanan. Dengan demikian, atribut yang dianggap lebih penting oleh pelanggan akan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap nilai kepuasan secara keseluruhan.

Selain itu, Aulia et al. (2025) menyatakan bahwa CSI merupakan suatu indeks yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan evaluasi terhadap berbagai atribut layanan yang relevan. Penggunaan CSI memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai tingkat kepuasan pelanggan karena tidak hanya mempertimbangkan penilaian kinerja layanan, tetapi juga memperhitungkan tingkat harapan dan kepentingan pelanggan terhadap layanan tersebut. Oleh karena itu, metode CSI banyak digunakan dalam penelitian yang berfokus pada evaluasi kualitas pelayanan, termasuk pada sektor transportasi.

Interpretasi nilai Customer Satisfaction Index (CSI) dilakukan untuk mengetahui kategori tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Nilai CSI pada rentang 0–25% dikategorikan sebagai tidak puas, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan masih jauh dari harapan pelanggan. Nilai CSI pada rentang 25–50% termasuk kategori kurang puas, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar harapan pelanggan belum terpenuhi secara optimal. Selanjutnya, nilai CSI pada rentang 50–70% berada pada kategori cukup puas, yang menunjukkan bahwa pelayanan telah memenuhi sebagian harapan pelanggan meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Nilai CSI pada rentang 70–90% termasuk kategori puas, yang berarti pelayanan yang diberikan telah mampu memenuhi sebagian besar harapan pelanggan. Sementara itu, nilai CSI pada rentang 90–100% dikategorikan sebagai sangat puas, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan telah memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan secara optimal.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Terminal Dungingi dengan focus terhadap layanan bus AKAP rute Gorontalo-Kotamobagu. Lokasi penelitian seperti yang dinjukkan pada di bawah ini.



Gambar 1. Lokasi Penelitian

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survey deskriftif. Lokasi penelitian Adalah Terminal Dungingi pada layanan Bus AKAP rute Gorontalo-Kotamobagu.

Populasi penelitian berjumlah 183 penumpang dengan jumlah sampel 65 responden berdasarkan rumus Slovin (margin of error 10%). Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling.

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan :
n= Sampel
N= Jumlah Populasi
e= Margin error (10%)

Instrumen penelitian terdiri dari 15 item pernyataan sesuai dengan dimensi SERVQUAL yaitu, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik.

3.3 Analisis Data

3.3.1 Uji Validitas

Validitas merupakan serangkaian proses pengujian yang bertujuan untuk membuktikan bahwa suatu instrumen atau alat pengukuran dapat mengukur aspek yang memang seharusnya diukur. Pada penelitian, pengujian ini berperan untuk menjamin data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut bersifat tepat dan sesuai dengan variabel yang menjadi fokus kajian. Pengujian ini wajib dilakukan untuk memvalidasi bahwa setiap pernyataan yang akan digunakan mampu menghasilkan hasil yang sesuai dan mencerminkan variabel yang ingin diukur. Persamaan berikut merupakan rumus yang akan digunakan pada pengujian ini.

$$r_{xy} = \frac{N(\Sigma x_i y_i) - (\Sigma x_i)(\Sigma y_i)}{\sqrt{(N(\Sigma x_i^2) - (x_i)^2)(N(\Sigma y_i^2) - (y_i)^2)}}$$

Keterangan :
rxy = Koefisien korelasi
N = Jumlah responden
xi = Skor setiap Item pada percobaan pertama
yi = Skor setiap item pada percobaan selanjutnya

3.3.2 Analisis GAP (Persepsi-Harapan)

Analisis GAP adalah metode sistematis untuk mengevaluasi perbedaan antara kinerja atau kondisi aktual saat ini dengan kondisi ideal/target yang ingin dicapai di masa depan. Analisis ini mengidentifikasi "kesenjangan" (gap) dan merumuskan rencana aksi untuk menutup celah tersebut guna meningkatkan efisiensi, produktivitas, atau memenuhi standar tertentu, rumus gap dapat dilihat pada persamaan berikut :

GAP = Rata-rata Skor persepsi – Rata-rata skor harapan

3.3.3 Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) adalah suatu pendekatan guna mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen secara komprehensif dengan memperhitungkan tingkat kepentingan dari berbagai karakteristik layanan. CSI dirancang untuk menyediakan data yang lebih tepat mengenai tingkat kepuasan konsumen dengan memperhatikan prioritas atau bobot kepentingan yang diberikan konsumen terhadap berbagai elemen pelayanan (Sumaga, 2013). Untuk memperoleh seluruh tingkat kepuasan, digunakan rumus perhitungan sebagai berikut :

1) Menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan (*Mean Importance Score*/MIS) dan nilai rata-rata tingkat kepuasan (*Mean Satisfaction Score*/MSS.
2) Menghitung Weight Factor (WF) : $\text{WF} = \frac{\text{MIS}}{\text{Total MIS}} \times 100$
3) Menghitung Weight Score (WS) : $\text{WS} = \text{WF} \times \text{MSS}$
4) Menghitung CSI : $\text{CSI} = \frac{(\sum \text{WS})}{\text{HS}}$

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

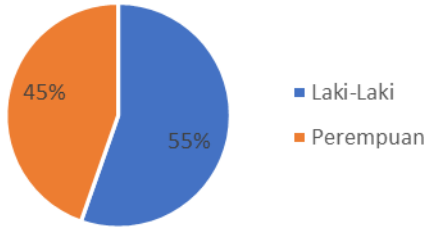
4.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil hitung populasi menggunakan rumus slovin, didapatkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 65 orang. Responden yang menjadi subjek penelitian ini terbagi dalam 5 kategori utama, yakni berdasarkan jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, usia, dan frekuensi penggunaan Bus Rute Gorontalo-Kotamobagu. Berikut ini disajikan profil responden yang divisualisasikan dalam bentuk grafik.

4.1.1 Jenis kelamin

Dari 65 orang sampel berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi dua, yaitu Laki-laki dan Perempuan. Pada penelitian ini ditemukan lebih banyak responden laki-laki daripada responden perempuan

dalam pengisian kuesioner. Dimana jumlah responden laki-laki sebanyak 37 orang dan responden perempuan sebanyak 29 orang. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 2.

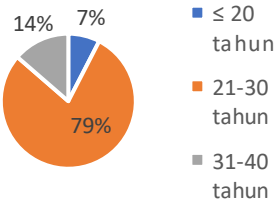


Gambar 2.Grafik Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini, jumlah responden laki-laki lebih banyak dibandingkan responden perempuan. Hal ini dapat berkaitan dengan pola mobilitas, di mana laki-laki umumnya memiliki tingkat frekuensi perjalanan yang lebih tinggi untuk keperluan pekerjaan, bisnis, maupun aktivitas ekonomi lainnya.

4.1.2 Usia

Data yang diperoleh dari sampel sebanyak 65 orang menunjukan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 21-30 tahun. Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Gambar 3.

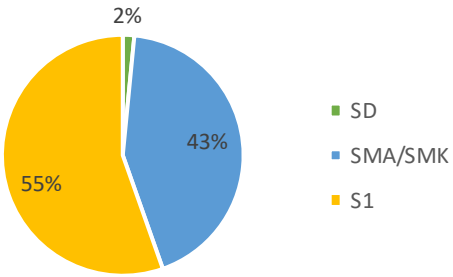


Gambar 3. Grafik Kelompok Usia

Berdasarkan tabel di atas, ditemukan bahwa responden di dominasi oleh kelompok usia 21-30 tahun. Hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor transisi kehidupan pada fase tersebut, di mana individu berada pada tahap aktif membangun karier, melanjutkan pendidikan, atau mencari peluang ekonomi, sehingga intensitas perjalanan menjadi lebih tinggi.

4.1.3 Pendidikan Terakhir

Berdasarkan tingkat pendidikan, responden peneliti berasal dari berbagai latar belakang pendidikan, mulai dari pendidikan menengah hingga pendidikan tinggi. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada Gambar 4.

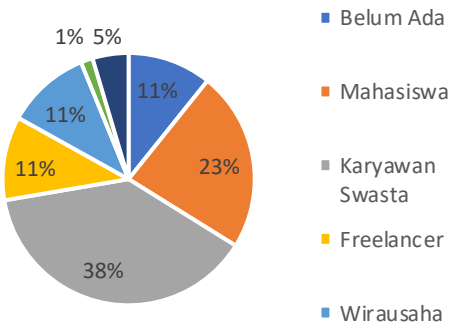


Gambar 4.Grafik Pendidikan Terakhir

Pada penelitian ini, responden dengan latar belakang pendidikan S1 lebih banyak daripada SD, atau SMA/SMK. Hal ini dapat disebabkan oleh karakteristik pengguna layanan rute dan fungsi layanan bus Gorontalo-Kotamobagu yang banyak digunakan untuk keperluan pendidikan dan pekerjaan formal. Rute ini menghubungkan wilayah yang memiliki pusat pendidikan dan aktivitas ekonomi.

4.1.4 Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa pengguna Bus AKAP berasal dari beragam jenis pekerjaan. Karakteristik resposnden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Gambar 5.

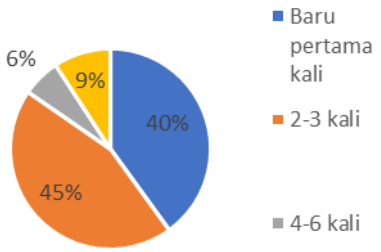


Gambar 5. Grafik Kelompok Pekerjaan

Berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner, dapat dilihat bahwa responden berasal dari beragam jenis pekerjaan, seperti pelajar/mahasiswa, pegawai, wiraswasta, dan perkerjaan lainnya. Keberagaman pekerjaan ini menunjukkan bahwa Bus AKAP menjadi moda transportasi yang fleksibel dan dapat digunakan oleh berbagai kelompok

4.1.5 Frekuensi Penggunaan

Frekuensi penggunaan bus menunjukkan bahwa rata-rata responden sudah menggunakan Bus AKAP rute ini lebih dari satu kali. Karakteristik responden berdasarkan frekuensi penggunaan dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Grafik Frekuensi Penggunaan

Berdasarkan Tabel 6 frekuensi penggunaan Bus, sebagian besar responden merupakan penumpang yang telah menggunakan layanan Bus AKAP lebih dari satu kali. Hal ini menunjukkan adanya tingkat kepercayaan dan ketergantungan penumpang terhadap layanan Bus AKAP rute Gorontalo-Kotamobagu.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Seluruh item memiliki nilai r hitung > r table (0,244), sehingga dinyatakan valid, sesuai dengan hasil pada Tabel 1. Nilai *Cronbach's Alpha* seluruh dimensi > 0,60, yang menunjukkan instrumen reliabel ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 1. Tabel Uji Validitas

Pernyataan	Pearson Correlation	r tabel
KD1	0.866	
KD2	0.856	
KD3	0.882	
DT1	0.848	
DT2	0.892	

DT3	0.814	
JM1	0.882	
JM2	0.910	
JM3	0.847	
EP1	0.818	0,244
EP2	0.850	
EP3	0.812	
BF1	0.923	
BF2	0.897	
BF3	0.961	

Tabel 2. Tabel Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha
Keandalan	3	0,836
Daya Tanggap	3	0,809
Jaminan	3	0,853
Empati	3	0,765
Bukti Fisik	3	0,898

4.3 Analisis GAP

Analisis GAP dilakukan untuk mengetahui kesenjangan antara tingkat kinerja pelayanan yang dirasakan penumpang (persepsi) dengan tingkat kepentingan atau harapan penumpang terhadap pelayanan Bus AKAP rute Gorontalo–Kotamobagu. Dalam penelitian ini, nilai persepsi diperoleh dari Mean Satisfaction Score (MSS), sedangkan nilai harapan diperoleh dari Mean Importance Score (MIS). Semakin kecil nilai GAP yang dihasilkan, maka semakin baik tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapan penumpang. Sebaliknya, nilai GAP yang semakin negatif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diterima penumpang masih berada di bawah harapan mereka.

Nilai rata-rata persepsi penumpang terhadap masing-masing atribut pelayanan disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Mean Satisfaction Score (MSS)

Tabel 3. Tabel MSS

Dimensi	MSS	Total
Keandalan	3,80	57,35
	3,69	
	3,92	
Daya Tanggap	3,94	
	4,03	
	3,63	
Jaminan	3,88	
	3,89	
	3,94	
Empati	3,98	
	4,00	
	3,80	
Bukti Fisik	3,68	
	3,48	
	3,69	

Berdasarkan Tabel 3, nilai MSS tertinggi terdapat pada atribut Daya Tanggap 2 sebesar 4,03, sedangkan nilai MSS terendah terdapat pada atribut Bukti Fisik 2 sebesar 3,48. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum penumpang memberikan penilaian yang cukup baik terhadap pelayanan yang diberikan, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang dinilai kurang memuaskan.

Sementara itu, nilai rata-rata harapan penumpang terhadap setiap atribut pelayanan disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Mean Importance Score (MIS)

Tabel 4.Tabel MIS

Dimensi	MIS	Total
	5	

Keandalan	5	75
	5	
Daya Tanggap	5	
	5	
	5	
Jaminan	5	
	5	
	5	
Empati	5	
	5	
	5	
Bukti Fisik	5	
	5	
	5	

Berdasarkan Tabel 4, seluruh atribut pelayanan memiliki nilai MIS sebesar 5. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh atribut pelayanan dianggap sangat penting oleh penumpang dan menjadi harapan utama yang harus dipenuhi oleh penyedia jasa transportasi.

Hasil perhitungan GAP untuk setiap atribut pelayanan disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Tabel Hasil Uji GAP

Dimensi	GAP	Total
Keandalan	-1,20	-3,59
	-1,31	
	-1,08	
Daya Tanggap	-1,06	-3,4
	-0,97	
	-1,37	
Jaminan	-1,12	-3,29
	-1,11	
	-1,06	
Empati	-1,02	-3,54
	-1,00	
	-1,20	
Bukti Fisik	-1,32	-4,15
	-1,52	
	-1,31	

Berdasarkan hasil analisis GAP pada Tabel 5, seluruh dimensi SERVQUAL memiliki nilai GAP negatif. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan penumpang masih belum mampu memenuhi harapan mereka secara optimal. Dengan kata lain, masih terdapat kesenjangan antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan oleh penumpang Bus AKAP rute Gorontalo–Kotamobagu.

Dimensi Bukti Fisik (Tangibles) memiliki nilai GAP terbesar, yaitu sebesar -4,15. Hasil ini menunjukkan bahwa aspek-aspek yang berkaitan dengan fasilitas fisik masih menjadi perhatian utama penumpang. Kebersihan kendaraan, kenyamanan tempat duduk, kondisi interior bus, serta ketersediaan fasilitas pendukung lainnya dinilai belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pengguna jasa transportasi.

Dimensi Keandalan (Reliability) menempati urutan kedua dengan nilai GAP sebesar -3,59. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa penumpang masih mengharapkan peningkatan pada aspek ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan, konsistensi pelayanan, serta kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.

Pada dimensi Daya Tanggap (Responsiveness) diperoleh nilai GAP sebesar -3,40. Hasil ini menunjukkan bahwa penumpang mengharapkan petugas mampu memberikan informasi secara lebih cepat, responsif dalam menjawab pertanyaan, serta lebih sigap dalam menangani keluhan maupun kebutuhan penumpang selama perjalanan.

Dimensi Jaminan (Assurance) memiliki nilai GAP sebesar -3,29. Nilai tersebut menunjukkan bahwa penumpang masih menginginkan peningkatan rasa aman dan kepercayaan terhadap pelayanan yang diberikan, baik terkait kompetensi petugas, keamanan perjalanan, maupun kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan yang profesional.

Sementara itu, dimensi Empati (Empathy) memiliki nilai GAP terkecil dibandingkan dimensi lainnya, yaitu sebesar -3,22. Meskipun demikian, nilai tersebut masih menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi penumpang. Oleh karena itu, perhatian petugas terhadap kebutuhan individu

penumpang, keramahan dalam pelayanan, serta kemampuan memahami kebutuhan pengguna jasa masih perlu ditingkatkan.

Secara keseluruhan, hasil analisis GAP menunjukkan bahwa seluruh dimensi pelayanan masih memerlukan perbaikan agar dapat memenuhi harapan penumpang secara lebih optimal. Prioritas utama perbaikan sebaiknya difokuskan pada dimensi Bukti Fisik dan Keandalan karena kedua dimensi tersebut memiliki nilai kesenjangan terbesar dibandingkan dimensi lainnya.

4.4 Analisis *Customer Satisfaction Indeks* (CSI)

Pengukuran tingkat kepuasan penumpang Bus AKAP rute Gorontalo–Kotamobagu dilakukan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI). Metode CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan berdasarkan penilaian terhadap berbagai atribut pelayanan yang diberikan. Tahapan perhitungan CSI meliputi penentuan Mean Importance Score (MIS), Mean Satisfaction Score (MSS), Weight Factor (WF), Weight Score (WS), hingga perhitungan nilai Customer Satisfaction Index (CSI).

4.4.1 *Mean Importance Score* (MIS)

Mean Importance Score (MIS) merupakan nilai rata-rata tingkat kepentingan atau harapan responden terhadap setiap atribut pelayanan. Nilai MIS diperoleh dengan menjumlahkan seluruh skor harapan responden pada masing-masing atribut kemudian dibagi dengan jumlah responden. Semakin tinggi nilai MIS menunjukkan bahwa atribut tersebut dianggap semakin penting oleh penumpang. Hasil perhitungan MIS disajikan pada Tabel 4.

4.4.2 Mean Satisfaction Score (MSS)

Mean Satisfaction Score (MSS) merupakan nilai rata-rata tingkat kepuasan atau kinerja pelayanan yang dirasakan oleh penumpang terhadap setiap atribut pelayanan. Nilai MSS diperoleh dari rata-rata skor persepsi responden terhadap masing-masing atribut yang diukur. Semakin tinggi nilai MSS menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan semakin sesuai dengan harapan penumpang. Hasil perhitungan MSS disajikan pada Tabel 5.

4.4.3 *Weight Factor* (WF)

Weight Factor (WF) digunakan untuk kepentingan relatif setiap atribut pelayanan. Nilai WF diperoleh dengan membagi nilai MIS tiap atribut dengan total nilai MIS seluruh atribut kemudian dikali 100. Nilai WF dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Tabel WF

Dimensi	WF
Keandalan	6,67
	6,67
	6,67
Daya Tanggap	6,67
	6,67
	6,67
Jaminan	6,67
	6,67
	6,67
Empati	6,67
	6,67
	6,67
Bukti Fisik	6,67
	6,67
	6,67

Berdasarkan hasil perhitungan *Weight Factor* (WF) yang disajikan dalam Tabel 6, dapat diketahui bahwa seluruh atribut pelayanan memiliki nilai bobot yang relatif sama. Hal ini disebabkan oleh nilai *Mean Importance Score* (MIS) pada setiap atribut yang berada pada tingkat kepentingan maksimum, sehingga menghasilkan distribusi bobot yang proporsional.

4.4.4 *Weight Score* (WS)

Weight Score (WS) diperoleh dari hasil perkalian antara *Weight Factor* (WF) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) pada masing-masing atribut. Nilai WS menunjukkan kontribusi setiap atribut terhadap kepuasan penumpang secara keseluhuran. Nilai WS dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Tabel WS

Dimensi	WS	Total
Keandalan	25,33	
	24,62	
	26,15	

Daya Tanggap	26,26	382,36
	26,87	
	24,21	
Jaminan	25,85	
	25,95	
	26,26	
Empati	26,56	
	26,67	
	25,33	
Bukti Fisik	24,51	
	23,18	
	24,62	

Berdasarkan Tabel 7, *Weight Score* (WS) diperoleh dari hasil perkalian antara nilai *Weight Factor* (WF) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) pada masing-masing atribut pelayanan. Nilai WS menunjukkan kontribusi setiap atribut terhadap tingkat kepuasaan penumpang secara keseluruhan. Semakin besar nilai WS, maka semakin besar pula kontribusi atribut tersebut dalam membentuk CSI.

4.4.5 Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai CSI dihitung dengan menjumlahkan seluruh nilai *Weight Score* (WS) kemudian dibagi dengan nilai skala tertinggi/ *high score* yang digunakan dalam kuesioner (skala *likert* 1-5), secara matematis, perhitungan CSI dapat dituliskan sebagai berikut.

$$CSI = \frac{382,36}{5}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh CSI sebesar 76,47%. Mengacu pada kriteria interpretasi CSI, nilai tersebut berada pada kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum penumpang Bus AKAP Gorontalo-Kotamobagu merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, meskipun masih terdapat beberapa atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan.

5 KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tingkat kepuasan penumpang terhadap kualitas pelayanan Bus AKAP rute Gorontalo–Kotamobagu menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan analisis SERVQUAL, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan penumpang secara keseluruhan berada pada kategori puas dengan nilai CSI sebesar 76,47%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh operator bus telah mampu memenuhi sebagian besar harapan penumpang, meskipun masih terdapat beberapa aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan agar kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan lebih lanjut.

Hasil analisis GAP menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan memiliki nilai kesenjangan (GAP) negatif, yang mengindikasikan bahwa pelayanan yang diterima penumpang masih berada di bawah tingkat harapan mereka. Dimensi Bukti Fisik (Tangibles) memiliki nilai GAP terbesar, diikuti oleh dimensi Keandalan (Reliability), sehingga kedua dimensi tersebut menjadi prioritas utama dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan. Sementara itu, dimensi Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati juga masih memerlukan perbaikan meskipun memiliki nilai kesenjangan yang relatif lebih kecil.

5.2 Saran/Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, operator Bus AKAP rute Gorontalo–Kotamobagu disarankan untuk meningkatkan kualitas fasilitas fisik yang tersedia, baik pada armada maupun fasilitas pendukung lainnya. Perbaikan dapat dilakukan melalui peningkatan kebersihan kendaraan, kenyamanan tempat duduk, kondisi interior bus, serta penyediaan fasilitas yang lebih memadai guna memberikan pengalaman perjalanan yang lebih nyaman bagi penumpang.

Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan aspek keandalan pelayanan, khususnya terkait ketepatan waktu keberangkatan dan kedatangan bus. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui perencanaan jadwal yang lebih efektif, pengawasan operasional yang lebih ketat, serta evaluasi terhadap faktor-faktor yang menyebabkan keterlambatan sehingga pelayanan dapat diberikan secara lebih konsisten sesuai dengan harapan penumpang.

Untuk menjaga dan meningkatkan tingkat kepuasan serta loyalitas pelanggan dalam jangka panjang, evaluasi kualitas pelayanan perlu dilakukan secara berkala. Evaluasi tersebut dapat dilakukan melalui survei kepuasan penumpang, penanganan keluhan secara sistematis, serta pemantauan terhadap indikator kualitas pelayanan sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi kebutuhan dan harapan penumpang yang terus berkembang serta melakukan perbaikan pelayanan secara berkelanjutan.

REFERENSI

Aulia, R. I., Aprianto, R., & Jovian, A. R. (2025). Analisis Kepuasan Pengguna Trans Banyumas Terhadap Layanan Transportasi Berbasis Smart Mobility Menggunakan Metode CSI. *DutaCom*, *18*(2).

Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik Indonesia 2025*. Badan Pusat Statistik.

Dionisius, H., & Nur, N. (2024). Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT TJ Bros Dengan Metode Servqual (Service Quality). *Merkurius: Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika Учредители: Asosiasi Riset Ilmu Manajemen dan Bisnis Indonesia*, *3*(1), 55-65.

Efendy, I. K., Widayanti, S., & Syah, M. A. (2024). Evaluasi Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Produk Kurma XYZ Di Kota Surabaya. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, *17*(2), 515-523.

Hazizah, N., & Ramadhani, S. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bus Trans Mebidang. *Jurnal Ekonomi*, *30*(1), 177-197.

Jahrizal, R. S. A. M. T., Nainggolan, M. A. F., & Freshly Arrisky, R. H. (2026). *Business Process Management Pada Industri Transportasi*. Penerbit KBM Indonesia.

Lake, Y., Saputra, F., & Taena, E. T. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telekomunikasi PT. Telkom Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, *3*(2), 1-9.

Novianto, D., & Akbar, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online. *Jurnal Ekonomi*, *24*(2), 213-226.

Pamungkas, T. P. (2026). Analisis Tingkat Kepuasaan Pelanggan Produk Kebutuhan Rumah Tangga Di PT. Astro Technologie Indonesia Dengan Metode Satisfaction Index (CSI). *Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability*, *3*(2), 11-20.

Purnandika, R. A., & Septiana, H. (2023). Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi umum di jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, *1*(2), 25-32.

Rizal, S. (2025). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Nivea For Men di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi*, *2*(1), 32-45.

Saputra, A., & Kurniadi, D. (2019). Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi E-Campus Di Iain Bukittinggi Menggunakan Metode Eucs. *Voteteknika (Vocational Teknik Elektronika Dan Informatika)*, *7*(3), 58. https://doi.org/10.24036/voteteknika.v7i3.105157

Saribanon, E., Sitanggang, R., & Amrizal, A. (2016). Kepuasan pengguna jasa transportasi untuk meningkatkan loyalitas. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, *3*(3), 317-326.

Sumaga, A. U. (2013). Analisis kepuasan pengguna jasa terhadap penerapan manajemen rekayasa konstruksi profesional ruko di kawasan Bussiness Park Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Media Engineering*, *3*(1), 99768.

Yunus, M., Mawardi, T. F., Alexandri, M. B., Satria, R., Tabrani, M., Kesuma, T. M., Hafasnuddin, Novel, N. J. A., & Siregar, M. R. (2024). *Investasi dan Reformasi Transportasi Kota*. Syiah Kuala University Press.