PENGARUH KEPUASAN PUBLIK, PILIHAN PUBLIK DAN MOTIVASI TERHADAP PELAYANAN PADA BUS TRANS JAKARTA DI DKI JAKARTA PADA MASA PANDEMI COVID-19

TESIS

Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Magister Administrasi (M.A) Pada Program Pascasarjana
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Disusun Oleh:

INGGIT DESSY SUSANTI
BC191110018
Konsentrasi: Administrasi Manajemen Publik

PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ILMU ADMINISTRASI
INSTITUT ILMU SOSIAL DAN MANAJEMEN STIAMI
JAKARTA
2021

PENGARUH KEPUASAN PUBLIK, PILIHAN PUBLIK DAN MOTIVASI TERHADAP PELAYANAN PADA BUS TRANS JAKARTA DI DKI JAKARTA PADA MASA PANDEMI COVID-19

TESIS

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Magister Administrasi (M.A) Program Studi Ilmu Administrasi,
Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing dan Direktur Program
Pada Tanggal Seperti Tertera Di Bawah Ini

Jakarta, April 2021

Menyetujui,

Dr. Bambang Istianto, M.Si
Pembimbing

Menyetujui,

Dr. Drs Pandoyo, S.E, M.M
Direktur Program

PENGARUH KEPUASAN PUBLIK, PILIHAN PUBLIK DAN MOTIVASI TERHADAP PELAYANAN PADA BUS TRANS JAKARTA DI DKI JAKARTA PADA MASA PANDEMI COVID-19

TESIS

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Magister Administrasi (M.A.) Program Studi Ilmu Administrasi
Telah Disetujui Oleh Tim Penguji dan Disahkan oleh Rektor
Pada Tanggal Seperti Tertera Di Bawah Ini

Jakarta, April 2021

1. **Dr. Drs. Ahmad Hidayat, M.S** .....
   Ketua Tim Penguji

2. **Dr. Dian Wahyudin, S.Sos, M.Si** .....
   Penguji Ahli

3. **Dr. Bambang Istianto, M.Si** .....
   Dosen Pembimbing

Mengesahkan,
Rektor Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Prof. Dr. Ir. Wahyuddin Latunreng, M.M
NIP. 1195312311979021004

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor), baik di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Dosen Pembimbing/Tim Promotor* dan masukan dari Tim Penelaah/Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang telah di tulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, ... 2021
Yang membuat pernyataan,

(Materi 10.000)

Inggit Dessy Susanti
BC191110018

MOTTO

إِنَّ مَعَ ٱلْعُسْرِ يُسْرًا ٦

“Sesungguhnya setelah ada kesulitan, itu ada kemudahan”

Q.S An Nasyroh (Ash Sharh): 6

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Penulisan tesis dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Administrasi (M.A.) pada Program Pascasarjana Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI Jakarta. Adapun judul tesis yang penulis susun adalah Pengaruh Kepuasan Publik, Pilihan Publik dan Motivasi Terhadap Pelayanan Bus Trans Jakarta di DKI Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19.

Menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yth. Bapak Prof. Dr. Ir. Wahyuddin Latunreng, M.M. selaku Rektor Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI Jakarta;
2. Yth. Bapak Dr. Drs Pandoyo, S.E, M.M. selaku Direktur Program Pascasarjana Magister IImu Administrasi Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI Jakarta;
3. Yth. Bapak Dr. Dian Wahyudi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Administrasi Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI Jakarta;
4. Yth. Bapak Dr. Bambang Istianto, M.Si. selaku Dosen Pembimbing tesis;
5. Rekan/sahabat kelas AA86 yang selalu support dalam mengerjakan tesis ini, *specially* Ibu Tri Sumarsih dan Ibu Nita Prihanti yang dari awal masuk kuliah Magister sudah menjadi teman baik saya.
6. Emmak dan Bapak, Bahoy, Aa, Teh Ela, Mamang, Bibi, dan keluarga besar yang selalu support.
7. A Iwank Riswanto, Pegawai Trans Jakarta yang telah banyak

membantu dalam usaha memperoleh data penelitian yang diperlukan;

8. Teman-teman responden, pelanggan setia Trans Jakarta yang sudah bersedia untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner penelitian saya.
9. Teman-teman kantor, Ibu Fera Nelfianti, M.M yang telah membantu saya menemukan topik, Fajar Shiddiq S.I.Kom yang bersedia membuat design power point saya, Yunita Janah dan Vina Aisyah Zede yang selalu memberikan semangat kepada saya.
10. Dian Mulyana, yang selalu mendukung saya, mendengarkan keluh kesah saya selama ini, terimakasih.
11. Dan yang terakhir, terimakasih banyak diri sendiri, sudah bersedia berjuang sampai dengan detik ini, kamu hebat 😊

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan kepada semua pihak yang telah membantu.

Tesis ini tidak luput dari adanya kekurangan dan kelemahan baik dalam penyusunannya maupun penulisannya. Untuk itu dengan senang hati penulis menerima segala kritik, saran maupun komentar untuk menyempurnakannya, dengan tetap menyatakan secara keseluruhan tesis ini menjadi tanggung-jawab penulis.

Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Maret 2021

Inggit Dessy Susanti

ABSTRAK

Pengaruh Kepuasan Publik, Pilihan Publik dan Motivasi Terhadap Pelayanan Bus Trans Jakarta di DKI Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19

Inggit Dessy Susanti

Penelitian ini tentang Pengaruh Kepuasan Publik, Pilihan Publik dan Motivasi Terhadap Pelayanan pada Bus Trans Jakarta di DKI Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan setia Trans Jakarta dengan sampel sebanyak 170 orang. Penelitian ini menggunakan angket sebagai alat untuk mengumpulkan data yaitu yang terkait dengan kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi terhadap pelayanan bus Trans Jakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19.

Bahwa berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program statistik *IBM SPSS Statistic*, terbukti variabel kepuasan publik (X_1), pilihan publik (X_2) dan motivasi (X_3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan angkutan (Y). Hasil uji yang ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} adalah 101,669 dan tingkat signifikansi 0,000 sementara nilai F_{tabel} sebesar 2,78. Karena nilai F_{hitung} (101,669) lebih besar dari F_{tabel} (2,66) dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari probabilitas signifikansi α=0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan publik, pilihan publik, dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan angkutan dan besarnya pengaruh variabel-variabel kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi secara bersama-sama terhadap variabel pelayanan angkutan adalah sebesar 0,648. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa kuatnya hubungan kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi secara bersama-sama terhadap pelayanan angkutan tergolong kuat. Persentase variabel kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi dapat menjelaskan pelayanan angkutan adalah sebesar 64,8 % dan sisanya sebesar 35,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model.

Kata Kunci: Kepuasan Publik, Pilihan Publik, Motivasi, Pelayanan Angkutan

ABSTRACT

The Influence of Public Satisfaction, Public Choice and Motivation on Trans Jakarta Bus Services in DKI Jakarta During the Covid-19 Pandemic

Inggit Dessy Susanti

This research is about the Effect of Public Satisfaction, Public Choice and Motivation on Trans Jakarta Bus Services in DKI Jakarta during the Covid-19 Pandemic. The population in this study were loyal customers of Trans Jakarta with a sample of 170 people. This study uses a questionnaire as a tool to collect data that is related to public satisfaction, public choice and motivation for Trans Jakarta bus services in DKI Jakarta during the Covid-19 pandemic.

Whereas based on the results of data processing using the IBM SPSS Statistic statistical program, it is evident that the variables of public satisfaction (X_1), public choice (X_2) and motivation (X_3) together have a positive and significant effect on transportation services (Y). The test results are indicated by the value of F_{hitung} is 101.669 and a significance level of 0.000, while the value of F_{table} is 2.78. Because the value of F_{count} (101.669) is greater than F_{table} (2.66) and the significance level of 0.000 is smaller than the significance probability α = 0.05, then H0 is rejected and H1 is accepted, so it can be said that public satisfaction, public choice, and motivation are Together, it has a positive and significant effect on transportation services and the magnitude of the influence of the variables of public satisfaction, public choice and motivation together on the variable of transportation services is 0.648. This value indicates that the strong relationship between public satisfaction, public choice and motivation together towards transportation services is classified as strong. The percentage of variables of public satisfaction, public choice and motivation to explain transportation services is 64.8% and the remaining 35.2% is influenced by other variables that are not included in the model

Keywords: Public Satisfaction, Public Choice, Motivation, Transportation Service

DAFTAR ISI

Halaman

Sampul Judul i
Lembar Persetujuan..... ……iii
Lembar Pengesahan.....iv
Lembar Pernyataan v
Motto .....
Kata Pengantar vi
Abstrak..... x
Abstrack.....xi
Daftar Isi.....xii
Daftar Tabel xv
Daftar Gambar xvi
Daftar Lampiran xvii

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Identifikasi Masalah 14
C. Pembatasan Masalah 15
D. Perumusan Masalah 15
E. Tujuan Penelitian 16
F. Manfaat Penelitian 16

BAB II KAJIAN LITERATUR, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
A1. Kajian Literatur..... 18
1. Teori Pelayanan Publik 18
2. Teori Kepuasan Publik 35
3. Teori Pilihan Publik..... 51
4. Teori Motivasi 61
A2. Penelitian Terdahulu 73
B. Kerangka Pemikiran..... 77
C. Hipotesis 82

BAB III METODE PENELITIAN
A. Pendekatan Penelitian 83
B. Operasionalisasi Variabel 84
1. Definisi Konseptual 84
2. Kisi-Kisi Variabel..... 86
C. Pengumpulan Data 90
1. Jenis Data..... 90
2. Teknik Pengumpulan Data..... 92

a. Observasi/Pengamatan 92
b. Kuesioner/Angket 92
c. Penelitian Kepustakaan 94
D. Teknik Sampling 94
1. Populasi..... 94
2. Sampel 95
3. Teknik Pengambilan Sampel 95
E. Teknik Analisis 96
1. Teknik Analisis Data 96
2. Uji Kualitas Data 97
a. Uji Validitas..... 97
b. Uji Reliabilitas 98
3. Uji Asumsi Klasik 99
a. Uji Multikoleniaritas..... 99
b. Uji Heteroskedastisitas 100
c. Uji Normalitas 100
d. Uji Linearitas..... 101
4. Analisis Regresi Linear Berganda..... 101
5. Analisis Koefisien Determinasi..... 102
6. Pengujian Signifikan (UjiHipotesis) denganUji T..... 103
7. Pengujian Signifikan (UjiHipotesis) denganUji F..... 103
F. Lokasi dan Jadwal Penelitian..... 104

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian .....
B. Hasil Penelitian .....
C. Pembahasan.....

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan .....
B. Saran .....

Daftar Pustaka 105
Daftar Riwayat Hidup 110
Lampiran.....

DAFTAR TABEL

Halaman

1. Tabel II.1 Atribut Pelayanan Transportasi.....34
2. Tabel II.2 Penelitian Terdahulu.....…… 73
3. Tabel III.1 Kisi-Kisi Variabel Pelayanan Publik 87
4. Tabel III.2 Kisi-Kisi Variabel Kepuasan Publik..... 88
5. Tabel III.3 Kisi-Kisi Variabel Pilihan Publik 89
6. Tabel III.4 Kisi-Kisi Variabel Motivasi 89
7. Tabel III.5 Skala Likert Jawaban dan Skors 93
8. Tabel III.6 Kemantapan Alpha .....…… 98
9. Tabel III.7 Jadwal Penelitian.....104
10. Tebel IV.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....
11. Tabel IV.2 Responden Berdasarkan Usia .....
12. Tabel IV.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....
13. Tabel IV.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Bus TJ
14. Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Kepuasan Publik .....
15. Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Pilihan Publik.....
16. Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Motivasi .....
17. Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Pelayanan Angkutan .....
18. Tabel IV.9 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....
19. Tabel IV.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Publik.....
20. Tabel IV.11 Deskriptif Tanggapan Responden tentang Kepuasan Publik
21. Tabel IV.12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pilihan Publik .....
22. Tabel IV.13 Deskriptif Tanggapan Responden tentang Pilihan Publik .
23. Tabel IV.14 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Motivasi .....
24. Tabel IV.15 Deskriptif Tanggapan Responden tentang Motivasi .....
25. Tabel IV.16 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pelayanan Angkutan ....
26. Tabel IV.17 Deskriptif Tanggapan Responden tentang Pelayanan.....
27. Tabel IV.18 Uji Normalitas Variabel Penelitian.....

28. Tabel IV.19 Uji Linearitas Variabel Penelitian .....
29. Tabel IV.20 Uji Linearitas Variabel Penelitian .....
30. Tabel IV.21 Uji Linearitas Variabel Penelitian .....
31. Tabel IV.22 Hasil Uji Multikoleniaritas.....
32. Tabel IV.23 Hasil Statistik Deskriptif .....
33. Tabel IV.24 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....
34. Tabel IV.25 Hasil Uji Statistik T .....
35. Tabel IV.26 Hasil Uji Statistik F.....
36. Tabel IV.27 Koefisien Determinasi .....

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1. Gambar I.1 Persentase Keluhan Pelanggan Bus TJ Tahun 2020 6
2. Gambar I.2 Jumlah Penumpang TJ Jan-Juni 2020 10
3. Gambar II.1 Konsep Public Service Motivation..... 71
4. Gambar II.2 Model Kerangka Konseptual..... 81
5. Gambar III.1 Design Penelitian..... 83
6. Gambar IV.1 Statsiun BRT di DKI Jakarta .....
7. Gambar IV.2 Motto Trans Jakarta.....
8. Gambar IV.3 Struktur Organiasasi PPID PT Transportasi Jakarta.....
9. Gambar IV.4 Histogram Kepuasan Publik .....
10. Gambar IV.5 Histogram Pilihan Publik.....
11. Gambar IV.6 Histogram Motivasi .....
12. Gambar IV.7 Histogram Pelayanan Angkutan .....
13. Gambar IV.8 Scatterplot Residual.....

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Penelitian

Lampiran 3 Hasil Olah Data

Lampiran 4 Tabel T, F dan R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pelayanan publik (*public service*) atau pelayanan umum merupakan segala bentuk kegiatan baik dalam pelayanan jasa maupun barang/produk yang menjadi tanggung jawab pemerintah. Didalam Keputusan Menteri Aparatur Negara Nomor: Kep/25/M.PAN/2/2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah, pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan, maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Kegiatan pelayanan publik sifatnya umum karena mencakup hajat hidup orang banyak.

Pelayanan publik juga dapat dijadikan sebagai tolak ukur dari hasil kinerja pemerintah dalam melayani masyarakat. Kualitas pelayanan publik mencerminkan kinerja dari pemerintah itu sendiri. Masyarakat merupakan objek yang merasakan langsung dari dampak pelayanan publik tersebut. Keberhasilan pemerintah dalam membangun pelayanan publik dilihat dari professionalisme, efektifitas, dan efisiensi.

Salah satu pelayanan publik yang dijalankan oleh pemerintah Indonesia adalah pelayanan transportasi umum. Pada awalnya, tujuan

dari pembangunan pelayanan transportasi di Indonesia adalah untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, pengembangan wilayah, dan pemersatu Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Pembangunan transportasi di Indonesia berpedoman pada sistem transportasi nasional (sistranas), yang diarahkan untuk mendukung perwujudan Indonesia menjadi lebih sejahtera dan mewujudkan Indonesia yang aman, adil dan demokratis.

Namun pada kenyataannya, pelayanan transportasi di Indonesia belum berjalan sesuai dengan harapan. Berbagai fenomena permasalahan muncul didalam tatanan sistem transportasi di Indonesia khususnya di kota-kota besar seperti Jakarta, buruknya pelayanan, kecelakaan, kemacetan, kriminalitas, dan sarana fasilitas umum yang rusak menjadi tontonan sehari-hari. Sistem transportasi di Ibu Kota Jakarta menjadi semakin semerawut. Jumlah kapasitas sarana transportasi publik belum dapat mengimbangi jumlah mobilitas penduduk seperti yang terjadi di Ibu Kota Jakarta. Kendaraan umum yang ada di kota-kota besar di Indonesia umumnya berukuran kecil dan tidak seimbang dengan jumlah pengguna transportasi. Dan parahnya jumlahnya sangat banyak.

Beberapa faktor penyebab beralihnya angkutan umum ke angkutan pribadi antara lain:

1) Aktivitas ekonomi belum mampu dilayani oleh angkutan umum yang memadai, bagi dari segi kualitas layanan maupun kuantitas layanan angkutan umum
2) Meningkatnya harga tanah di pusat kota akan menyebabkan lokasi pemukiman jauh dari pusat kota, atau bahkan sampai keluar kota yang tidak tercakup oleh sistem jaringan layanan angkutan umum, sehingga akan menambah biaya trasnportasi bagi masyarakat
3) Dibukanya jalan baru akan merangsang pengguna angkutan pribadi, karena biasanya di jalan baru tersebut pada saat itu belum terdapat jaringan layanan angkutan umum
4) Tidak tersedianya angkutan lingkungan atau angkutan pengumpan yang dapat menjebatani perjalanan dari sampai ke jalur utama layanan angkutan umum.

Sejak tahun 2004, pemerintah DKI Jakarta meluncurkan transportasi massal busway. Tujuannya agar para pengguna kendaraan pribadi berpindah ke transportasi umum. Sistem transportasi busway ini diharapkan dapat mengurangi kemacetan di Jakarta. Ide pembangunan proyek Bus Rapid Transit (BRT) di Jakarta muncul sekitar tahun 2001 dengan inspirasi proyek serupa di Bogota. Sistem ini dimodelkan berdasarkan sistem TransMilenio yang sukses di Bogota, Kolombia. Kemudian ide ini menjadi sebuah tantangan untuk gubernur Sutiyoso yang terpilih sebagai gubernur DKI Jakarta untuk periode yang kedua (2002-2007). Sebuah institut bernama Institute for

Transportation & Development Policy (ITDP) menjadi pihak penting yang mengiringi proses perencanaan proyek ini. Konsep awal dari sistem ini dibuat oleh PT. Pamintori Cipta, sebuah konsultan transportasi yang sudah sering bekerjasama dengan Dinas Perhubungan DKI Jakarta. Selain pihak swasta, terdapat beberapa pihak lain yang juga mendukung keberhasilan dari proyek ini, diantaranya adalah badan bantuan Amerika (US AID) dan The University of Indonesia's Center for Transportation Studies (UI-CTS).

Bus Transjakarta atau Busway memulai operasinya pada 15 Januari 2004 dengan tujuan memberikan jasa angkutan yang lebih cepat, nyaman, namun terjangkau bagi warga Jakarta. Untuk mencapai hal tersebut, bus ini diberikan lajur khusus di jalan-jalan yang menjadi bagian dari rutenya dan lajur tersebut tidak boleh dilewati kendaraan lainnya (termasuk bus umum selain Transjakarta). Agar terjangkau oleh masyarakat, maka harga tiket disubsidi oleh pemerintah daerah.

Transjakarta merupakan moda transportasi massal pendukung aktivitas penduduk kota Jakarta. Transportasi ini berhenti pada halte-halte tertentu, calon penumpang harus menunggu di halte sebelum menaiki Transjakarta. Jumlah koridor dan halte yang tersedia pun terbilang banyak bahkan sampai puluhan yang menyebabkan calon penumpang harus tepat memilih halte sesuai dengan tujuan. Sebagai pelayanan umum, pengelolaan busway ditekankan pada pemberian

akses dan kemudahan kepada masyarakat yang berarti bahwa unsur keterjangkauan menjadi penting.

Dari Januari hingga Juli 2010 terjadi 237 kecelakaan yang melibatkan bus Transjakarta, mengakibatkan 57 korban luka-luka dan delapan tewas. Kecelakaan terjadi karena pejalan kaki menyeberangi jalur busway dan mobil memutar-balik. Pada 2011, dalam upaya menghentikan kendaraan non transJakarta dengan menggunakan jalur bus, Kapolda Metro Jaya menyarankan agar bus Transjakarta berjalan sesuai arah arus lalu lintas. Pada kurun waktu 2006-2016 banyak kekurangan yang terjadi di sistem Transjakarta, misalnya kerusakan pada jembatan penyeberangan, kurangnya armada yang menampung penumpang, kurangnya ventilasi udara pada stasiun BRT, di beberapa koridor di jalur buswaynya tidak steril masih ada yang dimasuki kendaraan pribadi, dan masih banyak lagi. Namun sejak di bawah kepemimpinan Budi Kaliwono, beberapa kekurangan tersebut sudah diatasi, seperti menambah jumlah armada, menambah rute pengumpan dan lintas koridor, memberhentikan operasi bus Transjakarta yang kurang layak, dan masih banyak lagi walaupun masih ada kekurangan yang belum diatasi seperti jembatan penyeberangan yang masih rusak, masih tidak sterilnya jalur Transjakarta, dan kurangnya petugas di stasiun BRT

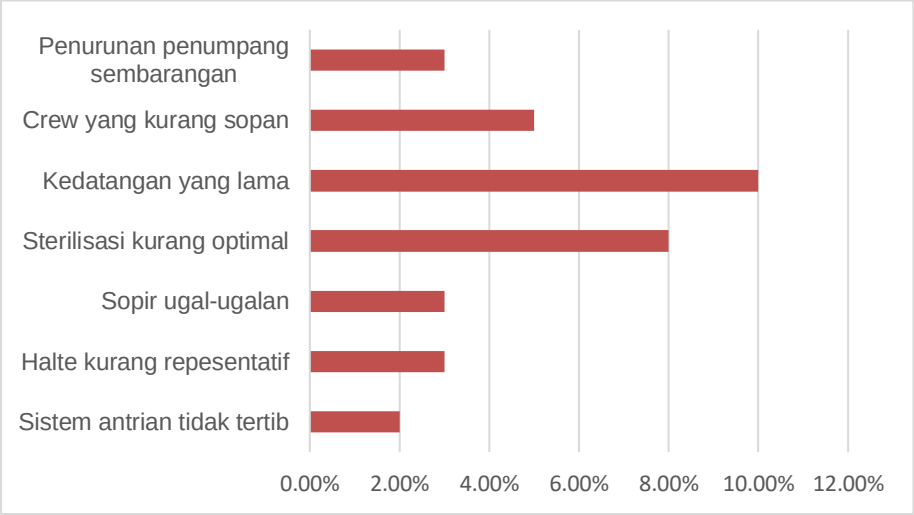
Pelayanan Transjakarta-pun terkadang masih banyak dikeluhkan oleh masyarakat penggunanya, antara lain pintu otomatis di halte yang

macet, AC yang tidak lagi sejuk, halte yang cenderung kotor dan tidak terawat. Banyak perbaikan yang harus dilakukan agar transportasi di Jakarta terus membaik. Di balik permasalahan ini, Transjakarta memiliki potensi yang sangat besar untuk mengurai kemacetan di Jakarta. Jika dikembangkan kapasitasnya, TransJakarta dapat menjadi *highcapacity* BRT yang dapat mengangkut lebih dari satu juta penumpang setiap harinya. Dengan integrasi yang tepat secara fisik, pembayaran dan sistem, TransJakarta akan mampu mengekspansi layanan lebih luas secara lebih efisien tanpa harus membangun koridor-koridor baru, menambah armada baru, atau menambah rute baru. Sistem informasi yang *real-time* juga mulai dikembangkan dengan menempatkan 203 CCTV di dalam bus dan halte dan 30 diantaranya dapat diakses langsung melalui situs Transjakarta.

Kualitas pelayanan merupakan suatu konsep yang abstrak dan sukar dipahami. Pengertian kualitas pelayanan menurut Wyckop seperti dikutip Tjiptono (2018:59) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspetasi pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Secara sederhana kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang diterimanya. Ada dua faktor utama yang

mempengaruhi kualitas layanan yaitu *expected service* dan *perceived service* yang menjelaskan bahwa apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, sedangkan jika jasa yang diterima lebih rendah daripada kualitas yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.

Gambar 1.1 Persentase Keluhan pelanggan bus TransJakarta Tahun 2020



Sumber: PT Transportasi Jakarta

Grafik di atas memperlihatkan buruknya pelayanan armada bus TransJakarta, mulai dari crew yang kurang sopan kedatangan yang lama dan tidak pasti, hingga dan sistem antrian tiket yang tidak tertib sehingga mengakibatkan masyarakat tidak antusias lagi menggunakan angkutan masal yang disebut sebagai angkutan masal modern tersebut.

Saat memasuki masa pandemi covid-19, transportasi umum menghadapi dilema selama pandemi covid-19 merajalela termasuk transjakarta. Di satu sisi digalakkan untuk mengurangi kemacetan, disisi lain dicurigai sebagai penyebab munculnya kluster baru pasien positif. Upaya pencegahan penularan harus tetap diutamakan untuk menghindari hal yang tidak diinginkan, terutama di masa pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang diindikasikan kasus positif masih merebak.

Covid-19 merupakan penyakit yang penyebabnya adalah virus Corona yang menyerang saluran pernafasan. Penyakit ini pertama kali terdeteksi di Wuhan, China. Sebagaimana diketahui bahwa SARS-Cov2 bukanlah virus jenis baru. Namun dalam penjelasan ilmiahnya suatu virus mampu bermutasi membentuk susunan genetik baru, singkatnya virus tetap berjenis sama dan hanya berubah secara seragam. Alasan pemberian nama SARS-Cov-2 karena virus corona memiliki hubungan genetik yang erat dengan virus penyebab SARS dan MERS

Sekitar enam bulan kemudian, hingga 1 September 2020, pasien yang dipastikan positif Covid-19 di DKI Jakarta sudah mencapai 41.250 kasus. Meski mayoritas pasien dinyatakan sembuh, 1.219 pasien juga meninggal. Sedangkan sebagai sebanyak 3.341 pasien dirawat dan 5.423 orang diisolasi.

Pada bulan Maret hingga Mei tahun 2019 lalu, jumlah penumpang Transjakarta anjlok, bahkan hanya menyisakan 15%. Tetapi memasuki bulan Juni hingga saat ini, jumlah penumpang Transjakarta mulai meningkat lagi hampir 400.000 penumpang per-harinya. Bagi masyarakat urban transportasi perkotaan merupakan kebutuhan penting yang mendukung mobilitas dan kebutuhan sehari-hari, termasuk aktivitas bekerja dan mencari nafkah. Oleh karena itu, meskipun aktivitas masyarakat dibatasi karena PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) ataupun saat adaptasi kebiasaan baru, angkutan umum masal perkotaan seperti bus transjakarta masih menjadi kebutuhan penting bagi sebagian masyarakat yang masih harus tetap beraktivitas.

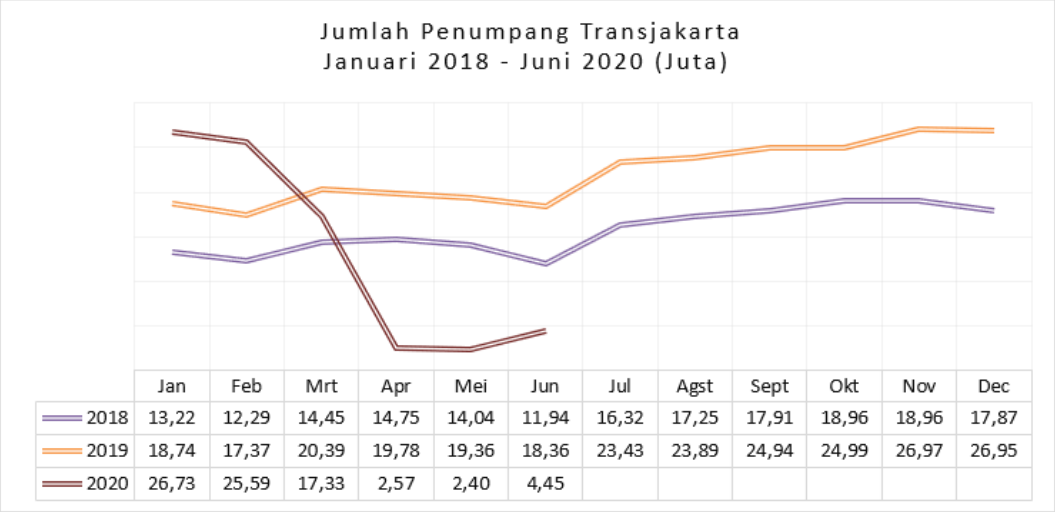
Salah satu dari banyaknya pilihan yang membuat Transjakarta masih banyak digunakan yaitu tarif yang murah dan banyaknya rute yang menghubungkan titik di Jakarta dapat memudahkan masyarakat dalam bepergian, terutama bagi masyarakat yang masih harus bekerja di luar rumah selama pandemi. Kemudahan masyarakat untuk mengetahui waktu tunggu dan waktu tempuh saat menaiki bus Transjakarta menjadi poin penting dibandingkan menggunakan angkutan kota. Kebiasaan angkot yang menunggu penumpang terlalu lama menjadi topik permasalahan utama sehingga masyarakat beralih menggunakan bus Transjakarta. Poin penting lainnya adalah waktu, saat menaiki Transjakarta sudah tahu berangkat dan sampai berapa

lama dan lebih pasti, sementara angkot bisa jauh lebih lama dan tidak pasti soal waktunya. Menunggu penumpang terlalu lama membuat masyarakat berpindah kepada transportasi lain yang lebih pasti.

Selain itu akses yang lebih mudah dan dapat digunakan siapapun. Terlebih Transjakarta juga sudah menyediakan pilihan pembayaran tiket menggunakan uang elektronik. Penumpang bisa memanfaatkan *platform* uang elektronik seperti LinkAja saat naik bus Transjakarta, hal ini memberikan kenyamanan dan keamanan. Pasalnya pembayaran ini bersifat nirsentuh sehingga bisa meminimalisasi risiko penularan Covid-19.

Salah satu kebijakan yang diterapkan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta guna mencegah penyebaran Covid-19 yaitu dengan melakukan pembatasan terhadap transportasi umum. Salah satu layanan yang dibatasi adalah waktu operasional *Bus Rapid Transit* (BRT) Transjakarta yang awalnya 24 jam berubah menjadi 12 jam sejak bulan Maret 2020. Selain itu, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta juga membatasi jumlah penumpang yang masuk ke setiap tempat menunggu penumpang seperti halte dan stasiun.

Gambar 1.2. Jumlah penumpang Transjakarta bulan Januari 2018 hingga Juni 2020



	Jan	Feb	Mrt	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Okt	Nov	Dec
2018	13,22	12,29	14,45	14,75	14,04	11,94	16,32	17,25	17,91	18,96	18,96	17,87
2019	18,74	17,37	20,39	19,78	19,36	18,36	23,43	23,89	24,94	24,99	26,97	26,95
2020	26,73	25,59	17,33	2,57	2,40	4,45						

Sumber: statistik.jakarta.go.id

Berdasarkan data jumlah penumpang Transjakarta dari Dinas Perhubungan DKI Jakarta, tren jumlah penumpang meningkat setiap tahunnya. Total jumlah penumpang Transjakarta tahun 2018 sekitar 187,96 juta penumpang dan naik 41% menjadi 265,16 juta penumpang di tahun 2019. Bahkan diawal tahun 2020 (Januari hingga Februari) juga masih mengalami kenaikan jumlah penumpang dengan rata-rata kenaikan 45% terhadap Januari-Februari 2019. Namun, sejak adanya kebijakan pembatasan waktu operasional dan jumlah penumpang Transjakarta yang mulai diberlakukan pada bulan Maret terlihat terjadi penurunan penumpang yang sangat signifikan setiap bulannya. Penurunan terbesar terjadi pada bulan April yaitu sebesar 85% dari bulan sebelumnya.

Hingga pada bulan Juni 2020 terjadi kenaikan kembali jumlah penumpang Transjakarta sebesar 86% dari bulan Mei dengan jumlah 4,45 juta penumpang. Peningkatan ini dapat terjadi mengingat bahwa

Pemerintah DKI Jakarta telah merubah status Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menjadi PSBB Transisi. Kebijakan ini memberikan kelonggaran pada beberapa instansi pemerintah maupun swasta untuk pegawainya masuk kantor namun wajib menjalankan protokol kesehatan dan pembatasan 50% pegawai di kantor. Tetapi, jumlah ini masih turun sekitar 76% jika dibandingkan Juni 2019.

Sebelum adanya penyebaran Covid-19 di Jakarta, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta memiliki target rata-rata satu juta penumpang Transjakarta per-hari. Oleh karena itu, salah satu upaya Pemerintah Provinsi DKI Jakarta agar mencapai target tersebut yaitu dengan memperbanyak trayek (jurusan) hingga memperbanyak armada bus Transjakarta. Saat Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) ditetapkan, Transjakarta hanya beroperasi di 13 koridor utama dan sebanyak 26 rute pada masa PSBB Transisi. Dalam kesiapan operasional babak baru ini, Transjakarta melakukan rutinitas tambahan dalam protokol kesehatan yaitu penyemprotan disinfektan pada halte-halte serta kepatuhan seluruh operator yang tergabung di Transjakarta dalam mengimplementasikan protokol sterilisasi yang telah ditetapkan kemudian pengecekan aspek teknis kelayakan operasional bus untuk keselamatan, seperti keadaan mesin, keadaan ban, keadaan rem, pemasangan jarak aman, perlengkapan sterilisasi berupa *handsanitizer*.

Transjakarta memberikan peraturan demi menjaga kesehatan dan keselamatan bersama, selama berada di dalam bus transjakarta, penumpang harus melakukan kebiasaan adaptasi baru seperti:

1. Pastikan jarak aman ketika memasuki bus, hindari berdesak-desakkan, lebih baik berderet di ruang terbuka.
2. Jauhkan keinginan untuk memenuhi bus di luar batas yang sudah ditetapkan pada jarak yang tertera.
3. Mengantre di ruang terbuka di luar halte dibanding desak-desakkan di dalam bus.
4. Tetap di rumah apabila kondisi tidak sehat.
5. Wajib menggunakan masker selama berada dalam bus transjakarta.
6. Cuci tangan sebelum menuju halte.
7. Tidak berbicara melalui telepon maupun sesama pelanggan.
8. Menerapkan etika batuk dan bersin sesuai protokol pencegahan Covid-19.
9. Tidak melakukan kontak fisik dengan orang lain.
10. Tidak membawa barang bawaan melebihi aturan yang berlaku.
11. Dilarang duduki kursi bertanda X
12. Berdiri pada tanda yang sudah dipasang di lantai.
13. Selalu siapkan *handsanitizer* untuk menjaga kebersihan tangan.

Kemudian, yang dilakukan petugas transjakarta saat berada di bus antara lain adalah sebagai berikut:

1. Jam operasional transjakarta mulai pukul 05.00 sampai dengan 22.00
2. Pemeriksaan suhu tubuh bagi petugas dan pelanggan transjakarta
3. Penyediaan *handsanitizer* di bus maupun halte.
4. Kewajiban menggunakan masker bagi petugas maupun pelanggan.
5. Tetap jaga jarak atau *physical distancing* satu dengan antar pelanggan di dalam halte maupun dalam bus.
6. Kapasitas angkut di dalam bus 50 persen dari kapasitas normal. Untuk bus *single* berkapasitas 30 orang dan bus gandeng berkapasitas maksimal 60 orang.
7. Melakukan sterilisasi interior yang dilakukan tiga hari sekali.
8. Penempatan marka jaga jarak antar pelanggan.
9. Pembatasan antrean di dalam halte.
10. Peniadaan transaksi penjualan kartu perdana dan isi ulang kartu elektronik.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia melalui Tim Komunikasi Publik Gugus Tugas Penanganan COVID-19 Reisa Broto Asmoro mengingatkan masyarakat pengguna transportasi umum untuk terus disiplin menerapkan protokol kesehatan. Pasalnya, moda transportasi umum menjadi 1 dari 3 ruang publik yang berpotensi sebagai kluster baru penyebaran COVID-19, selain kantor dan restoran, karena sulitnya menerapkan jaga jarak aman selama didalam kendaraan umum.

Dalam Survey Sosial Demografi Dampak COVID-19 yang dilakukan BPS menyebutkan banyak masyarakat yang belum patuh melakukan jaga jarak fisik selama didalam kendaraan umum. Untuk itu, menekankan kepada calon penumpang kendaraan umum untuk selalu waspada dan senantiasa menerapkan 7 protokol kesehatan saat berada di transportasi umum. Protokol tersebut dirumuskan oleh Kementerian Kesehatan bersama Kementerian Perhubungan untuk melindungi pergerakan masyarakat agar dapat kembali produktif namun tetap aman dari COVID-19. Ketujuh protokol tersebut yakni :

1. Pastikan dalam kondisi sehat, jika merasa kurang sehat sebaiknya tetap di rumah
2. Jika menggunakan transportasi umum, sebaiknya gunakan transportasi umum yang berpenumpang terbatas
3. Selalu gunakan masker
4. Jaga kebersihan tangan dengan rutin cuci tangan atau pakai hand sanitizer
5. Hindari menyentuh mata, hidung dan mulut
6. Patuhi imbauan untuk menerapkan jaga jarak fisik
7. Jika kondisi kendaraan padat, penggunaan faceshield dan masker sangat direkomendasikan sebagai perlindungan tambahan

Begitu banyaknya fenomena-fenomena yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk menganalisis judul “Pengaruh

Kepuasan Publik, Pilihan Publik dan Motivasi Terhadap Pelayanan Pada Bus Transjakarta di DKI Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan antara lain sebagai berikut:

1. Pelayanan Bus Transjakarta belum sesuai dengan yang diharapkan.
2. Masih kurang baiknya pelayanan, maraknya kecelakaan, kemacetan, kriminalitas, dan sarana fasilitas umum yang rusak menjadi tontonan sehari-hari
3. Masih banyak dikeluhkan oleh masyarakat penggunanya, antara lain pintu otomatis di halte yang macet, AC yang tidak lagi sejuk, halte yang cenderung kotor dan tidak terawat.
4. Masih adanya *crew* yang kurang sopan, kedatangan yang lama dan tidak pasti dan sistem antrian tiket yang tidak tertib
5. Saat memasuki masa pandemi covid-19, Transjakarta menghadapi dilema. Di satu sisi digalakkan untuk mengurangi kemacetan, di sisi lain dicurigai sebagai penyebab munculnya kluster baru pasien positif.
6. Banyaknya pilihan publik untuk memutuskan menggunakan pelayanan bus transjakarta.
7. Kurang sigapnya pegawai transjakarta sehingga pengaturan menunggu bus di halte selalu berdesakkan

8. Meniadakan loket *top up* dan pembelian kartu di beberapa halte pada masa pandemi covid-19
9. Di masa pandemi covid-19 ini terkadang masih sering berdesak-desakkan di dalam bus transjakarta, tidak ada *sosial distancing* dan petugas pun kadang acuh tidak mengingatkan
10. Di beberapa bus transjakarta maupun di halte ada beberapa yang tidak menyediakan *handsanitizer*.

C. Pembatasan Masalah

Untuk lebih terfokusnya penelitian ini maka peneliti membatasi penelitian ini hanya mengenai pengaruh kepusan publik, pilihan publik dan motivasi terhadap pelayanan bus Transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19.

D. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh kepuasan publik terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19?
2. Seberapa besar pengaruh pilihan publik terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19?
3. Seberapa besar pengaruh motivasi terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19?
4. Seberapa besar pengaruh kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi secara bersama-sama terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mengevaluasi besarnya pengaruh kepuasan publik terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19
2. Untuk menganalisis dan mengevaluasi besarnya pengaruh pilihan publik terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19
3. Untuk menganalisis dan mengevaluasi besarnya pengaruh motivasi terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19
4. Untuk menganalisis dan mengevaluasi besarnya pengaruh kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi secara bersama-sama terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian mengenai ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
   a. Bagi Kalangan Akademisi

      Bagi kalangan akademisi hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah keilmuan dalam bidang administrasi

publik, khususnya mengenai pengaruh kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19

b. Bagi Peneliti

Bagi kalangan peneliti hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19 dengan mengambil variabel bebas yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

Bagi Transjakarta, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti dalam melakukan langkah-langkah perbaikan kedepannya.

BAB II

KAJIAN LITERATUR, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A1. Kajian Literatur

Kajian literatur ini diawali dengan pengertian dan teori yang terkait dengan penelitian. Ada empat konsep teori yang dirujuk yaitu Pelayanan (Y), Kepuasan Publik (X_1), Pilihan Publik (X_2) dan Motivasi (X_3)

1. Teori Pelayanan Publik

a. Pengertian Pelayanan Publik

Istilah pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya menolong, menyediakan segala apa yang diperlukan oleh orang lain untuk perbuatan melayani. Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia (Sinambela, 2014:5).

Sementara itu, istilah publik berasal dari Bahasa Inggris *public* yang berarti umum, masyarakat, negara. Kata publik sebenarnya sudah diterima menjadi Bahasa Indonesia baku menjadi publik yang berarti umum, orang banyak, ramai.

Seperti diketahui di Indonesia penyelenggaraan pelayanan publik menjadi isu kebijakan yang semakin strategis karena

perbaikan pelayanan publik di negeri ini berjalan di tempat (Abdul Mahsyar, 2011). Karena itu kebijakan kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan pelayanan publik harus terus dikaji dan ditinjau ulang serta perlu ditingkatkan kualitasnya melalui analisis kebijakan yang tepat. (Istianto, 2011). Kebijakan pemerintah harus selalu berorientasi terhadap pelayanan publik yang adil dan merata kepada setiap warga negaranya. Terutama yang menyangkut kebutuhan dasar seperti; sandang, pangan, papan, kesehatan, pendidikan, energy, transportasi, sumber daya air dan akses informasi dan lain lain (Istianto, 2015).

Beberapa pakar yang memberikan pengertian mengenai pelayanan publik diantaranya adalah Agung kurniawan (2015:5), mengatakan bahwa pelayanan publik adalah pemberian pelayanan (melayani) keperluan orang lain atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditetapkan.

Menurut Yulainto (2020) elemen karakter dan kepribadian petugas memegang peranan penting dalam mewujudkan pelayan yang berkualitas. Salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan publik yaitu melalui pendidikan dan pelatihan (diklat). Dengan adanya kebijakan *new normal* dengan penerapan protokol kesehatan tentunya membuat akses pelayanan publik kepada masyarakat mengalami perubahan.

Namun demikian, perubahan yang ada hendaknya tidak dijadikan sebagai hambatan dalam melayani masyarakat namun harus dijadikan sebagai sebuah dorongan untuk dapat beradaptasi dengan perubahan sistem ke pelayanan dengan sistem daring. Upaya peralihan ini tentunya mesti dibarengi dengan memberi edukasi/pemahaman serta sosialisasi secara masif kepada seluruh elemen masyarakat yang akan mengakses pelayanan publik sehingga pelayanan publik di tengah tatanan kehidupan baru *"new normal"* tidak terganggu dan menjadi lebih efektif dan efisien. Sistem pelayanan yang terintegrasi terus diupayakan dibangun oleh pemerintah. Saat ini telah ada beberapa pusat pelayanan publik yang dapat dimanfaatkan keberadaannya oleh masyarakat, yaitu: Sistem Informasi Pelayanan Publik dan Pelayanan Publik Berbasis Elektronik (EServices), Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional (SP4NLAPOR!) yang responsif, dan juga inovasi pelayanan publik lainnya. Jika kita evaluasi, ternyata ada hikmah dibalik pandemi Covid-19 yang melanda dunia dan Indonesia, terutama dalam mendorong percepatan reformasi birokrasi di Indonesia. Kita dapat belajar banyak dari kondisi yang ada saat ini di mana pekerjaan-pekerjaan dan tugas-tugas yang dapat diklasifikasikan berdasarkan tingkat urgensinya. Era Covid-19 ini telah memberikan pemahaman kepada kita bahwa apabila kita ingin memberikan pelayanan yang berkualitas, kita harus mampu

beradaptasi dan mengikuti tuntutan perubahan, dari yang tidak paham teknologi, menjadi *digital literacy*, dari yang tidak disiplin dalam bekerja, dapat mengatur waktu sendiri untuk *work from home* (WFH).

Pelayanan publik menjadi isu sentral ditengah masyarakat, karena harapan yang tinggi atas peran pemerintah dalam menyediakan “pelayanan publik” yang cepat, murah, bermutu dan nyaman, yang bisa dinikmati oleh masyarakat luas (Bambang Istianto, 2013:271). Pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu kebijaksanaan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada masyarakat melebihi atau paling tidak sesuai dengan standarisasi kualitas pelayanan. (Mary Ismowati, 2019)

Menurut Roth, pelayanan publik merupakan suatu suatu pelayanan yang telah disediakan jika untuk kepentingan publik disediakan oleh pemerintah contohnya “museum” atau untuk pribadi yang menyediakan yaitu swasta, contohnya “restaurant”. Dengan penjelasan diatas sudah sangat perbedaan antara barang publik (museum) dan barang privat (restaurant). Oleh sebab itu selanjutnya pembahasan akan lebih fokus pada “barang publik” yang menjadi tanggung jawab pemerintah (Bambang Istianto, 2011:106).

Pelayanan publik atau pelayanan umum menurut Sadu Wasistiono adalah pemberian jasa baik oleh pemerintah, pihak

swasta atas nama pemerintah ataupun pihak swasta kepada masyarakat, dengan atau tanpa pembayaran guna memenuhi kebutuhan dan atau kepentingan masyarakat. Dengan demikian yang dapat memberikan pelayanan publik kepada masyarakat luas bukan hanya instansi pemerintah tetapi juga pihak swasta. Pelayanan publik yang dijalankan oleh instansi pemerintah bermotif sosial dan politik, yakni menjalankan tugas pokok serta mencari dukungan suara. Sedangkan pelayanan publik oleh pihak swasta bermotif ekonomi yakni mencari keuntungan (Bambang Istianto, 2011:122). Pelayanan publik artinya bahwa tersedianya "kepentingan publik" yang telah disiapkan oleh pemerintah tersebut harus disampaikan atau diberikan kepada masyarakat luas secara adil dan merata tanpa terkecuali yang dilandasi oleh aspek legalitas (Bambang Istianto, 2013:270-271).

Ratminto (2015) mendefinisikan bahwa pelayanan publik atau pelayanan umum dapat didefinisikan sebagai segala bentuk jasa pelayanan, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, didaerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah, dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Sedangkan menurut Sinambela, pelayanan adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah disetiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Selanjutnya dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 telah dijelaskan bahwa pengertian pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan kebutuhan peraturan perundang-undangan. Sedangkan penyelenggara pelayanan publik dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 tahun 2003 diuraikan bahwa Instansi Pemerintah sebagai sebutan kolektif yang meliputi Satuan Kerja/satuan organisasi Kementerian, Departemen, Lembaga Pemerintah Non Departemen, Kesekretariatan Lembaga Tertinggi dan Tinggi Negara, dan Instansi Pemerintah lainnya, baik pusat maupun Daerah termasuk Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah, Menjadi penyelenggara palayanan publik. Sedangkan pengguna jasa pelayanan publik adalah orang, masyarakat, instansi pemerintah dan badan hukum yang menerima layanan dari instansi pemerintah.

Pelayanan publik yang diberikan oleh Pemerintah/Pemerintah Daerah terutama terkait dengan pelayanan administrasi. Ratminto dan Winarsih dalam Pandji Hendrarso dkk, 2018) mengemukakan bahwa pelayanan administrasi adalah segala bentuk jasa pelayanan yang pada prinsipnya menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi Pemerintah Pusat, di daerah dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara atau Badan Usaha Milik Daerah baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Kualitas pelayanan dapat pula dilihat dari mutu pelayanan yang diberikan. Mutu pelayanan yang terbaik dapat dilakukan dengan cara pelayanan prima, yaitu bentuk pelayanan yang melebihi, melampaui, mengungguli dibanding dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak lain.

Dari beberapa pengertian pelayanan publik yang diuraikan tersebut dalam konteks pemerintah daerah, pelayanan publik dapat disimpulkan sebagai pemberian layanan atau melayani keperluan orang atau masyarakat dan/atau organisasi lain yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu, sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditentukan dan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada penerima pelayanan.

b. Prinsip-prinsip Penyelenggaraan Pelayanan Publik

Penyelenggaraan pelayanan publik dilakukan oleh penyelenggara pelayanan publik yaitu penyelenggara Negara/ pemerintah, penyelenggara perekonomian dan pembangunan, lembaga independen yang dibentuk oleh pemerintah, badan usaha/badan hukum yang diberi wewenang melaksanakan sebagian tugas dan fungsi pelayanan publik, badan usaha/badan hukum yang bekerjasama dan/ atau dikontrak untuk melaksanakan sebagaian tugas dan fungsi pelayanan publik dan masyarakat umum atau swasta yang melaksanakan sebagian tugas dan fungsi pelayanan publik yang tidak mampu ditangani/dikelola oleh pemerintah/pemerintah daerah. Terdapat 3 unsur penting dalam pelayanan publik, yaitu:

1) Organisasi pemberi (penyelenggara) pelayanan yaitu Pemerintah Daerah,
2) Penerima layanan (pelanggan) yaitu orang atau masyarakat atau organisasi yang berkepentingan,
3) Kepuasan yang diberikan dan/atau diterima oleh penerima layanan (pelanggan).

Dengan demikian, pemerintah daerah dalam menjalankan monopoli pelayanan publik, sebagai *regulator*/pembuat peraturan *(rule government*/peraturan pemerintah*)* harus mengubah pola pikir dan kerjanya dan disesuaikan dengan tujuan pemberian otonomi

daerah, yaitu memberikan dan meningkatkan pelayanan yang memuaskan masyarakat Untuk terwujudnya *good governance*, dalam menjalankan pelayanan publik, pemerintah daerah juga harus memberikan kesempatan luas kepada warga dan masyarakat, untuk mendapatkan akses pelayanan publik, berdasarkan prinsip-prinsip kesetaraan, transparansi, akuntabilitas dan keadilan.

c. Standar Pelayanan Publik

Setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan sebagai jaminan adanya kepastian bagi pemberi di dalam pelaksanaan tugas dan fungsinya dan bagi penerima pelayanan dalam proses pengajuan permohonannya. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik sebagai pedoman yang wajib ditaati dan dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan, dan menjadi pedoman bagi penerima pelayanan dalam proses pengajuan permohonan, serta sebagai alat kontrol masyarakat dan/atau penerima layanan atas kinerja penyelenggara pelayanan. Oleh karena itu perlu disusun dan ditetapkan standar pelayanan sesuai dengan sifat, jenis dan karakteristik pelayanan yang diselenggarakan serta memperhatikan lingkungan. Dalam proses perumusan dan penyusunannya melibatkan masyarakat dan/ atau *stakeholder* lainnya (termasuk aparat birokrasi) untuk mendapatkan

saran dan masukan dan membangun kepedulian dan komitmen.

Dalam Sinambela (2010, hal:6), secara teoritis tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari:

a. Transparan

   Pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.

b. Akuntabilitas

   Pelayanan yang dapat dipertanggung-jawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

c. Kondisional

   Pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.

d. Partisipatif

   Pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.

e. Kesamaan Hak

   Pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial

dan lain-lain.

f. Keseimbangan Hak Dan Kewajiban

Pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik.

Di Indonesia sendiri di tetapkan Standar Pelayanan Publik menurut Keputusan Menteri PAN Nomor:63/KEP/M.PAN/7/2003, yang sekurang-kurangnya meliputi:

1) Prosedur pelayanan
2) Waktu Penyelesaian
3) Biaya Pelayanan
4) Produk Pelayanan
5) Sarana dan Prasarana
6) Kompetensi petugas pelayanan;

Selanjutnya untuk melengkapi standar pelayanan tersebut diatas, ditambahkan materi muatan yang dikutip dari Rancangan Undang-Undang tentang Pelayanan Publik yang cukup realistis untuk menjadi materi muatan Standar Pelayanan Publik, sehingga susunannya menjadi sebagai berikut;

1) Dasar Hukum
2) Persyaratan
3) Prosedur pelayanan
4) Waktu Penyelesaian
5) Biaya Pelayanan

6) Produk Pelayanan
7) Sarana dan Prasarana
8) Kompetensi petugas pelayanan
9) Pengawasan intern
10) Pengawasan extern
11) Penanganan Pengaduan, saran dan masukan
12) Jaminan pelayanan

Tambahan materi muatan standar pelayanan publik tersebut diatas dimaksudkan untuk melengkapi, dasar pertimbangannya cukup realistis karena memasukan materi muatan dasar hukum memberikan kepastian adanya jaminan hukum/legalitas bagi standar pelayanan tersebut.

Disamping itu, persyaratan, pengawasan, penanganan pengaduan dan jaminan pelayanan bagi pelanggan perlu dijadikan materi muatan standar pelayanan publik. Penyusunan standar pelayanan publik, harus mempertimbangkan aspek kemampuan, kelembagaan dan aparat penyelenggara pelayanan dan karakteristik sosial budaya masyarakat setempat. Dengan harapan agar standar pelayanan publik yang ditetapkan dapat dilaksanakan dengan baik, terutama oleh para pelaksana operasional pelayanan yang berhadapan langsung dengan masyarakat, dimengeti dan diterima oleh masyarakat/*stakeholder*.

Menurut Sadu Wasistiono (dalam Pandji Santosa, 2019:58)

beberapa alasan perhatian pemerintah terhadap pelayanan publik antara lain sebagai berikut:

1) Instansi pemerintah pada umumnya menyelenggarakan kegiatan yang bersifat monopoli, sehingga tidak terdapat iklim kompetisi didalam, padahal tanpa kompetisi tidak akan tercipta efesiensi dan peningkatan kualitas.
2) Dalam menjalankan kegiatan, aparatur pemerintah lebih mengandalkan kewenangan daripada berbuat jasa ataupun kebutuhan konsumen.
3) Belum atau tidak diadakan akuntabilitas terhadap kegiatan suatu instansi pemerintah, baik akuntabilitas vertikal kebawah, kesamping maupun keatas.
4) Dalam aktivitasnya, aparat pemerintah seringkali terjebak pada pandangan “ectic”, yakni mengutamakan pandangan dan keinginan mereka sendiri (birokrasi) daripada konsep “emic”, yakni konsep dari mereka menerima jasa layanan pemerintah.
5) Kesadaran anggota masyarakat pada hak dan kewajiban sebagai warga negara maupun sebagai konsumen masih relatif rendah, sehingga mereka cenderung menerima begitu saja, terlebih layanan yang diberikan bersifat cuma-cuma.

d. Indikator Pelayanan Publik

Sebagai warga negara, adalah hal yang penting dalam mewujudkan negara dan masyarakat yang lebih baik melaui

kerjasama dan secara ideal melalui keterlibatan aktif. Warga negara dapat dan seharusnya memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap pemerintah, tetapi untuk dapat bekerja dengan baik, pemerintah membutuhkan keterlibatan wargan negara secara aktif. Denhardt dan Denhardt (dalam Bambang Irawan, 2016) kompleksitas interaksi pemerintah terhadap warga negara mengarah kepada usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan pemerintah. Meskipun kompleks, ada beberapa cara dalam mengukur kualitas pelayanan disektor publik. Salah satu pendekatan komprehensif dalam mengukur kualitas pelayanan yang dapat dikembangkan oleh pemerintah daerah meliputi:

1) Kenyamanan, mengukur sejauh mana pelayanan pemerintah yang mudah diakses dan tersedia bagi warga negara
2) Keamanan, mengukur sejauh mana layanan diberikan membuat warga merasa aman dan percaya diri ketika menggunakan layanan tersebut.
3) Keandalan, menilai sejauh mana pelayanan pemerintah yang diberikan secara benar dan tepat waktu
4) Perhatian pribadi, mengukur sejauh mana pegawai dapat menyediakan informasi kepada masyarakat dan bekerja sama untuk membantu memenuhi kebutuhan mereka
5) Pendekatan pemecahan masalah, mengukur sejauh mana karyawan memberikan informasi kepada masyarakat dan

bekerja dengan mereka untuk membantu memenuhi solusi masalah mereka.

6) Keadilan, mengukur sejauh mana warga percaya bahwa layanan pemerintah yang disediakan dalam cara yang adil untuk semua.
7) Tanggung jawab fiskal, mengukur sejauh mana warga percaya bahwa pemerintah daerah menyediakan layanan dengan menggunakan anggaran secara bertanggung jawab.
8) Pengaruh warga negara, mengukur sejauh mana warga merasa mereka dapat mempengaruhi kualitas layanan yang mereka terima dari pemerintah daerah.

Terdapat 5 (lima) determinan kualitas pelayanan publik yang dapat dirincikan sebagai berikut menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Pasolong (2011:135) yaitu:

1) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
2) Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat.
3) Keyakinan (*confidence*), yaitu pengetahuan dan kesopanan pegawai serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau "*assurance*".
4) Empati (*emphaty*), yaitu syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

5) Berwujud (*tangible*), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

Pada dasarnya teori diatas tetap dapat dipakai untuk mengukur kinerja pelayanan publik yang diberikan oleh instansi pemerintahan. Karna aparatur pelayanan tidak mempunyai alasan sedikitpun untuk tidak berorientasi kepada kepuasan pelanggan secara total, bahkan kepusan pelanggan-lah yang dapat dijadikan barometer dalam mengukur keberhasilan dalam pelayanan. Untuk mencapai hal ini pemerintah tidak boleh menghindar dari prinsip pelayanan dilakukan sepenuh hati (Sinambela, 2010;8)

Bambang Istianto (2011:120) mengatakan bahwa kualitas pelayanan itu berfokus pada lima bidang yaitu:

1) Fokus pada pelanggan (*costomer focus*) identifikasi pelanggan (internal, eksternal, dan perantara) merupakan prioritas utama. Apabila itu sudah dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka.
2) Keterlibatan total (*total involvement*), keterlibatan total mengandung arti komitmen total. Manajemen harus memberikan peluang perbaikan kualitas bagi semua karyawan menunjukkan kualitas kepemimpinan yang bisa memberikan inspiratif positif (lewat partisipasi aktif dan tindakan nyata) bagi organisasi yang dipimpin.
3) Pengukuran, dalam hal ini kebutuhan pokoknya adalah

menyusun ukuran-ukuran dasar, baik internal maupun eksternal bagi organisasi dan pelanggan.

4) Dukungan sistematis, manajemen bertanggung jawab dalam mengelola proses kualitas dengan cara:
   a) Membangun infrastruktur kualitas yang dikaitkan dengan struktur manajemen internal.
   b) Menghubungkan kualitas dengan sistem manajemen yang ada, seperti perencanaa strategis, manajemen kinerja, pengakuan, penghargaan, dan promosi karyawan serta komunikasi.
5) Perbaikan berkesinambungan, setiap orang bertanggung jawab untuk memandang semua pekerjaan sebagai suatu proses, mengantisipasi perubahan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan, melakukan perbaikan incremedial, mengurangi waktu siklus, mendorong dan dengan senang hati menerima umpan balik-tanpa rasa takut atau khawatir.

Menurut (Bambang Istianto, 2011:117-118) ada enam prinsip pokok dalam strategi pelayanan publik tersebut meliputi:

1) Kepemimpinan, strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas

hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

2) Pendidikan, semua personil perusahaan dan manejer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.
3) Perencanaan, proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.
4) Review, merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manejemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan terus menerus untuk mencapai tujuan kualitas.
5) Komunikasi, implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah masyarakat umum, dan lain-lain.

Penghargaan dan pengakuan (*total human reward*), penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting

dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

Kualitas pelayanan dalam Islam adalah sesungguhnya utama pemerintahan hal ini disebut dengan amar makhruf, karena pelayanan itu positif sifatnya maka harus ditujukan kepada masyarakat yang baik dan benar yang secara sistematis disebut positif pula, dengan demikian secara filosofis positif dikalikan positif akan menghasilkan hasil yang positif (Syafiie dkk, 2011:159). Al-Qur'an Surah Al-Baqarah 188: yang artinya "Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui"

e. Tingkat Pelayanan Jasa Transportasi

Dalam proses pemilihan jasa transportasi atribut pelayanan jasa transportasi sangat berpengaruh terhadap keputusan pelanggan. Misalnya: kapan, kemana, untuk apa, rute mana dalam melakukan perjalanan. Konsumen yang berbeda akan

mempertimbangkan atribut pelayanan yang berbeda sesuai dengan karakteristik sosial ekonomi dan preferensinya.

Untuk menjabarkan pengertian mengenai tingkat pelayanan *(level of service*), Vuchic dalam Indri Nurvia (2017) menyatakan bahwa tingkat pelayanan merupakan ukuran karakteristik pelayanan secara keseluruhan yang mempengaruhi pengguna jasa (user). Tingkat pelayanan merupakan elemen dasar terhadap penampilan komponen–komponen transportasi, sehingga pelaku perjalanan tertarik untuk menggunakan suatu produk jasa transportasi. Faktor utama yang dibandingkan tingkat pelayanan transportasi dapat dibagi menjadi 3 (tiga) kelompok, yaitu:

1) Unjuk kerja elemen–elemen yang mempengaruhi pengguna jasa, seperti kecepatan operasi, kepercayaan dan keamanan;
2) Kualitas pelayanan, mencakup elemen–elemen kualitatif pelayanan seperti kenyamanan, perilaku penumpang, keindahan dan kebersihan;
3) Harga yang harus dibayar pengguna jasa untuk mendapatkan pelayanan.

Adapula atribut pelayanan sistem transportasi yang merupakan atribut dari sistem transportasi yang mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti kapan, dimana, untuk apa, dengan moda apa, dengan rute yang mana, melakukan pergerakan atau perjalanan. Konsumen yang berbeda akan mempertimbangkan atribut

pelayanan yang berbeda pula. Dalam kenyataan konsumen tidak mempertimbangkan suatu atribut pelayanan yang ada pada suatu jenis pelayanan tertentu, tetapi hanya mengidentifikasikan beberapa variabel pelayanan yang dianggap paling besar pengaruhnya terhadap profesinya.

Beberapa contoh atribut untuk pelayanan jasa dibidang transportasi dari berbagai pertimbangan para konsumen telah dirumuskan oleh Manheim dalam Indri Nurvia (2017) yang dianggap bisa mewakili pelayanana terhadap konsumen yang berpengaruh terhadap tiap aktivitas konsumen yang berbeda adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1. Atribut Pelayanan Transportasi

1.	**Waktu**	
	a.	Waktu perjalanan total
	b.	Keandalan (Variasi waktu perjalanan)
	c.	Waktu *transfer*
	d.	Frekuensi perjalanan
	e.	Jadwal waktu perjalanan
2.	**Ongkos Pengguna Jasa**	
	a.	Ongkos transportasi langsung, seperti : tarif, biaya peralatan, biaya bahan bakar, dan biaya parkir
	b.	Ongkos operasi langsung lainnya, seperti : biaya muat dan dokumentasi
	c.	Ongkos tak langsung, seperti : biaya pemeliharaan, biaya gedung atau asuransi
	d.	Frekuensi perjalanan
3.	**Keselamatan dan Keamanan**	
	a.	Kemungkinan terjadinya kerusakan saat bongkar muat
	b.	Kemungkinan terjadinya kecelakaan
	c.	Perasaan aman
4.	**Kesenangan dan Kenyamanan Pengguna Jasa**	
	a.	Jarak perjalanan
	b.	Jumlah pertukaran kendaraan yang harus dilakukan
	c.	Kenyamanan fisik (suhu, kebersihan)
	d.	Kenyamanan psikologis (status, pemilikan sendiri)
	e.	Kesenangan lainnya (penanganan bagasi, *ticketing*, pelayanan makan atau minum, kesenangan selama perjalanan, keindahan dan sebagainya)
	f.	Kesenangan perjalanan
5.	**Pelayanan Ekpedisi**	
	a.	Asuransi kerugian
	b.	Hak pengiriman kembali

Sumber: Manheim dalam Indri Nurvia (2017)

2. Teori Kepuasan Publik

a. Pengertian Kepuasan Publik

Kepuasan publik dapat ditunjukkan melalui sikap masyarakat setelah mengonsumsi produk yang didapatkan. Kepuasan masyarakat akan terlihat dari seberapa baik produk yang didapatkan dan dirasakan. Semakin baik kualitas produk yang didapatkan, maka kepuasan masyarakat akan semakin baik. Kata kepuasan (*satisfaction*) menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011: 292) berasal dari bahasa Latin “satis” yang berarti cukup baik, memadai, dan “factio” yang berarti melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.

Menurut Nasution M. N. (2011: 45), “Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi”. Schnaars (Harbani Pasolong, 2010: 221) menyebutkan bahwa: Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara pelanggan dengan instansi menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli (pemakaian) ulang, terciptanya loyalitas dari pelanggan serta terbentuknya rekomendasi dari mulut ke mulut yang kesemuanya menguntungkan perusahaan.

Menurut Tse dan Wilton, kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan (Tjiptono, 2012: 311).

Dari definisi-definisi yang telah dipaparkan diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan, penilaian dan emosional yang positif dari pelanggan atas penggunaan/pemakaian produk/jasa ketika ekspektasi/harapan dapat tercapai atau bahkan apa yang diterima oleh pelanggan lebih besar dari pada ekspektasinya. Dengan kata lain, apabila apa yang diperoleh pelanggan lebih besar daripada yang diharapkannya, maka pelanggan persebut akan merasa puas, dan sebaliknya apabila apa yang diperoleh pelanggan sama atau lebih rendah dari harapannya, maka pelanggan tersebut akan merasa biasa saja atau tidak puas.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, masyarakat umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang

sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk (Tjiptono, 2018:225) antara lain meliputi:

1) Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumen bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya
2) Ciri–ciri keistimewaan tambah *(features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3) Keandalan *(reliability)* yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai
4) Kesesuaian dengan spesifikasi *(conformance to specifications)* yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5) Daya tahan (*durability)* berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan.
6) *Serviceability,* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah diperbaiki serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak hanya sebatas sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.

7) Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik yang menarik, model/ desain, warna, dan sebagainya.
8) Kualitas yang dipersepsikan *(perceived quality)*, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

b. Konsep Kepuasan Publik

Kepuasan publik telah menjelma menjadi kosa kata wajib bagi setiap organisasi pemerintahan maupun bisnis dan nirlaba, konsultan bisnis, penelitian pemasaran, eksekutif bisnis dan dalam konteks tertentu, para birokrat dan politisi. Kepuasan publik merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan publik adalah kinerja dan kualitas dari layanan yang diberikan oleh organisasi.

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan persahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Dengan demikian, harapan pelanggan melatar-belakangi mengapa dua

organisasi yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Harapan-harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang seiring dengan semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.

Berbagai penellitian menunjukkan bahwa konsumen cenderung bakal diam bila puas, namun bila tidak puas, mereka akan membuat 'heboh'. Pelanggan yang tidak puas akan menceritakan pengalaman buruknya kepada 8 sampai 10 orang lain (teman dan keluarga). Sebagaimana diungkapkan pakar manajemen Theodore Levitt, konsumen tidak merasa atau menyadari bahwa ia puas sampai ia mengalami masalah tertentu. Situasi ketidakpuasan terjadi manakala konsumen telah menggunakan produk atau mengalami jasa yang dibeli dan merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak memenuhi harapan. Ketidakpuasan bisa menimbulkan sikap negative terhadap merek maupun produsen/penyedia jasanya (bahkan bisa pula penyalurnya), berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan merek (*brand switching*), dan berbagai macam perilaku *complain.*

Pada gilirannya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan mamksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau

meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Selanjutnya, kepuasan pelanggan berkontribusi pada terciptanya rintangan beralih (*switching barriers*), biaya beralih (*switching costs*), dan loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah:

1) Kebutuhan dan keinginan, yaitu berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan oleh pelanggan saat pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan perusahaan. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan terhadap kualitas produk yang di tawarkan sangat besar. Maka harapan-harapan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas produk dan layanan perusahaan akan tinggi pula, begitu juga sebaliknya.
2) Pengalaman masa lalu (terdahulu) ketika mengkonsumsi produk dan layanan, baik dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3) Pengalaman teman-teman, cerita teman mengenai pelanggan tentang kualitas produk dan layanan perusahaan yang akan didapat oleh pelanggan.
4) Komunikasi melalui iklan dan pemasaran atau persepsi yang timbul dari image periklanan dan pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Tingkat kepuasan yang diperoleh para pelanggan sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang/jasa yang mereka nikmati. Sifat kepuasan bersifat subjektif, namun dapat di ukur melalui indeks kepuasan pelanggan masyarakat. Kepuasan pelanggan dibangun atas dasar beberapa prinsip yang digunakan untuk menilai suatu organisasi dalam memberikan pelayanan: *tengibles* (bukti nyata), *realibility* (terpercaya, tahan uji), *responsiveness* (respon, cepat tanggap), *assurance* (kepastian), dan *empathy* (empati).

Kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh tingkat pelayanan. Agar layanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani, ada empat persyaratan pokok (Moenir 1998: 197), yaitu tingkah laku yang sopan, cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, waktu penyampaian yang tepat dan keramah-tamahan.

c. Tingkat Kepuasan Publik

Tingkat kepuasan masyarakat terhadap organisasi publik sangat penting karena adanya hubungan kepercayaan masyarakat. Menurut Harbani Pasolong (2010: 221-222), “semakin baik kepemerintahan dan kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi kepercayaan masyarakat (*high trust*)”. Kepercayaan

masyarakat akan semakin tinggi apabila masyarakat mendapatkan pelayanan yang baik dan merasa terpuaskan akan pelayanan tersebut. KEPMENPAN Nomor 63 tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik menyebutkan bahwa, “Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Kepuasan pelayanan dicapai apabila penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan”. Oleh karena itu, setiap penyelenggara pelayanan secara berkala melakukan survei Indeks Kepuasan Masyarakat.

Kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan berbagai metode pengukuran. Kotler (Fandy Tjiptono, 2014: 148), secara sederhana mengemukakan empat metode yang dapat mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan. Media yang bisa digunakan adalah kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus (*customer hot lines*), dan lain-lain.

2) Survai Kepuasan Pelanggan

Melalui survai, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

3) *Ghost Shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka.

4) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan yang menggunakan metode ini untuk menganalisis kepuasan pelanggan dengan cara menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah beralih pemasok. Hasil dari metode ini akan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat berguna bagi perusahaan untuk mengambil langkah kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penjabaran tersebut, terdapat empat metode yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu dengan metode sistem keluhan atau saran, survei kepuasan

pelanggan, metode *ghost shopping*, dan *lost customer analysis*. Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan merupakan salah satu cara mengetahui tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode Survei Kepuasan Pelanggan.

d. Indeks Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat terhadap kinerja pelayanan pemerintah perlu untuk terus diukur dan dibandingkan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan masyarakat terhadap pelayanan pemerintah adalah dengan menggunakan Indeks Kepuasan Masyarakat. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) Nomor 25 Tahun 2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah menyebutkan Indeks Kepuasan Masyarakat adalah: Data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya.

Lebih lanjut dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) Nomor 25 Tahun 2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah menyebutkan, “Sasaran dari Indeks Kepuasan Masyarakat adalah tingkat pencapaian kinerja unit

pelayanan instansi pemerintah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat". Masih menurut KEPMENPAN Nomor 25 tahun 2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat, "Indeks kepuasan masyarakat juga ditujukan sebagai penataan sistem, mekanisme dan prosedur pelayanan sehingga pelayanan dapat dilaksanakan secara lebih berkualitas, berdaya guna dan berhasil guna". Selain itu, sasaran lainnya dari Indeks Kepuasan Masyarakat adalah tumbuhnya kreativitas, prakarsa dan peran serta masyarakat dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan publik.

Berdasarkan penjabaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa Indeks Kepuasan Masyarakat adalah data informasi mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh sebuah instansi pemerintahan.

e. Maksud dan Tujuan Indeks Kepuasan Masyarakat

Keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh organisasi atau instansi pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang diberikan. Indeks Kepuasan Masyarakat sebagai indikator kepuasan masyarakat disusun guna mengetahui seberapa besar kepuasan masyarakat atas pelayanan yang diberikan oleh instansi. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) Nomor 25 Tahun 2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat

menyebutkan bahwa, Pedoman Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat dimaksudkan sebagai acuan bagi Unit Pelayanan Pemerintah dalam menyusun Indeks Kepuasan Masyarakat. Sehingga Indeks Kepuasan Masyarakat yang disusun dapat menunjukkan nilai kepuasan masyarakat secara keseluruhan.

Menurut KEPMENPAN Nomor 25 tahun 2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat, tujuan dari Indeks Kepuasan Masyarakat adalah “Untuk mengetahui tingkat kinerja unit pelayanan secara berkala sebagai bahan untuk menetapkan kebijakan dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan publik selanjutnya”. Sedangkan bagi masyarakat, Indeks Kepuasan Masyarakat dapat digunakan sebagai gambaran tentang kinerja pelayanan unit yang bersangkutan. Maksud dan tujuan dari Indeks Kepuasan Masyarakat dapat disimpulkan sebagai tolok ukur keberhasilan pelayanan dan dapat digunakan sebagai gambaran tentang kinerja pelayanan instansi.

f. Manfaat Indeks Kepuasan Masyarakat

Indeks Kepuasan Masyarakat yang disusun dari Unit Pelayanan Pemerintahan yang satu dengan yang lainnya disusun agar memberikan manfaat baik bagi masyarakat maupun bagi instansi pemerintah itu sendiri. Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) Nomor 25 Tahun 2004 Tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan

Masyarakat, dengan tersedianya data Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) secara periodik, dapat diperoleh manfaat sebagai berikut:

1) Diketahui kelemahan atau kekurangan dari masing-masing unsur dalam penyelenggaraan pelayanan publik
2) Diketahui kinerja penyelenggaraan pelayanan yang telah dilaksanakan oleh unit pelayanan publik secara periodik
3) Sebagai bahan penetapan kebijakan yang perlu diambil dan upaya yang perlu dilakukan
4) Diketahui indeks kepuasan masyarakat secara menyeluruh terhadap hasil pelaksanaan pelayanan publik pada lingkup pemerintah pusat dan daerah
5) Memacu persaingan positif, antar unit penyelenggara pelayanan pada lingkup pemerintah pusat dan daerah dalam upaya peningkatan kinerja pelayanan.
6) Bagi masyarakat dapat diketahui gambaran tentang kinerja unit pelayanan

Berdasarkan penjabaran tersebut dapat disimpulkan bahwa manfaat Indeks Kepuasan Masyarakat secara sederhana dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui kinerja penyelenggaraan pelayanan disebuah instansi pemerintah. Berdasarkan tingkat kinerja penyelenggaraan tersebut dapat ditentukan berbagai kebijakan dalam hal pelayanan.

g. Unsur-Unsur Penilaian dalam Indeks Kepuasan Masyarakat

Mengingat jenis pelayanan sangat beragam dengan sifat dan karakteristik yang berbeda, maka untuk memudahkan penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) di unit pelayanan diperlukan pedoman umum yang digunakan sebagai acuan bagi Instansi, Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota untuk mengetahui tingkat kinerja unit pelayanan di lingkungan instansi masing-masing. Adanya penilaian atas pelayanan publik di instansi pemerintah tidak terlepas dari adanya unsur-unsur penilaian atau standar penilaian yang telah ditetapkan. Unsur penilaian ini dirumuskan atau ditetapkan supaya penilaian yang diberikan.

Berdasarkan prinsip pelayanan sebagaimana telah ditetapkan dalam Keputusan Menteri PAN Nomor: 63/KEP/M.PAN/7/2003 28 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, yang kemudian dikembangkan menjadi 14 unsur yang relevan, valid dan reliabel, sebagai unsur minimal yang harus ada untuk dasar pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat, dapat disebutkan sebagai berikut:

1) Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan

2) Persyaratan pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya
3) Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya)
4) Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku
5) Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan
6) Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/ menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat
7) Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan
8) Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani
9) Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat

secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati

10) Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besamya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan
11) Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan
12) Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan
13) Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan
14) Keamanan pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap risiko-risiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

Berdasarkan penjabaran mengenai unsur-unsur penilaian Indeks Kepuasan Masyarakat tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat 14 unsur pokok yang digunakan dalam penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat.

3. Teori Pilihan Publik

a. Pengertian Pilihan Publik (*Public Choice*)

Teori pilihan publik (*public choice*) merupakan pengembangan dari teori pilihan rasional. Dimana teori pilihan rasional ini lebih digunakan untuk menjelaskan perilaku politik, dengan beberapa konsep utama seperti kesukuan (preferensi), kepercayaan (*beliefs*), peluang (*opportunities*) dan tindakan (*action*). Menurut (Deliarnov, 2016: 135) dari semua konsep utama tersebut pilihan rasionalnya adalah perangkingan. Dengan menggunakan pilihan rasional, akan dipahami rasional politik dalam pemilihan. Dimana sebelum menentukan pilihan, masyarakat melakukan intrepretasi politik tentang tujuan-tujuan bersama. Tokoh yang paling dianggap berjasa dalam teori pilihan rasional ini adalah Kenneth Arrow karena menyebabkan paradigma pilihan rasional ini mendapat tempat dalam ilmu ekonomi politik. Dalam perkembanganya teori pilihan rasional yang dikembangkan oleh James Buchaman dan Gordon Tullock dalam Calculus of Consent (1962). Karya mereka menjadi batu loncatan dalam memahami teori pilihan publik.

Definisi tentang *Public Choice Theory* disederhanakan pada tahun 1995. Menurut (Samuelson & Nordhaus dalam Deliarnov, 2016: 139) mendefinisikan pilihan publik sebagai "*asks about how, what dan for of the public sectors just as supply and demand theory examines choices for the private sectors".* Pertanyaan tentang

bagaimana, apa dan untuk sektor-sektor publik hanya sebagai penawaran dan permintaan teori pilihan untuk sektor *private.*

Sementara itu (Caporaso & Levine dalam Deliarnov, 2016: 139), mendefinisikan pilihan publik sebagai aplikasi metode-metode ekonomi terhadap politik. Pendapat Caporaso dan Levine lebih mirip dengan penpadat James Buchanan melihat bahwa teori pilihan publik itu menggunakan alat-alat dan metode-metode yang diaplikasikan ke sektor politik, pemerintahan, ilmu politik atau ekonomi publik. Lebih sederhana (Rachbini, 1996) menafsirkan pendapat Buchanan tentang definisi pilihan publik adalah sebuah perspektif untuk bidang sosial politik yang muncul dari pengembangan dan penerapan perangkat dan metode ilmu ekonomi.

Dengan demikian, teori pilihan publik menggunakan prinsip yang sama seperti yang digunakan para ekonom untuk menganalisa kegiatan masyarakat di pasar dan menerapkannya pada kegiatan masyarakat dalam pembuatan keputusan publik. Ekonom-ekonom yang mengkaji perilaku dalam pasar swasta mengasumsikan bahwa orang digerakkan terutama oleh kepentingan pribadi. Walaupun banyak orang mendasarkan sejumlah tindakan mereka karena kepedulian mereka terhadap orang lain, motif dominan dalam tindakan orang di pasar, baik mereka merupakan pengusaha, pekerja, maupun konsumen, adalah suatu kepedulian terhadap diri

mereka sendiri. Ahli Ekonomi Pilihan Publik membuat asumsi yang sama bahwa walaupun orang bertindak dalam pasar politis memiliki sejumlah kepedulian terhadap orang lain, motif utama mereka adalah kepentingan pribadi. Teori pilihan publik berusaha mengkaji tindakan rasional dari aktor-aktor pembuat kebijakan, pelaksana kebijakan dari tingkat di parlemen, lembaga pemerintah, lembaga kepresidenan, masyarakat pemilih, pencinta lingkungan hidup dan sebagainya.

Buchanan (dalam Rachbini, 2016:69) memandang pilihan publik sebagai sebuah perspektif untuk bidang sosial politik yang muncul dari pengembangan dan penerapan perangkat dan metode ilmu ekonorni. Teori pilihan publik, ini berguna untuk menjelaskan proses pengambilan keputusan kolektif dan berbagai fenomena nonpasar (*nonmarket phenomena*).

Teori pilihan publik untuk mengkaji suatu kebijakan sebagai upaya yang baik dalam proses politik agar penerapan kebijakan benar-benar memberikan manfaat dan sesuai dengan analisis dan kebutuhan kelompok masyarakat. Pilihan publik atau *public choice* adalah metode ekonomi yang diupayakan untuk diterapkan dalam ruang administrasi publik. *Public choice* membahas masalah tindakan sosial kolektif *(collective action)* dan masalah mengagregasikan preferensi (Safeii, 2017). Adapun pendekatan pilihan rasional *(rational choice)* dalam proses pembuatan kebijakan

pada dasarnya bertumpu pada dua hal, yaitu rasionalitas ekonomis dan rasionalitas birokrasi. Rasionalitas ekonomi setidaknya memberikan kontribusi perlunya efisiensi anggaran pembangunan guna mencapai sasaran dan sesuai dengan analisa masalah dan kebutuhan. Pembacaan perhitungan-perhitungan dampak ekonomis adalah sesuatu yang dilakukan diawal kegiatan sebelum merumuskan suatu kebijakan.

Menurut Samuelson & Nordhaus dalam Asmuni (2015) teori pilihan publik ialah salah satu cabang ilmu ekonomi yang mempelajari bagaimana pemerintah membuat keputusan yang terkait dengan kepentingan masyarakat (publik). Teori pilihan publik dapat digunakan untuk mempelajari perilaku para aktor politik maupun sebagai petunjuk bagi pengambilan keputusan dalam penentuan pilihan kebijakan publik yang paling efektif. Yang menjadi subjek dalam telaah pilihan publik adalah pemilih, partai politik, politisi, birokrat, kelompok kepentingan, yang semuanya secara tradisional lebih banyak dipelajari oleh pakar-pakar politik.

Dalam model pilihan publik, hasil politik ditentukan oleh permintaan dan penawaran, persis sama seperti hal nya proses terbentuknya harga dalam pasar persaingan sempurna. Hanya saja dengan pilihan publik, konsep barter dan pertukaran yang sederhana, sesuai konsep ekonomi murni, menjadi lebih kompleks sifatnya. Pertukaran dalam pengertian yang lebih kompleks ini

diartikan sebagai suatu proses persetujuan kontrak yang lebih luas makna dan cakupannya dari pertukaran yang dilakukan oleh dua orang yang melakukan transaksi, sebab tekanan akhir dari persetujuan kontrak adalah proses persetujuan sukarela diantara banyak orang dalam masyarakat. Dalam hal ini, pilihan publik tidak menolak kemungkinan adanya kepentingan kolektif dan tindakan kolektif, tetapi kalaupun ada maka semua ituhanya merupakan hasil dari segenap kepentingan individu yang ada dalam kelompok.

Transformasi konsep pertukaran ekonomi yang sederhana dalam keputusan-keputusan ekonomi menjadi perjanjian atau consensus sukarela yang lebih kompleks dalam keputusan-keputusan politik, sangat menarik sebagai pilihan paradigma baru dalam ilmu politik yang secara tradisional berbasis pada analisis tentang kekuasaan. Kelebihan pendekatan pilihan publik yang langsung dirasakan ialah bahwa proses politik tentang permainan kekuasaan menjadi lebih lunak karena didasarkan pada kesukarelaan diantara partisipan dalam proses dan pengambilan keputusan politik sesuai aturan dan konstitusi, tidak sekedar didominasi oleh pihak yang dominan dan berkuasa.

b. Fungsi dan Tujuan Teori Pilihan Publik

Buchanan mengulas teori pilihan publik dari dua aspek yaitu diantaranya adalah:

1) Pendekatan catallaxy

   Ekonomi sebagai ilmu pertukaran. Para pelaku politik menawarkan berbagai kebijakan publik kepada masyarakat. Pembeli kebijakan public ini adalah masyarakat pemilih yang akan memilih kebijakan yang benar-benar dapat mewakili kebutuhan mereka.

2) Homo economicus (konsep manusia ekonomi)

   Konsep ini menjelaskan bahwa manusia cenderung memaksimalkan manfaat utilitas untuk dirinya karena dihadapkan pada kelangkaan sumber daya. Dalam pasar politik, politisi sebagai pelaku memaksimalkan kepuasan pribadi yang dimotivasi oleh banyak faktor seperti gaji, reputasi publik, kekuasaan dan ruang untuk mengontrol birokrasi. Sementara para pemilih akan mengontrol suara untuk mendapatkan kebijakan yang diinginkan.

Paradigma dalam ilmu ekonomi industri yang digunakan untuk menghubungkan elemen-elemen struktur pasar dengan perilaku dan kinerja suatu industri. *Structure,* mengacu pada struktur pasar yang biasanya didefinisikan oleh rasio konsentrasi pasar. Dimana rasio konsentrasi pasar adalah rasio yang mengukur distribusi pangsa pasar dalam industri. *Conduct,* merupakan perilaku perusahaan dalam industri. Perilaku ini bersifat persaingan (*competitive*) atau kerjasama (*collusive*), seperti misalnya dalam penetapan harga,

iklan, produksi, dan predation. Sedangkan *performance* atau kinerja adalah ukuran efisiensi social yang biasanya didefinisikan oleh rasio *market pow*er (dimana semakin besar kekuatan pasar semakin rendah efisiensi sosial). Ukuran kinerja yang lain adalah keuntungan perusahaan atau profitabilitas. Paradigma SCP menurut Martin (2014) didasarkan pada beberapa hipotesis yaitu:

1) Struktur mempengaruhi perilaku, semakin rendah konsentrasi pasar maka akan semakin tinggi tingkat persaingan di pasar.
2) Perilaku mempengaruhi kinerja, semakin tinggi tingkat persaingan atau kompetisimaka akan semakin rendah market power atau semakin rendah keuntungan perusahaan yang diperoleh.
3) Struktur mempengaruhi kinerja, semakin rendah konsentrasi pasar maka akan semakin rendah tingkat kolusi yang terjadi atau semakin tinggi tingkat persaingan/kompetisi maka akan semakin rendah *market power*-nya.

Hasil ketiga hipotesis di atas, menunjukkan struktur pasar mempengaruhi kinerja perusahaan dalam suatu industri. Dari dua aspek tersebut akan memberikan fungsi teori pilihan publik yaitu teori pilihan publik memberikan kerangka atau penjelasan bagaimana pemerintah membuat keputusan seperti perpajakan, pengeluaran peraturan-peraturan ekonomi dan kebijakan-kebijakan lainnya. Sehingga membantu pakar-pakar politik memfasilitasi

konseptualisasi teori politik sebagai masalah-masalah tindakan kolektif. Dapat digunakan untuk mempelajari perilaku aktor politik maupun pemilih sebagai petunjuk bagi pengambilan keputusan publik dalam penentuan pemilihan kebijakan publik yang efektif.

Sedangkan, Menurut Didik J. Rachbini (2012) fungsi dari pilihan publik dalam kebijakan ekonomi adalah:

1) Menunjukkan bagaimana sikap (b*ehavior*) yang diinterpretasikan sesuai medium budaya dan ideologi yang ada.
2) Mengiluminasikan kondisi-kondisi keberhasilan tindakan kolektif dan untuk menunjukkan mengapa sebagian kepentingan bisa lebih diagregasikan dan sebagian lainnya tidak.
3) Bisa menjadi petunjuk bagi *decision maker* untuk menentukan pilihan kebijakan yang paling efektif.

Tujuan atau manfaat dari teori pilihan public yaitu membantu pakar-pakar politik memfasilitasi konseptualisasi berbagai teori politik sebagai masalah-masalah tindakan kolektif. Dapat digunakan untuk mempelajari perilaku aktor politik maupun sebagai petunjuk bagi pengambilan keputusan publik dalam penentuan pemilihan kebijakan publik yang paling efektif.

c. Implikasi Penerapan Pilihan Publik

Implikasi penerapan pilihan publik menurut Down dalam Adi Sasono (2018:209) yaitu:

1) Perlu reformasi kelembagaan publik, yaitu reformasi aturan-aturan dan kerangka dasar dimana proses-proses dan pengambilan keputusan berlangsung.
2) Perlu desentralisasi kekuasaan dan kewenangan politik, sebab tatanan seperti transaksi pasar dipandang lebih baik dibanding tatanan dominasi kekuasaan.
3) Perlu dilakukan reorganisasi aturan-aturan perdagangan, kontrak dan persetujuan.

Reformasi kelembagaan publik dan desentralisasi kekuasaan, biasanya kurang disukai oleh penguasa dan “politikus” terutama di negara berkembang. Ini yang menyebabkan mengapa para penguasa dan politikus tersebut cenderung menolak pendekatan pilhan publik. Kecenderungan seperti ini sangat menonjol di negara-negara yang belum atau kurang demokratis. Hal ini ditunjukkan oleh kenyatan bahwa pendekatan pilihan publik hanya berkembang lebih baik di negara-negara yang sudah memiliki akar demokrasi yang kuat, sedang di negara-negara yang belum demokratis, tidak terkecuali di Indonesia, penerapannya harus diperjuangkan lebih keras.

Masalah lain dalam penerapan pilihan publik di negara-negara berkembang ialah pada asumsi bahwa pelaku-pelaku politik juga ingin memaksimumkan kesejahteraan sesuai prinsip kepentingan pribadi kaum klasik. Seperti konsumen yang ingin

memaksimumkan utilitas dan produsen yang memaksimumkan keuntungan, pelaku-pelaku politik juga dianggap sebagai homo economicus yang ingin memaksimumkan kepentingan pribadi masing-masing. Penerapan asumsi homo economicuc dan kepentingan pribadi di negara-negara maju yang masyarakatnya sudah lebih demokratis, tidak menjadi masalah. Seperti dijelaskan oleh tokoh klasik Adam Smith, justru upaya mengejar kepentingan pribadi inilah yang secara tidak langsung meningkatkan kesejahteraan masyarakat, asalkan dalam upaya pencapaian tujuan pribadi tersebut mengikuti rambu-rambu, hukum dan kelembagaan yang ada. Sedangkan ajaran tentang homo economicus dan prinsip kepentingan pribadi, masih terkesan sangat negatif di negara-negara berkembang.

Hal yang menggembirakan “pilihan publik” dapat menjadi sebuah konsep idiologi yang mampu mencerdas generasi bangsa tentang apa yang benar dan salah dalam praktik kebijakan publik, maupun alasan-alasan pembenar dari diambilnya sebuah kebijakan. Hal ini diakui oleh Down, Perlu adanya sebuah perangkat sistemik yang mampu mengeliminir kebijakan yang berpihak pada lembaga birokrasi ketimbang rakyat banyak, seperti yang disampaikan oleh Down (dalam Adi Sasono, 2018: 209) bahwa paradigma *public choice*, dianggap mampu memagari kecendrungan psikologis para

birokrat yang lebih melayani dirinya sendiri ketimbang melayani kepentingan umum.

4. Teori Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Konsep motivasi secara umum merujuk kepada kekuatan yang memberi dorongan, mengarahkan, dan mengekalkan tingkah laku seseorang individu. Motivasi mempersoalkan bagaimana cara mengarahkan, agar berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditentukan. Motivasi itu penting karena motivasilah yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang diinginkan. Hal itu dapat dilihat dari pendapat Siagian (2013:138) yang menyatakan bahwa motivasi sebagai daya pendorong yang mengakibatkan seseorang anggota organisasi mau dan rela untuk mengerahkan kemampuan dalam bentuk keahlian atau keterampilan tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya, dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang telah ditentukan sebelumnya.

Menurut Luthans (dalam A.H Rahadian, 2016) motivasi sebagai proses psikologi dasar yang mencakup motif primer, umum dan sekunder; dorongan seperti motif *n Pow, n Aff dan n Ach;* dan motivator instrinsik dan ekstrinsik. Lebih jauh *Maslow's Need*

Hierarchy Theory (dalam Latunreng, 2012: 87) mengemukakan teori motivasi yang dinamakan *Maslow's Need Hiererchy of Human Motivation* atau teori Hierarki Kebutuhan dari Maslow. Hierarki kebutuhan dari Maslow ini diilhami oleh Human Science Theory dari Elton Mayo. Motivasi berasal dari kata latin "Movere" yang berarti dorongan atau menggerakkan. Motivasi *(motivation)* dalam manajemen hanya ditujukan pada sumber daya manusia pada umumnya, dan bawahan/pekerja pada khususnya. Sintesis dari Motivasi menurut A.H. Rahadian dan Mila Kencana (2016) adalah dorongan dari luar seseorang untuk melakukan sesuatu kegiatan tanpa adanya paksaan, karena didasari pada dukungan lingkungan kerja untuk menjalankan kegiatan tersebut sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dirinya.

Keberadaan motivasi menjadi daya penggerak bagi seseorang atau individu untuk melakukan sesuatu dan hal itu dapat tercapai manakala kebutuhan seseorang dapat terpenuhi. Hasibuan (2013:95) menjelaskan bahwa motivasi kerja adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Faktor pendorong penting yang menyebabkan manusia bekerja adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi.

Motivasi merupakan berbagai usaha yang dilakukan oleh manusia dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Namun, agar keinginan dan kebutuhannya dapat terpenuhi tidaklah mudah didapatkan apabila tanpa usaha maksimal. Dalam pemenuhan kebutuhannya, seseorang akan berperilaku sesuai dengan dorongan seseorang akan berperilaku sesuai dengan dorongan yang dimiliki dan apa yang mendasari perilakunya. Motivasi berkaitan dengan kebutuhan Hal itu dapat dilihat dari teori motivasi Maslow. Selanjutnya Maslow memisahkan lima kebutuhan ke dalam urutan-urutan yang lebih tinggi dan lebih rendah. Kebutuhan fisiologis dan rasa aman dideskripsikan sebagai kebutuhan tingkat bawah *(lower order needs*), kebutuhan sosial, penghargaan dan aktualisasi driri sebagai kebutuhan tingkat atas (*higher order needs*). Perbedaan antara kedua tingkatan tersebut didasarkan pada dasar pemikiran bahwa kebutuhan tingkat atas dipenuhi secara internal (di dalam diri seseorang), sementara kebutuhan tingkat rendah secara dominan dipengaruhi secara eksternal (oleh hal-hal seperti imbalan kerja, kontrak serikat kerja, dan masa jabatan). Melihat uraian yang dikemukakan, maka terlihat bahwa motivasi memiliki peranan penting dalam diri seseorang karena seseorang dapat bergerak dan terdorong jika kebutuhannya terpenuhi.

Penelitian ini memadukan motivasi dengan kualitas pelayanan. Park dan Rainey dalam Jeon dan Robertson (2013:11) menyatakan bahwa "*public service-oriented motivation*". Hal tersebut berarti bahwa pelayanan publik berorientasi pada motivasi. Selanjutnya Frederickson & Hart (1985) dalam Jeondan Robertson (2013:4) menyatakan bahwa motivasi afektif menyebabkan individu bekerja di sektor publik ketika mereka secara emosional yakin akan pentingnya pelayanan publik. Melihat pendapat tersebut, maka motivasi memiliki hubungan sebab akibat dengan kualitas pelayanan publik. Hal ini memberi arti sehingga dapat dikatakan bahwa untuk meningkatkan kualitas pelayanan, dibutuhkan motivasi dari pemberi layanan.

Menurut Sugiyanti dalam Ambo Talle (2016) faktor manusia dalam pemberian layanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan total pelanggan. Manusia mempunyai peranan penting dalam perilaku organisasi, untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia membutuhkan kerja. Artinya dengan adanya pemberi layanan sangat menentukan kepuasan orang yang dilayani sehingga perlunya untuk meningkatkan motivasinya.

Secara etimologis konsep motivasi pelayanan publik merujuk kepada konsep *public service motivation* (PSM) seperti yang dikembangkan oleh para peneliti administrasi publik di Barat. Konsep ini mengandung makna sebagai motivasi yang mendorong

seseorang pekerja atau pegawai untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada publik (rakyat). James L. Perry dan Wise mendefinisikan motivasi pelayanan publik atau PSM (*public service motivation*) sebagai kecenderungan seseorang individu untuk memberikan respons motif yang secara umum dan unik terdapat dalam institusi publik, yang meliputi ketertarikan kepada pembuatan kebijakan publik, tanggung jawab kepada kepentingan publik dan kewajiban sebagai warga negara, perasaan simpati atau kasihan, dan sikap pengorbanan diri. Sementara Crewson mengemukakan bahwa *public service motivation* ialah orientasi pelayanan seseorang individu agar berguna bagi masyarakat, orientasi untuk menolong orang lain, dan semangat untuk memperoleh prestasi yang bersifat intrinsik atau yang berorientasi pelayanan.

"*The Motivational Bases of Public Service"*. *Public Administration Review* Motivasi pelayanan publik sangat penting dipahami dan dipertimbangkan dalam pelayanan karena ia sangat menentukan keberhasilan seseorang pekerja atau pegawai dalam pelaksanaan tugas, terutama pekerja sektor publik (Perry, James, L. and Lois Recascino Wise. 199). Perry dan Hondeghem menjelaskan bahwa penelitian mengenai motivasi pelayanan publik telah mendapat banyak perhatian para peneliti dalam dua dekade terakhir ini, dan minat para peneliti terhadap hal ini terus berkembang dari waktu ke waktu. Permasalahan motivasi pelayanan publik *(Public*

Service Motivation) telah sering menjadi topik penelitian di Barat dalam usaha mencari dan memahami konsep ideal bagi pelayanan publik dan dalam usaha pengembangan ilmu administrasi dan manajemen publik. Konsep motivasi pelayanan publik menurut Vandenabeele telah dikembangkan sebagai pengimbang terhadap motivasi kepentingan diri (*self-interest*) yang ditemukan dalam teori pilihan rasional. Sedangkan menurut Willem, Vos, dan Buelens konsep motivasi pelayanan publik diperkenalkan untuk menunjukkan motivasi yang berasaskan nilai-nilai dan sikap yang melampaui kepentingan diri sendiri atau kepentingan organisasi.

Salah satu temuan yang paling penting dalam penelitian menyangkut PSM ini adalah hasil penelitian Perry dan Wise terhadap para pegawai sektor publik dan para pekerja sukarela (volunteers) di Amerika Serikat. Kedua sarjana ini telah berhasil memberikan dan mendudukkan definisi atau konsep PSM dan alat ukur yang berbeda dari konsep lain yang berkaitan dengan motivasi pada umumnya. Selain itu, menurut Perry dan Wise, individu yang mempunyai tingkat PSM yang tinggi akan tertarik kepada pekerjaan pelayanan publik karena berbagai sebab, seperti kepentingan diri pribadi, pertimbangan etika, atau peluapan emosi. Mereka berasumsi bahwa PSM berkaitan erat dengan kecenderungan bekerja, prestasi kerja, dan pilihan kerja dari seseorang pegawai publik.

Dasar-dasar teoritis dan kerangka PSM dan etos pelayanan publik juga berbeda. Berbeda dengan etos pelayanan publik, dasar dari PSM membangun teori motivasi yang berasal dari tiga jenis motif: afektif, normatif, dan rasional (Brewer, Selden, dan Facer 2000, Perry dan Wise 1990). Dari dimensi afektif, hal ini diklaim bahwa individu tertarik pada pelayanan publik seperti keyakinan tentang pentingnya pelayanan publik. Perspektif normatif menunjukkan daya tarik didasarkan pada alasan etis seperti ekuitas dan keadilan, sedangkan perspektif rasional menunjukkan dasar yang sejalan dengan kepentingan individu untuk tertarik pada pembuatan kebijakan untuk mempromosikan kepentingan publik (Perry dan Wise 1990).

Hal ini berangkat dari etos pelayanan publik untuk membangun cara tradisional yang mendasar, yaitu, etos pelayanan publik, sebagaimana dimaksud dalam bagian sebelumnya, berkaitan dengan karakter dari suatu organisasi dan mengemban aspirasi dan ideologi normatif yang dimaksudkan untuk mengikat dan memotivasi mereka yang menjadi milik organisasi tersebut. untuk menegakkan etos pelayanan publik, Namun, motif keuntungan dapat meletakkannya di bawah tekanan.'' Oleh karena itu, meskipun etos pelayanan publik dan PSM keduanya konstruksi yang didasarkan pada premis bahwa beberapa individu sangat tertarik dan termotivasi oleh pelayanan publik bekerja, mereka adalah konstruksi yang

berbeda. Selain itu, berbeda dengan etos pelayanan publik, telah ada upaya untuk mengukur PSM secara empiris.

Motivasi merupakan konsep yang interaktif dan saling terkait dengan beberapa variable. Motivasi terbentuk karena adanya kepercayaan, nilai-nilai dan sikap, serta kemungkinan (peluang) yang akan diterima oleh seorang pegawai. Motivasi inilah nantinya yang akan tercermin dalam perilaku sehari-hari para pegawai. *Beliefs* adalah seperangkat kepercayaan yang dimiliki setiap pegawai. *Values* berarti system nilai yang dianut pegawai. Sedangkan, *attitudes* adalah sikap atau watak pegawai. Motivasi yang tinggi dapat dapat dimiliki oleh seorang pegawai yang memiliki *beliefs, values, dan attitudes* yang positif serta ditunjang dengan kemungkinan-kemungkinan yang diharapakan bisa tercapai.

b. Dimensi-dimensi Motivasi Pelayanan Publik

Motivasi pelayanan publik didefenisikan sebagai kecenderungan individu untuk memberikan respons motif yang secara umum dan unik terdapat dalam institusi publik. Menurut Knoke dab Wright-Isak dalam Khusnul Khasanah (2015), motif yang dimaksud dibagi atas tiga kategori analisis yang berbeda yaitu: rasional, normatif dan afektif. Motif rasional melibatkan tindakan yang didasarkan pada peningkatan kegunaan individu. Motif normatif merujuk pada tindakan-tindakan yang dihasilkan oleh upaya sesuai dengan norma-norma yang berlaku. Motif afektif merujuk pada

perilaku yang didasarkan pada tanggapan emosional atas berbagai konteks sosial.

Dari perspektif afektif, hal ini diklaim bahwa individu tertarik pada pelayanan publik seperti keyakinan tentang pentingnya pelayanan publik. Perspektif normatif menunjukkan daya tarik didasarkan pada alasan etis seperti ekuitas dan keadilan, sedangkan perspektif rasional menunjukkan dasar yang sejalan dengan kepentingan individu untuk tertarik pada pembuatan kebijakan untuk mempromosikan kepentingan publik (Perry dan Wise 1990)

1) Dimensi pertama menurut Perry dan Wise erat kaitannya dengan motivasi untuk mencapai prestasi yang memungkinkan seseorang individu memperoleh kepuasan batin/pribadi.
2) Dimensi kedua erat kaitannya dengan motif atau keinginan untuk melayani kepentingan publik yang dapat berupa kepentingan individu dalam program atau pelayanan publik tertentu disebabkan adanya pendirian atau keyakinan yang tulus dan kasih sayang terhadap kepentingan sosial.
3) Dimensi ketiga, yaitu *compassion*. Motif ini dicirikan oleh adanya keinginan untuk menolong orang lain. Artinya, motif ini mencakupi sifat mementingkan kepentingan orang lain (*altruism*), sikap ikut merasakan perasaan orang lain (*empathy*), keyakinan moral (*moral conviction*), dan keinginan-keinginan prosocial lainnya.

4) Dimensi keempat, yaitu *self-sacrifice*, mencakupi sikap kecintaan pada tanah air (*patriotism*), tanggung jawab kepada tugas (*duty*), dan kesetiaan (*loyalty*) kepada negara. Pendapat ini juga didukung oleh Brewer et.al. (2000) yang mengungkapkan bahwa sebagian individu memiliki norma dan emosi yang kuat untuk mengabdi pada sektor publik. Motivasi atau etika pelayanan publik ini dipandang dapat menarik individu-individu tertentu untuk mengabdi di sektor publik dan membantu mewujudkan perilaku kerja (*work behavior*) yang konsisten dengan kepentingan publik.

Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2000) dalam Sumiati (2014), Variabel motivasi, variabel ini secara operasional diukur dengan menggunakan 3 (tiga) indikator yang diadopsi dan disesuaikan yaitu:

1) Kebutuhan terhadap produk artinya semua barang ataupun jasa yang dibutuhkan manusia demi menunjang segala aktivitas dalam kehidupan sehari-sehari manusia tersebut. Kebutuhan tidak akan lepas dari kehidupan sehari-sehari.
2) Kebutuhan mencari kenyamanan artinya semua barang ataupun jasa yang dibutuhkan manusia guna mengharapkan kenyamanan dari produk yang dibelinya, baik berupa jasa maupun barang.

3) Kebutuhan mencari kepuasan artinya adalah suatu harapan dari setiap pelanggan akan produk yang dibelinya, sehingga akan menimbulkan kepuasan, kebahagiaan atas apa yang telah iya beli.

c. Perilaku dalam Motivasi Pelayanan Publik

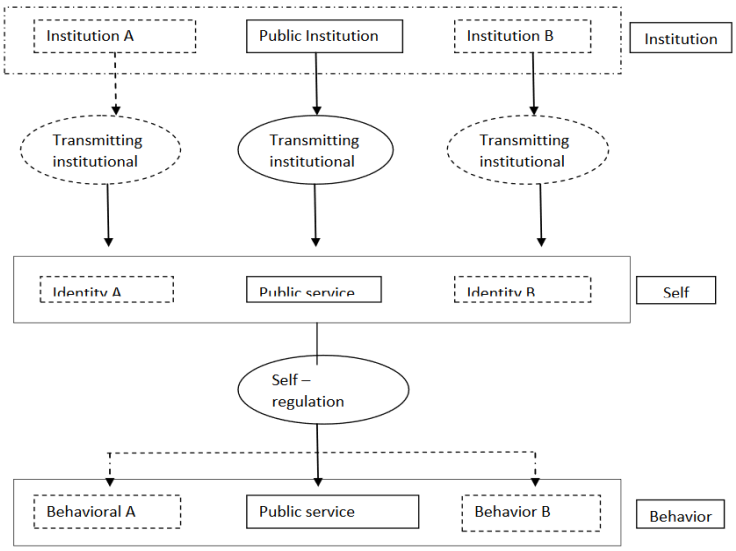
Konsep *Public Service Motivation* (PSM) adalah konsep yang interaktif dan dibentuk oleh tiga domain yaitu institusi, PNS, dan perilaku. Institusi yang dimaksud disini adalah budaya, system dan mekanisme kerja yang terdapat pada suatu organisasi publik. Pribadi PNS sendiri menunjukkan watak dan karakter masing-masing individu PNS. Watak dan karakter ini menjadi identitas masing-masing PNS dapat dilihat dari aktivitasnya. Sedangkan, perilaku adalah citra (*image*) yang keluar sebagai outputdari budaya organisasi dan karakter individu PNS. Perilaku merupakan wujud dari perpaduan antara budaya, system dan mekanisme kerja yang ditransmisikan kepada masing-masing PNS dan berkolaborasi dengan cirri atau watak PNS itu sendiri.

Perilaku juga merupakan hasil akhir yang diharapkan dapat ditingkatkan guna perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan publik. Perilaku dalam motivasi pelayanan publik dipengaruhi oleh keberadaan peran institusi atau institusi itu sendiri. Menurut March dan Olsen (1995) institusi tidak hanya mengidentifikasi dan membatasi perilaku alternatif perilaku individu, tetapi juga menjadi

model preferensi individu. Ini berarti bahwa institusi langsung dan tidak langsung mempengaruhi motif perilaku indivdu. March dan Olsen (1989) berpendapat bahwa institusi menyampaikan standar perilaku individu. Standar ini membentuk bagaimana individu seharusnya bertindak. Hal ini ditunjukkan dalam rutinitas, prosedur, konvensi, bentuk organisasi dan teknologidisekitar perilaku dibangun dan merujuk kepada keyakinan/kepercayaan, paradigma, kode, kebudayaan dan pengetahuan.

Konstruksi motivasi pelayanan publik dimulai pada tingkat institusi dan bagaimana motivasi menjadi akar atau dasar dari contentinstitusi. Penengah antara institusi dan perilaku individu adalah konsep diri dan identitas penyusunnya.

Gambar 2.1. Konsep *Public Service Motivation*



Sumber: Perry dan Vandenabeele (2018:57)

Mekanisme transimisi institusi publik terdiri atas 3 yaitu; sosialisasi, identifikasi sosial, budaya preferensi dan pembelajaran sosial. Melalui sosialisasi, institusi dipelihara dan dibagikan kepada peserta atau anggota. Untuk keterangan kelembagaan yang lebih rinci, Berger dan Luckmann‟s dengan Realita Konstruksi Sosial. Melaui fase eksternalisasi, objektifikasi dan internalisasi dan dengan cara mekanisme kontrol individu disosialisasikan kedalam anggota institusi. Melalui identifikasi sosial, institusi didukung oleh anggotanya dengan menginternalisasi nilai, norma sikap dan struktur kelembagaan. Melalui budaya, individu belajar dari norma-norma yang mempengaruhi perilaku. Menurut (Oscar, 1998) Norma-norma didefenisikan sebagai penilaian internal positif atau negative untuk mengambil jenis tindakan tertentu. Melalui pembelajaran sosial, pembelajaran sosial adalah proses dimana nilai-nilai dan pole perilaku ditransmisikan. Bandura menjelaskan dengan mengamati orang lain, bentuk aturan perilaku, dan peristiwa di masa depan akan menjadi kode yang berfungsi sebagai panduan untuk mengambil tindakan.

Perilaku dalam motivasi pelayanan publik selain dipengaruhi oleh lembaga juga dipengaruhi oleh diri atau watak pelaku itu sendiri. Konsep diri dan identitas adalah dua hal penting yang menghubungkan antara institusi dan perilaku. Identitas adalah unsur penting dalam diri. Adapun regulasi diri dalam motivasi pelayanan

publik menurut Bandura (1986) adalah fungsi dari 3 sub fungsi yaitu *self-observation, judgmental processes*, dan *self-reaction*.

A2. Penelitian Terdahulu / *Previous research*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa referensi dari penelitian terdahulu yang relevan, yaitu:

Tabel 2.2

Penelitian Terdahulu

No	Judul, penulis, tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Bus Transjakarta Dedy Arie Kustanto Wibowo, Sonny Sunaryo Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XIV Program Studi MMT-ITS, Surabaya 23 Juli 2013	Penelitian ini dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan bus TransJakarta, merumuskan dimensi kualitas layanan yang perlu untuk mendapatkan prioritas perbaikan dan menganalisa persepsi pelanggan terhadap operasional bus TransJakarta jika dibandingkan dengan angkutan umum lainnya. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode non probability sampling terhadap 150 responden yang menggunakan jasa bus TransJakarta	Berdasarkan hasil analisa customer satisfaction index (CSI) didapatkan tingkat kepuasan pelanggan bus TransJakarta termasuk dalam kategori cukup puas dengan skor CSI sebesar 57.61%.Tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan hasil analisis regresi logistik dipengaruhi oleh 4 faktor yaitu ketersediaan tempat duduk di dalam halte, lama antrian di dalam halte, pengaturan sistem antrian dan jam operasional bus TransJakarta. Faktor-faktor yang perlu mendapat perbaikan berdasarkan importance performance analysis adalah lama antrian di

			dalam halte dan pengaturan sistem antrian.
2	Transisi Penyediaan Transportasi Publik Berbasis Pelayanan Asmuni. Majalah Ilmiah Dian Ilmu Vol.15 No.1 Oktober 2015	Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptifanalitis, yaitu menggambarkan fakta-fakta yang ada dengan menganalisa dan menginterpretasikan data-data yang telah terkumpul. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif	Kondisi transportasi di Indonesia, khususnya transportasi darat cukup memperhatinkan. Kedepan diperlukan sebuah jenis transportasi yang bisa mengangkut penumpang dengan skala yang besar. Yaitu alternatif transportasi massal yang menekankan pada volume penumpang seperti kereta api, Bus Rapit Transit (BRT) atau Train Rapit Transit (TRT) system. Perbaikan fasilitas dan infrastruktur mutlak diperlukan untuk meningkatkan pelayanan kepada pengguna transportasi publik.
3	Kualitas Layanan Transportasi (Studi Kasus Transjakarta Busway di Provinsi Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta) Henri Setyawan. Tesis Ilmu Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 2012	Penelitian deskriptif, eksplanatif dan eksploratif, selain itu juga menggunakan penelitian survei, eksperimen, grounded research, kombinasi pendekatan kualitatif dan analisa data sekunder	Kualitas Pelayanan Transjakarta Busway secara keseluruhan belum memenuhi harapan, dengan serqual score sebesar -0,539 yangberarti karena servqualnya negatif mengidentifikasikan kesenjangan pelayanan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap

			pelayanan riil (kinerja) Transjakarta Busway
4	Pengaruh Motivasi Pelayanan Publik Terhadap Kinerja Pegawai Badan Perizinan Terpadu dan Penanaman Modal di Kota Makassar Khusnul Khasanah. Skripsi Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin. 2015	Dalam penelitian ini digunakan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode statistik dengan menggunakan SPSS. Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui pengisian kuesioner oleh respon pegawai yang selanjutnya akan dijadikan pembahasan hasil-hasil penelitian dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber lain seperti bahan bacaan, bahan pustaka, dan laporan-laporan penelitian.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh motivasi pelayanan publik terhadap pegawai Badan Perizinan Terpadu dan Penanaman Modal di Kota Makassar sangat tinggi. Walaupun dalam pembuatan kebijakan publik tingkat ketertarikan pegawai tidak berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai di Badan Perizinan Terpadu dan Penanaman Modal di Kota Makassar
5	*Passenger Satisfaction Towards Services of Public Transportation: Butwal-Bhairahawa* Sunita Thapa Bhattarai. *International Journal of Economics and Management Studies*. Vol.6 Issue 11. 2019	*The research design used in this study is descriptive and inferential statistics. This study is based on primary source of data, structured questionnaire has been carried out during August and September 2019*	*This study set out to investigate the passenger satisfaction towards the services of public transportation within Butwal-Bhairahawa route. From the above analysis, with respect to criterion of passenger behavior and fare, there is no significance difference in these parameters of both micro bus and a/c bus in assessment of p-value.*

6	*The effect of Service Quality on Staisfaction and Impact on Loyalty User Transportation Service Sempati Star Medan-Banda Aceh* Finta Aramita, Endang Sulistya Rini, Beby Karina Fawzeea Sembiring. *Conference:1st Economics and Business Internasional Conferences* 2017	*Type of research is quantitative research using survey method. The number of samples in this study as many as 100 respondents. The sampling technique used is accidental sampling. Methods of data collection is done by observation, interview, questionnaire.*	*The results showed that tangible partially have a positive and significant influence on satisfaction, responsiveness partially have a positive and significant influence on satisfaction, partial reliability has a positive and significant impact on satisfaction, assurance partially have a positive and significant influence on satisfaction, Partial has a positive and significant influence on satisfaction, partial satisfaction has a positive and significant impact on loyalty of users of CV bus services.*

B. Kerangka Pemikiran/ *Frame of work*

Di dalam penyusunan kerangka pemikiran atau *frame of work* dimana penulis akan menjelaskan masing-masing variabel (variabel bebas) atas keterpengaruhannya terhadap variabel terikat dalam dugaan sementara guna dilakukan penelitian lebih lanjut, dapat penulis jelaskan sebagai berikut:

1. **Pengaruh Kepuasan Publik Terhadap Pelayanan Bus Transjakarta di DKI Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19**

   Berdasarkan teori–teori tentang kepuasan publik di atas dapat dibuat sintesa sebagai berikut, bahwa kepuasan publik merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

   Dimensi dari kepuasan publik menurut Tjiptono (2016) yaitu kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*features*), kenadalan (*reliablilty*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), daya tahan (*durability*), kenyamanan (*serviceability*), estetika dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kepuasan publik diduga berpengaruh terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19.

2. **Pengaruh Pilihan Publik Terhadap Pelayanan Bus Transjakarta di DKI Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19**

   Berdasarkan teori–teori tentang pilihan publik diatas dapat dibuat sintesa sebagai berikut, bahwa unsur penting pilihan publik adalah pertukaran (*supply-demand*) dan aspek kelembagaan. Dalam teori pilihan publik, pembuatan keputuasan publik berdasarkan analisa kegiatan masyarakat di pasar. Asumsi dasar dari

pengambilan keputusan publik bahwa dalam pasar swasta, orang digerakkan oleh kepentingan pribadi.

Dimensi dari pilihan publik menurut Martin (2014) yaitu *structure* yang mengacu pada struktur pasar yang biasanya didefinisikan oleh rasio konsentrasi pasar, *conduct* yaitu perilaku perusahaan dalam industri seperti penetapan harga dan *performance* atau kinerja . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pilihan publik diduga berpengaruh terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19.

3. Pengaruh Motivasi Terhadap Pelayanan Bus Transjakarta di DKI Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19

Motivasi merupakan berbagai usaha yang dilakukan oleh manusia dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Konsep motivasi secara umum merujuk kepada kekuatan yang memberi dorongan, mengarahkan, dan mengekalkan tingkah laku seseorang individu.

Dimensi motivasi menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sumiati (2014) yaitu kebutuhan terhadap produk, kebutuhan terhadap kenyamanan dan kebutuhan terhadap kepuasan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa motivasi diduga berpengaruh terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19.

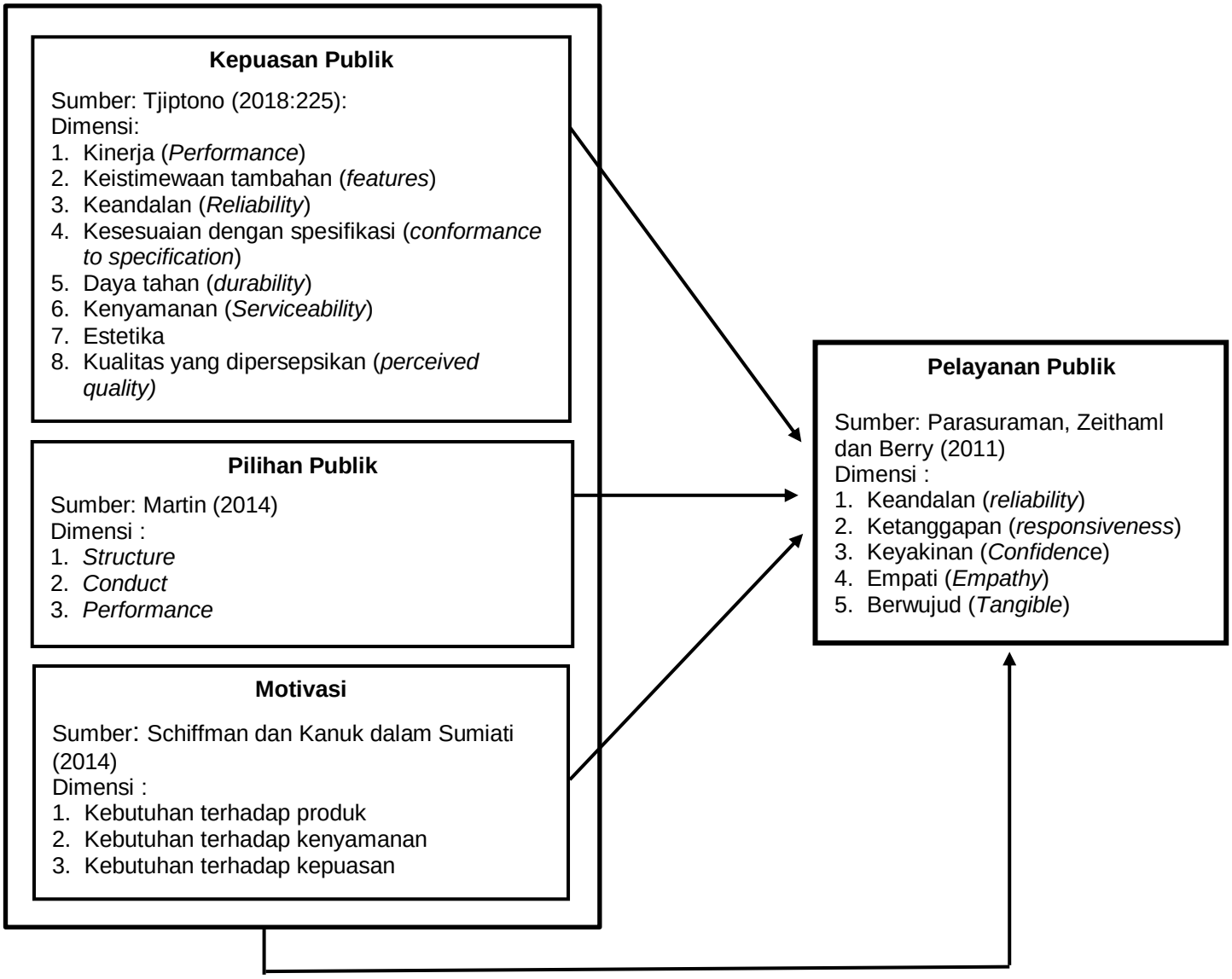
4. Pengaruh Kepuasan Publik dan Pilihan Publik Terhadap Pelayanan Bus Transjakarta di DKI Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19.

Berdasarkan teori–teori tentang pelayanan publik diatas dapat dibuat sintesa sebagai berikut, bahwa pelayanan publik merupakan pemberian layanan atau melayani keperluan orang atau masyarakat dan/atau organisasi lain yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu, sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditentukan dan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada penerima pelayanan.

Dimensi dari pelayanan publik menurut Parasuraman, Zeithami dan Berry (2018) yaitu keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*confidence*), empati (*emphaty*) dan berwujud (*tangible*).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19.

Model kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 2.2

Model Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta–fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2016).

Hipotesis (jawaban sementara) penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19.
2. Pilihan publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19.
3. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19
4. Kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19.

BAB III

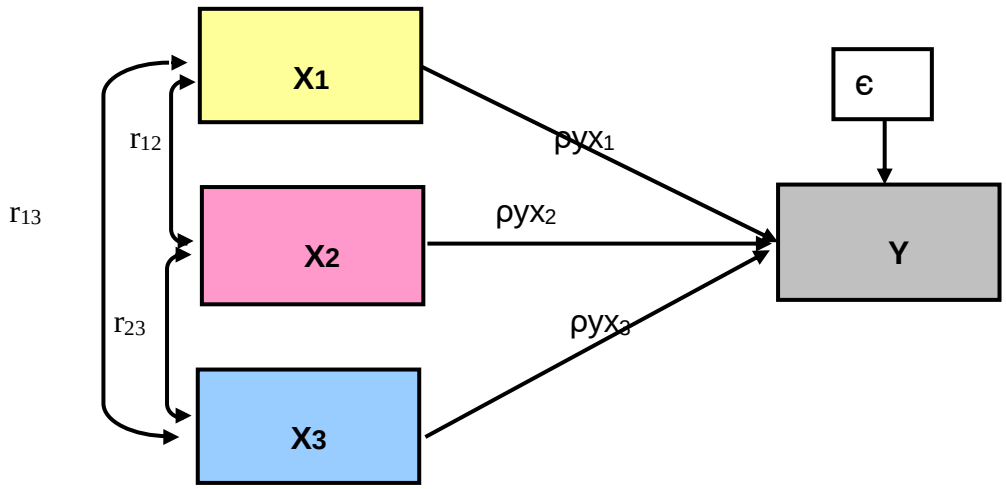
METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang diterapkan adalah kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data numerical atau angka yang diperoleh dengan metode statistik. Penelitian ini menggunakan metode survei dan analisis explanatory/sebab akibat.

> Pengertian dari survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian–kejadian relatif, distribusi dan hubungan - hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Kerlinger dalam Hadi, 2011:158).

Model penelitian adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1

Design Penelitian

Keterangan :

X_1	=	Kepuasan publik
X_2	=	Pilihan Publik
X_3	=	Motivasi
Y	=	Pelayanan Angkutan
Є	=	Faktor-faktor lain di luar X_1, X_2 dan X_3 yang mempengaruhi terhadap Y akan tetapi tidak diteliti
r_{12}	=	Koefisien korelasi X_1 dan X_2
r_{23}	=	Koefisien korelasi X_2 dan X_3
r_{13}	=	Koefisien korelasi X_1 dan X_3
ρyx_1	=	Koefisien korelasi X_1 dan Y.
ρyx_2	=	Koefisien korelasi X_2 dan Y.
Pyx_3	=	Koefisien korelasi X_3 dan Y.

Pada penelitian ini ditinjau dari dimensi tujuan penggunaan, maka penelitian ini bersifat terapan, berdasarkan dimensi tujuan penjelasan maka tesis ini menerapkan dimensi penjelasan atau *explanatory*. Berdasarkan dimensi pengumpulan data dalam penulisan tesis ini, teknik pengumpulan data yang relevan dipilih penulis adalah dimensi survei karena terdapat populasi dari objek penelitian. Dari populasi kemudian ditarik sampel sesuai dengan rumus-rumus statistik yang sesuai dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan.

B. Operasionalisasi Variabel

1. Definisi Konseptual

Definisi konseptual variabel penelitian yaitu :

a. Kepuasan Publik (X_1)

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi (Nasution M. N., 2011: 45). Dimensi dari kepuasan publik menurut Tjiptono (2016) yaitu kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*features*), keandalan (*reliablilty*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), daya tahan (*durability*), kenyamanan (*serviceability*), estetika dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kepuasan publik diduga berpengaruh terhadap pelayanan bus transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19.

b. Pilihan Publik (X_2)

Unsur penting pilihan publik adalah pertukaran (*supply-demand*) dan aspek kelembagaan. Dalam teori pilihan publik, pembuatan keputuasan publik berdasarkan analisa kegiatan masyarakat di pasar. Asumsi dasar dari pengambilan keputusan publik bahwa dalam pasar swasta, orang digerakkan oleh kepentingan pribadi. Dimensi dari pilihan publik menurut Martin (2014) yaitu *structure* yang mengacu pada struktur pasar yang biasanya didefinisikan oleh rasio konsentrasi pasar, *conduct* yaitu perilaku perusahaan dalam industri seperti penetapan harga dan *performance* atau kinerja.

c. Motivasi (X_3)

Motivasi merupakan berbagai usaha yang dilakukan oleh manusia dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Konsep motivasi secara umum merujuk kepada kekuatan yang memberi dorongan, mengarahkan, dan mengekalkan tingkah laku seseorang individu. Motivasi itu penting karena motivasilah yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia supaya mau bekerja giat dan antusias mencapai hasil yang diinginkan. Dimensi motivasi menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sumiati (2014) yaitu kebutuhan terhadap produk, kebutuhan terhadap kenyamanan dan kebutuhan terhadap kepuasan

d. Pelayanan Angkutan (Y)

Berdasarkan teori–teori tentang pelayanan publik diatas dapat dibuat sintesa sebagai berikut, bahwa pelayanan publik merupakan pemberian layanan atau melayani keperluan orang atau masyarakat dan/atau organisasi lain yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu, sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditentukan dan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada penerima pelayanan. Dimensi dari pelayanan publik menurut Parasuraman, Zeithami dan Berry (2018) yaitu keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*confidence*), empati (*emphaty*) dan berwujud (*tangible*).

2. Kisi-Kisi Variabel

Selanjutnya definisi operasional tersebut dijabarkan dalam kisi-kisi variabel penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.1.

Kisi-Kisi Variabel Pelayanan Angkutan (Y)

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item	Jumlah Item
Pelayanan Angkutan (Y)	1. Keandalan (*Reliability*)	• Petugas mengingatkan hal-hal penting yang perlu diketahui penumpang	1	2
		• Kesigapan dalam melayani penumpang	2	
	2. Ketanggapan *(Responsiveness)*	• Kecepatan pelayanan petugas	3	2
		• Ketepatan pelayanan petugas	4	
	3. Keyakinan *(Confidence)*	• Petugas melayani tanpa keragu-raguan	5	2
		• Petugas memberikan jawaban yang tepat atas pertanyaan penumpang	6	
	4. Empati *(Emphaty)*	• Ketersediaan media komplain	7	2
		• Petugas membantu penumpang yang kebingungan	8	
	5. Berwujud *(Tangible)*	• Ketersediaan tempat duduk di dalam halte	9	2
		• Ketersediaan alat pendingin di dalam halte maupun di dalam bus transjakarta	10	

Tabel 3.2.

Kisi-Kisi Variabel Kepuasan Publik

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item	Jumlah Item
Kepuasan Publik (X_1)	1.Kinerja *(Performance)*	• Keramahan petugas di halte maupun di dalam bus transjakarta	11	1
	2.Keistimewaan tambahan *(Features)*	• Ketersediaan alat keselamatan di dalam bus transjakarta	12	2
		• Kelengkapan peralatan komunikasi petugas	13	
	3.Keandalan *(Reliablilty)*	• Petugas memberikan informasi yang akurat tentang rute transjakarta	14	1
	4. Kesesuaian dengan spesifikasi (C*onformance to specification*)	• Ketersediaan papan penunjuk arah di dalam halte	15	2
		• Kedatangan bus terjadwalkan sesuai dengan aplikasi	16	
	5. Daya tahan *(Durability)*	• Melakukan pengecekan aspek teknis kelayakan operasional bus demi keselamatan	17	1
	6. Kenyamanan (*Serviceability)*	• Keamanan di halte dan di dalam bus transjakarta	18	2
		• Kebersihan di halte dan di dalam bus transjakarta	19	
	7. Estetika	• Kondisi fisik bus transjakarta	20	1
	8. Kualitas yang dipersepsikan	• Pembayaran dengan metode cashless	21	2

	(P*erceived quality)*	• Memiliki jam operasi yang sesuai dengan kebutuhan	22	

Tabel 3.3.

Kisi-Kisi Variabel Pilihan Publik

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item	Jumlah Item
Pilihan Publik (X_2)	1. *Structure*	• Banyaknya persebaran halte	23	2
		• Waktu antar kedatangan bus transjakarta (ketepatan waktu)	24	
	2. *Conduct*	• Sterilisasi jalur bus transjakarta	25	2
		• Harganya yang *affordable* atau terjangkau	26	
	3. *Performance*	• Petugas mampu menjelaskan rute dari semua koridor	27	2
		• Petugas menyediakan informasi angkutan melalui papan elektronik disetiap halte sampai dengan akhir tujuan	28	

Tabel 3.4.

Kisi-Kisi Variabel Motivasi

Variabel	Dimensi	Indikator	No Item	Jumlah Item
Motivasi (X_3)	1.Kebutuhan terhadap produk	• Pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan	29	2
		• Selalu menggunakan bus transjakarta setiap kali bepergian	30	

	2. Kebutuhan terhadap kenyamanan	• Petugas bersikap ramah dan sopan saat memberikan pelayanan	31	2
		• Petugas berseragam rapih	32	
	3. Kebutuhan terhadap kepuasan	• Petugas bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan	33	2
		• Merekomendasikan bus transjakarta kepada orang lain	34	

C. Pengumpulan Data

1. Jenis Data

Jenis penelitian merupakan salah satu bagian yang sangat penting untuk menentukan berhasil atau tidaknya penelitian tersebut. Penelitian yang digunakan ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengolah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian. Dimana menurut Sugiyono (2017:14) menyebutkan bahwa “metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Pendekatan kuantitatif adalah penelitian dimana peneliti tidak berinteraksi atau independen terhadap fakta yang diteliti. Selain itu pendekatan kuantitatif ini dapat diartikan sebagai penelitian yang

digunakan untuk mengetahui hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa adanya upaya untuk mempengaruhi variabel tersebut sehingga tidak terdapat manipulasi variabel (Fraenkel dan Wellen, 2018:13). Tujuan pendekatan kuantitatif ini adalah untuk menentukan hubungan antara variabel, atau untuk menggunakan hubungan tersebut untuk membuat prediksi.

Menurut Mashyuri dan Zainuddin (2018:13) pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang tidak mementingkan kedalaman data, penelitian kuantitatif tidak terlalu menitik-beratkan pada keadalaman data, yang penting dapat merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode asosiatif. Metode penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013:11).

Metode penelitian asosiatif ini berusaha menguji hipotesis yang memanfaatkan hubungan sebab akibat dari beberapa variabel yaitu untuk mengetahui pengaruh pelayanan publik, pemilihan rute dan ketepatan waktu terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bus transjakarta sebagai sarana transportasi di masa pandemi.

Adapun jenis data yang digunakan adalah data primer yang berupa data hasil kuesioner dan data sekunder yang bersumber dari data-data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai yaitu penelitian lapangan dan penelitian observasi.

a. Observasi / pengamatan

Menurut Sugiyono (2010:138) observasi merupakan suatu proses pengumpulan data, dua diantara yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan. Pada penelitian ini dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung ke lokasi penelitian pada masa pandemi covid-19 ini yaitu pada masyarakat yang menggunakan bus transjakarta di DKI Jakarta dan mencatat masalah-masalah penting yang ada hubungannya dengan penelitian.

b. Teknik Kuesioner/Angket

Menurut Sugiyono (2010:135) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Menurut Hadi (2011:77) kuesioner merupakan alat untuk pengumpulan data dengan menggunakan jawaban terbuka atau tertutup.

Angket atau kuesioner merupakan alat bantu yang berupa lembar pertanyaan yang dibagikan kepada responden di wilayah yang dijadikan objek penelitian. Kuesioner disusun atau dibuat sedemikian rupa, dengan menggunakan bahasa yang sederhana namun jelas dan tidak ambigu. Agar tidak memberatkan responden, sebaiknya jumlah pertanyaan tidak terlalu banyak namun terfokus dan menggunakan pertanyaan tertutup *(closed-ended statement),* dengan demikian akan lebih mudah dalam menjawab, dan menganalisanya.

Sistem penilaian kuesioner yaitu dengan menggunakan *skala Likert,* dengan 5 (lima) kategori pilihan tanggapan untuk setiap pertanyaan yang diajukan kepada responden. Pemberian skor tersebut dilakukan berdasarkan teori, apabila jawaban responden semakin sesuai dengan teori, maka skor yang diberikan akan semakin besar, demikian pula sebaliknya. Jawaban dari responden dan angka penilaian dalam skala Likert, dapat dicontohkan sebagai berikut (Sugiyono; 2010:78)

Tabel 3.5

Skala *Likert* Jawaban dan Skors

Jawaban	Skors
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3

Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Menurut Suharsimin (2012:155) skala likert merupakan skala yang mempunyai gradasi yang sama, dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang.

c. Penelitian Kepustakaan *(Library Research)*

Menurut Suharsimin (2012:77) penelitian kepustakaan adalah teknik mendapatkan data yang berasal dari data pustaka. Menurut Hadi (2011: 45) studi kepustakaan adalah metode penelitian yang didasarkan studi literatur. Maka penelitian kepustakaan adalah metode penelitian dimana bahan-bahannya berasal dari studi literatur. Dalam hal ini penulis berusaha untuk mencari dan membaca serta mendapatkan sumber-sumber ilmiah yang terdapat dalam buku-buku yang relevan dengan pembahasan tesis ini.

D. Teknik Sampling

Teknik sampling dalam penelitian kuantitatif terdiri dari dua unsur, yaitu populasi dan sampel serta teknik pengambilan sampel.

1. Populasi

Menurut Suharsimin (2012:46) populasi adalah sekumpulan objek yang akan diteliti dalam suatu penelitian. Berdasarkan pendapat tersebut maka populasi adalah sekumpulan individu dari objek yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah

masyarakat DKI Jakarta yang menggunakan bus transjakarta sebagai sarana transportasi di masa pandemi covid-19 serta termasuk pegawai bus Transjakarta.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, (2017:6) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif (mewakili).

3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *sampling incidental* yang berdasarkan kemudahan, dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Untuk menentukan sampel dari populasi digunakan perhitungan maupun acuan tabel yang dikembangkan para ahli. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang aktivitas sehari-

harinya menggunakan bus transjakarta sebagai sarana transportasi di masa pandemi covid-19 dan juga pegawai bus Transjakarta. Karakteristik yang sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian dan dapat dijadikan responden. Penentuan jumlah sampel yang representative menurut Hair et.al (dalam Kiswanti 2010) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

Sampel = jumlah indikator x 5

= 34 x 5

= 170

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 170 responden.

E. Teknik Analisis

1. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti dalam mengolah data adalah analisis data kuantitatif. Langkah pertama dalam analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah pengukuran dan pengujian suatu kuesioner. Suatu kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. yaitu untuk memperkirakan secara kuantitatif pengaruh dari beberapa variabel bebas *(independent)* baik secara terpisah *(parsial)* atau serentak *(simultan).*

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menurut Suharsimi (2017:211) “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument”. Suatu instrument yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Uji validitas terhadap instrument yang dipergunakan tersebut dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Pengujian validitas untuk instrument Kepuasan Publik (X_1), Pilihan Publik (X_2), Motivasi (X_3), dan Pelayanan Angkutan (Y) menggunakan analisis butir dengan rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh *Pearson* yang diolah melalui SPSS. Adapun rumus dasar yang digunakan yakni:

$$r^{\text{hitung}} = \frac{n\sum XY - \sum X.\sum Y}{\sqrt{\left(n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2\right)\left(n\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right)}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

n = Jumlah Responden

X = Skor Variabel (Jawaban Responden)

Y = Skor Total dari Variabel (Jawaban Responden)

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) dengan rumus df= n – 2 maka:

df = n – 2

df = 170 – 2

df = 168

Berdasarkan distribusi r_{tabel} tersebut, diperoleh nilai df = 168 dan taraf kesalahan 5%, maka penentuan batas minimal validitas pertanyaan sebesar 0,151. Jika didapatkan harga $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir instrumen dapat dikatakan valid akan tetapi, jika harga $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dikatakan bahwa instrumen tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Suharsimi (2017:213) “Reliabilitas menunjukkan pada suatu penertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan”. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan metode alpha. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic Cronbach Alpha (α). Suatu variabel di katakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α)>0.61 (Suharsini 2010:215).

Table 3.6

Kemantapan Alpha

Jawaban	Nilai Alpha
0,00-0,20	Reliabel Sangat Rendah
0,21-0,40	Reliabel Rendah
0,041-0,60	Reliabel Sedang
0,61-0.80	Reliabel
0,81-1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Suharsimi (2010:215)

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linear.

a. Uji Multikoleniaritas

Uji Multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas atau independen (Ghozali, 2011:105). Cara umum untuk mendeteksi adanya multikoleniaritas dalam model ini adalah dengan melihat adanya R^2 yang tinggi dalam model tetapi singkat signifikan t-statistiknya sangat kecil dari hasil regresi tersebut dan cenderung banyak yang tidak signifikan. Uji multikolinearitas dapat dilakukan untuk hasil regresi untuk kedua model yang akan di estimasi. Caranya adalah dengan mencari angka tolerance, dimana tolerance adalah nilai 1- R^2. R^2disini adalah koefisien determinasi dari regresi atas suatu variabel bebas terhadap sisa variabel bebas lainnya. Setelah angka tolerance diperoleh selanjutnya di cari angka VIF. Angka VIF (Variance Inflaction Factor) yang merupakan kebalikan (resiprokal) dari tolerance. Semakin tinggi nilai tolerance semakin rendah derajat kolinearitas yang terjadi. Batasan nilai maksimum VIF yang biasa digunakan untuk menjustifikasi adanya kolineritas adalah 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokereditas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan veriasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokerditas. Pengujian heterokereditas dilakukan dengan menggunakan grafik scatterpot, dasar analisis yang digunakan untuk mengambil keputusan, sebagai berikut: **j**ika ada pola tertentu, seperti titik titik tang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasi telah terjadi heterokereditas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kita dapat melihatnya dari normal probability plot yang membandingan distribusi kumulatif dengan distriusi normal. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika penyebaran data pada grafik normal P-P Plot mengikuti garis normal (45 derajat), maka data berdistribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak. Model refresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal, jika distribusi datanya normal,

maka garis yang menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

d. Uji Linieritas

Uji linieritas berfungsi untuk menguji hubungan antara variabel dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R_{rjk}\ (TC)}{R_{rjk}\ (G)}$$

Keterangan:

F = Bilangan untuk Linieritas

R_{rjk} (TC) = Rerata jumlah kuadrat tuna cocok

R_{rjk} (G) = Rerata jumlah kuadrat kekeliruan

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas jika nilai Signifikansi lebih besar dari 0.05 maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan linear secara signifikan antar variabel yang diujikan, sebaliknya jika nilai Signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan linear secara signifikan antar variabel yang diujikan.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Supranto (2011:210) “Hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain dan keduanya saling mempengaruhi yaitu variabel mana yang dipengaruhi dan variabel mana yang mempengaruhi”. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi terhadap pelayanan bus

transjakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19, maka digunakan teknik analisis statistik dengan SPSS, dimana rumus statistic yang digunakan adalah Linear Multiple Regression (regresi linear berganda) yakni:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Pelayanan Angkutan

X_1 = Kepuasan Publik

X_2 = Pilihan Publik

X_3 = Motivasi

a = konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi Variabel X

e = error term

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Jika R^2 semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas adalah besar terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang di gunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang di teliti terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika R^2 semakin mengecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil, hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk

menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

6. Pengujian Signifikan (Uji Hipotesis) dengan Uji T

Uji signifikan parameter individual (uji statistik t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009:88). Uji statistik t digunakan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan membandingkan ttabel dengan thitung yang diperoleh berdasarkan tingkat signifikan (a = 0,05).

Uji hipotesis ini dilakukan dengan ketentuan:

Tingkat Signifikansi

Jika signifikansi thitung > 0,05, berarti H0 diterima atau Ha ditolak. Jika signifikansi thitung < 0,05, berarti H0 ditolak atau Ha diterima.

Dasar pengambilan keputusan:

Dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel

H0 diterima jika thitung < ttabel

H0 ditolak jika thitung > ttabel

7. Pengujian Signifikan (Uji Hipotesis) dengan Uji Uji F

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Maka uji hipotesis yang digunakan adalah dengan uji F hitung. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - r^2) / (N - k - 1)}$$

Sumber : Ghozali (2011:121)

Keterangan :

R2 = koefisien determinasi

k = jumlah variabel independen

n = jumlah responden

Uji hipotesis ini dilakukan dengan ketentuan:

1) Tingkat Signifikansi

   Jika signifikansi Fhitung > 0,05, berarti H0 diterima atau Ha ditolak. Jika signifikansi Fhitung < 0,05, berarti H0 ditolak atau Ha diterima.

2) Berikut ketetapan yang berlaku adalah:

   F hitung< Ftabel → H0 diterima (tidak ada pengaruh yang signifikan)

   Fhitung> Ftabel → H0 ditolak (ada pengaruh yang signifikan)

F. Lokasi dan Jadwal Penelitian

1. Lokasi Penelitian

   Lokasi penelitian ini terbatas pada masyarakat Jakarta yang aktivitas sehari-harinya bekerja dan menjadikan bus transjakarta sebagai sarana transportasi di masa pandemi.

2. Jadwal Penelitian

Jadwal pelaksanaan penelitian untuk tesis ini dipaparkan dalam bentuk *Gantt Chart* penelitian pada table di bawah ini:

Tabel 3.7

Jadwal Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Tahun 2020																			
		September				Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal																				
2	Studi Pendahuluan																				
3	Pengumpulan Referensi																				
4	Penulisan BAB I – III																				
5	Pengumpulan Data																				
6	Analisis Data																				
7	Penulisan BAB IV – V																				
8	Penyusunan Tesis																				

Sumber: Jadwal Kegiatan Penelitian (2020)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Transjakarta adalah sistem transportasi Bus Rapid Transit (BRT) pertama di Asia Tenggara dan selatan, yang beroperasi sejak tahun 2004 di Jakarta, Indonesia. Sistem ini didesain berdasarkan sistem TransMilenio di Bogota, Kolombia. Transjakarta dirancang sebagai moda transportasi massal pendukung aktivitas ibu kota yang sangat padat. Transjakarta merupakan sistem BRT dengan jalur lintasan terpanjang di dunia (230,9 km), serta memiliki 243 stasiun BRT (sebelumnya disebut halte) yang tersebar dalam 13 koridor (jalur), yang awalnya beroperasi dari 05.00 - 22.00 WIB, dan kini beroperasi 24 jam di seluruh koridornya. Transjakarta dioperasikan oleh PT Transportasi Jakarta. Jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam operasional Transjakarta (Pramudi, petugas bus, petugas stasiun BRT, dan petugas kebersihan) sekitar 6.000 orang. Jumlah rata-rata harian pengguna Transjakarta diprediksikan sekitar 350.000 orang.

Pada tahun 2011, sistem ini mencapai kinerja puncak tahunan dengan bus membawa 114,7 juta penumpang dan kemudian pada tahun-tahun berikutnya jumlahnya menurun dan pada tahun 2014,

bus membawa 111,6 juta penumpang, sementara pada tahun 2015 melayani 102,95 juta penumpang. Pada 2016, rekor baru 123,73 juta penumpang tercapai. Biayamongkosnya tetap Rp3.500 per-penumpang sejak awal beroperasi.

Ide pembangunan proyek Bus Rapid Transit di Jakarta muncul sekitar tahun 2001. Kemudian ide ini ditindaklanjuti oleh Gubernur DKI Jakarta saat itu, Sutiyoso. Sebuah institut bernama Institute for Transportation & Development Policy (ITDP) menjadi pihak penting yang mengiringi proses perencanaan proyek ini. Konsep awal dibuat oleh PT Pamintori Cipta, sebuah konsultan transportasi yang sudah sering bekerjasama dengan Dinas Perhubungan DKI Jakarta. Selain pihak swasta, terdapat beberapa pihak lain yang juga mendukung keberhasilan dari proyek ini, di antaranya adalah badan bantuan Amerika (USAID) dan The University of Indonesia's Center for Transportation Studies (UI-CTS).

Transjakarta memulai operasinya pada 15 Januari 2004, ditandai dengan peresmian koridor 1, dengan tujuan memberikan jasa angkutan yang lebih cepat, nyaman, dan terjangkau bagi warga Jakarta. Sejak awal pengoperasian Transjakarta, harga tiket ditetapkan untuk disubsidi oleh pemerintah daerah. Dalam rangka sosialisasi dan pengenalan angkutan massal ini kepada masyarakat, pada 2 minggu pertama pengoperasiannya (15-30 Januari 2004) pengguna Transjakarta tidak dikenakan tarif. Mulai 1 Februari 2004,

tarif Transjakarta mulai diberlakukan seharga Rp2000. Pada tahun 2012, Dinas Perhubungan DKI Jakarta memutuskan untuk menaikkan tarif Transjakarta seharga Rp3500.

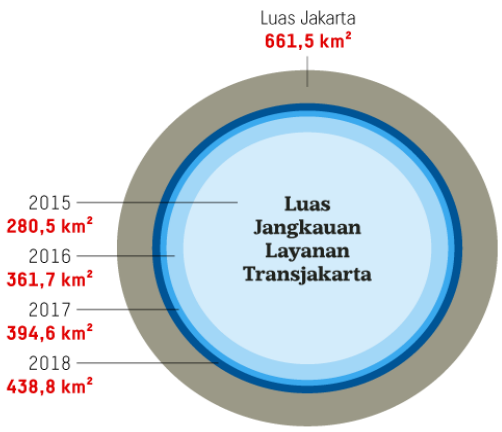
Beberapa pengembangan pasca-peresmian koridor 1 terus dilakukan, antara lain lowongan sopir bus yang terbuka bagi perempuan, perbaikan sarana-prasarana bus dan stasiun BRT, pemberlakuan zona khusus perempuan, penempatan petugas di dalam bus, sterilisasi jalur Transjakarta dengan portal manual maupun otomatis, uji coba sistem contra-flow (jalur Transjakarta yang berlawanan arah dengan jalur umum yang bersinggungan), serta pelayanan bagi pengguna penyandang cacat dengan nama Transjakarta Cares. Setelah koridor 1 sukses dioperasikan, koridor-koridor selanjutnya mulai dibangun dan diresmikan secara bertahap yaitu koridor 2 dan 3 diresmikan pada tangggal 15 Januari 2006, Koridor 4, 5, 6, dan 7 diresmikan pada tanggal 27 Januari 2007. Koridor 8 diresmikan pada tanggal 21 Februari 2009. Koridor 9 dan 10 diresmikan pada tanggal 31 Desember 2010. Koridor 11 diresmikan pada tanggal 28 Desember 2011. Koridor 12 diresmikan pada tanggal 14 Februari 2013. Koridor 13 diresmikan pada tanggal 16 Agustus 2017. Transportasi penunjang Transjakarta terus diupayakan. Jalur bus pengumpan (feeder busway) juga dioperasikan pada tahun 2011 di tiga wilayah, yaitu SCBD, Puri Kembangan, dan Tanah Abang namun ditutup pada bulan Desember

2012 karena operator menganggap rute-rute tersebut sepi pengguna dan menimbulkan kerugian. Saat ini, angkutan penunjang Transjakarta terdiri atas bus pengumpan yang beroperasi di dalam kota maupun di daerah perbatasan.

Pada 10 November 2014, Transjakarta meluncurkan logo barunya dan diresmikan oleh Plt. Gubernur Provinsi DKI Jakarta, Basuki Tjahaja Purnama. Logo baru itu berupa sebuah lingkaran berwarna biru tua dengan dua garis diagonal berwarna putih. Di sebelah lingkaran terdapat tulisan "Transjakarta" yang dengan dua warna, kata "Trans" menggunakan biru muda, sedangkan kata "Jakarta" menggunakan biru tua. Selain perubahan warna, huruf J pada kata tersebut memiliki kaki lebih panjang yang ditarik ke bagian bawah kata "Trans" dengan gradasi warna biru tua ke biru muda. Logo tersebut merupakan karya Fakhri Azmi, 20 tahun, pemenang lomba desain logo Transjakarta yang diikuti 2.250 peserta. Pada tanggal 21 April 2016, bertepatan dengan Hari Kartini, PT Transportasi Jakarta meluncurkan bus khusus perempuan. Ada dua bus khusus perempuan yang diluncurkan. Bus tersebut berwarna putih-merah muda dan hanya beroperasi di Koridor 1 saja. Sesuai dengan namanya bus tersebut hanya bisa dinaiki oleh pengguna perempuan saja dan bus tersebut dikemudikan oleh pramudi perempuan. Pada bulan Mei 2019, Transjakarta akan melakukan uji

coba bus listrik selama enam bulan, dengan rute pertama Bundaran Senayan-Monas.

Pada awal kelahirannya, transjakarta hadir untuk memperbaiki wajah transportasi publik Ibu Kota yang sudah teramat usang: bus tua melintas di jalanan, ngetem sembarangan, sopir ugal-ugalan, potong rute, polusi yang masuk lewat jendela bus, hingga kriminalitas. Bus-bus baru disiapkan untuk transjakarta, lengkap dengan penyejuk ruangan (AC). Jalur khusus disiapkan agar bus tak perlu ikut bermacet-macetan di jalur umum.Sistem baru transportasi pun dibentuk. Sopir tidak lagi mendapatkan pemasukan berdasarkan ongkos yang dibayarkan penumpang. Pramudi, sebutan untuk sopir bus transjakarta, diberi gaji bulanan. Begitu juga dengan awak bus lainnya yang bergaji bulanan. Penampilan pramudi pun berbeda dan bergaya. Mereka tak lagi seenaknya berpakaian, tetapi sudah mengenakan jas, celana panjang, dan sepatu pantofel. Cerita tentang bau badan sudah hilang, berganti dengan penampilan modis yang sesekali dipadu kacamata hitam. Di bus transjakarta pula, jamak kita lihat perempuan menjadi pramudi, lengkap dengan penampilan keren. Pada hari-hari tertentu, perempuan pramudi ini berkebaya saat bertugas. Untuk bisa membawa bus transjakarta, calon pramudi harus lulus seleksi. Setelah itu, ada proses pelatihan pramudi.



Gambar 4.1. Luas Jangkauan Layanan Trans Jakarta

TransJakarta mengontrak 1.056 bus pada tahun 2016, sebuah peningkatan dari 605 bus yang dikontrakkan pada tahun 2015. Transjakarta memiliki lebih dari 1.500 bus dalam tiga bulan pertama 2017 dan menargetkan memiliki 3.000 bus pada akhir tahun. Transjakarta dioperasikan dengan menggunakan bus sebanyak 1347 unit bus, terdiri dari bus tunggal dan bus gandeng. Bus yang digunakan sebagai armada angkutan Transjakarta adalah:

a. Koridor 1
   1) Scania K320IA CNG Euro VI, putih-biru muda dan livery khusus Hari Bumi dan Hari Kartini dan Hari Ibu (TJ) (TJ + MB)
   2) Scania K340IA Euro VI, putih-biru muda (TJ)
   3) Mercedes-Benz OH 1526 NG OM906LA, putih-biru, livery khusus hari kemerdekaan Indonesia, Jak Lingko dan PPD Vintage Series (TJ)

4) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, PPD Vintage Series (TJ)
5) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, putih-biru tua dan Vintage Series hijau (MYS)
6) Mercedes-Benz OC 500 RF 2542 OM457LA ZF Ecolife, putih-biru tua, livery hewan satwa dan hewan laut (TJ)
7) Scania K310IB 6×2, putih-biru tua (MYS)
8) Zhongtong Bus LCK6180GC CNG Euro 5, putih-biru tua (PPD)
9) Volvo B11R 6×2 ZF Ecolife, putih-biru tua (SAF)

b. Koridor 2

1) Scania K320IA CNG Euro VI, putih-biru muda dan livery khusus Hari Bumi dan Hari Kartini dan Hari Ibu (TJ) (MB + TJ)
2) Scania K310IB 6×2, putih-biru tua (MYS)
3) Hino RK8 JSKA-NHU R260 (J08E-UF), biru (PPD)
4) Zhongtong Bus LCK6180GC CNG Euro 5, putih-biru tua (PPD, hanya beroperasi di koridor 2D)
5) Volvo B11R 6×2 ZF Ecolife, putih-biru tua (SAF)
6) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, putih-biru tua (MYS hanya beroperasi di koridor 2D)
7) Hino RK1 JSNL, putih-biru (TJ, hanya beroperasi di koridor 2D)

8) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA M/T, putih-biru tua (PKT)

c. Koridor 3

1) Scania K320IA CNG Euro VI, putih-biru muda (MB)
2) Hino RK1 JSNL, putih-biru (TJ)
3) Scania K310IB 6×2, putih-biru tua (MYS)
4) Volvo B11R 6×2 ZF Ecolife, putih-biru tua (SAF)
5) Zhongtong Bus LCK6180GC CNG Euro 5, putih-biru tua (PPD)
6) Hino RK8 JSKA-NHU R260 (J08E-UF), biru (PPD)

d. Koridor 4

1) Mercedes-Benz OH 1526 NG OM906LA, putih-biru, livery khusus hari kemerdekaan Indonesia dan PPD Vintage Series (TJ, hanya beroperasi di koridor 4K dan 4M)
2) Hino RK8 JSKA-NHU R260 (J08E-UF), biru (PPD)
3) Scania K310IB 6×2, putih-biru tua (MYS)

e. Koridor 5

1) Zhongtong Bus LCK6180GC, oranye-merah dan livery khusus hari Bumi (TJ, hanya beroperasi di koridor 5, 5C dan 5D)
2) Zhongtong Bus LCK6180GC CNG Euro 5, putih-biru tua (PPD, hanya beroperasi di koridor 5, 5D dan 5E)
3) Hino RK8 JSKA-NHU R260 (J08E-UF), biru (PPD)

4) Volvo B11R 6×2 ZF Ecolife, putih-biru tua (SAF, hanya beroperasi di koridor 5, 5C dan 5D)
5) Yutong ZK6180HGC Weichai CNG Euro III, oranye-merah (TJ)
6) Ankai HFF6180G02D Weichai CNG Euro IV, oranye-merah (TJ)
7) Scania K310IB 6×2, putih-biru tua (MYS, hanya beroperasi di koridor 5E dan 5K)

f. Koridor 6
1) Scania K310IB 6×2, putih-biru tua (MYS)
2) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, putih-biru tua dan Vintage Series hijau (MYS)
3) Volvo B11R 6×2 ZF Ecolife, putih-biru tua (SAF)

g. Koridor 7
1) Hino RK8 JSKA-NHU R260 (J08E-UF), biru (PPD)
2) Scania K310IB 6×2, putih-biru tua (MYS)
3) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, putih-biru tua dan Vintage Series hijau (MYS)

h. Koridor 8
1) Zhongtong Bus LCK6180GC CNG Euro 5, putih-biru tua (PPD)
2) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, putih-biru tua dan Vintage Series hijau (MYS)

3) Hino RK8 JSKA-NHU R260 (J08E-UF), biru (PPD)
4) Volvo B11R 6×2 ZF Ecolife, putih-biru tua (SAF)
5) Scania K320IA CNG Euro VI, putih-biru (MB)

i. Koridor 9

1) Zhongtong Bus LCK6180GC, oranye-merah dan livery khusus hari Bumi (TJ)
2) Zhongtong Bus LCK6180GC CNG Euro 5, putih-biru tua (PPD)
3) Scania K320IA CNG Euro VI, putih-biru (MB)
4) Yutong ZK6180HGC, oranye-merah (TJ)
5) Ankai HFF6180G02D, oranye-merah (TJ)
6) Mercedes-Benz OH 1526 NG OM906LA, putih-biru, livery khusus hari kemerdekaan Indonesia dan PPD Vintage Series (TJ, hanya beroperasi di koridor 9A)
7) Mercedes-Benz OH 1526 NG OM906LA, putih-merah muda (Bus khusus wanita) (TJ, hanya beroperasi di koridor 9A)
8) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, putih-biru tua (MYS)
9) Scania K310IB 6×2, putih-biru tua (MYS)
10) Volvo B11R 6×2 ZF Ecolife, putih-biru tua (SAF)
11) Hino RK8 JSKA-NHU R260 (J08E-UF), biru (PPD)

j. Koridor 10

1) Hino RK8 JSKA-NHU R260 (J08E-UF), biru (PPD)

2) Zhongtong Bus LCK6180GC CNG Euro 5, putih-biru tua (PPD)
3) Mercedes-Benz OH 1526 NG OM906LA, putih-biru, livery khusus hari kemerdekaan Indonesia dan PPD Vintage Series (TJ, hanya beroperasi di koridor 10H)
4) Scania K310IB 6×2, putih-biru tua (MYS)
5) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA M/T, putih-biru tua (PKT)
6) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, putih-biru tua (MYS)
7) Volvo B11R 6×2 ZF Ecolife, putih-biru tua (SAF)

k. Koridor 11
1) Mercedes-Benz OH 1526 NG OM906LA, putih-biru, livery khusus hari kemerdekaan Indonesia dan PPD Vintage Series (TJ, hanya beroperasi di koridor 11V)
2) Hino RK8 JSKA-NHU R260 (J08E-UF), biru (PPD)
3) Scania K310IB 6×2, putih-biru tua (MYS)
4) Volvo B11R 6×2 ZF Ecolife, putih-biru tua (SAF)

l. Koridor 12
1) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, putih-biru tua dan Vintage Series hijau (MYS)

2) Mercedes-Benz OH 1526 NG OM906LA, putih-biru, livery khusus hari kemerdekaan Indonesia, Jak Lingko dan PPD Vintage Series (TJ, hanya beroperasi di koridor 12M)
3) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, PPD Vintage Series (TJ, hanya beroperasi di koridor 12M)

m. Koridor 13
1) Mercedes-Benz OH 1526 NG OM906LA, putih-biru, livery khusus Jak Lingko dan PPD Vintage Series (TJ)
2) Mercedes-Benz OC 500 RF 2542 OM457LA ZF Ecolife, putih-biru tua dan livery hewan satwa dan hewan laut (TJ)
3) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, putih-biru tua, livery khusus Jak Lingko dan PPD Vintage Series (TJ)
4) Hino RK1 JSNL, putih-biru (TJ)
5) Scania K310IB 6×2, putih-biru tua (MYS)

n. Armada Bantuan Kendaraan Operasional
1) Scania K320IA CNG Euro VI, putih-biru muda (TJ + MB, koridor 3, 5C, 8)
2) Zhongtong Bus LCK6180GC Doosan Infracore GL11K Euro 5 Allison T375R Automatic 6-speed, merah-kuning dan livery khusus hari Bumi dan hari kemerdekaan Indonesia (TJ, koridor 5)
3) Scania K310IB 6×2, putih-biru tua (MYS, koridor 5, 5C dan 5D)

4) Scania K340IA Euro VI, putih-biru muda (TJ, koridor 2)
5) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, PPD Vintage Series (TJ, koridor 2)
6) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA M/T, putih-biru tua (PKT, koridor 2)
7) Mercedes-Benz OH 1526 NG OM906LA, putih-biru (TJ, koridor 2, 6, 6A, 6B dan 8)
8) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, putih-biru tua dan Vintage Series hijau (MYS, koridor 4, 5 dan 5C)
9) Yutong ZK6180HGC Weichai CNG Euro III, oranye-merah (TJ, koridor 9 dan 9A)
10) Ankai HFF6180G02D Weichai CNG Euro IV, oranye-merah (TJ, koridor 9 dan 9A)

o. Angkutan Malam Hari (Amari) dan Angkutan Dini Hari (Andini)
1) Hino RK8 JSKA-NHU R260 (J08E-UF), biru (BMP)

p. Armada Bus Pengumpan
1) Toyota Dyna 110FT putih-biru muda (KAJ)
2) Hino RK8 JSKA-NHU R260 (J08E-UF), biru (PPD)
3) Zhongtong Bus LCK6180GC, oranye-merah dan livery khusus hari Bumi (TJ, hanya beroperasi di koridor 7C)
4) Zhongtong Bus LCK6180GC CNG Euro 5, putih-biru tua (PPD, hanya beroperasi di koridor 7C)

5) Volvo B11R 6×2 ZF Ecolife, putih-biru tua (SAF, hanya beroperasi di koridor 7C)
6) Mercedes-Benz OH 1626 NG OM906LA A/T, putih-biru tua dan Vintage Series hijau (MYS, hanya beroperasi di rute perbatasan Jakarta-Tangerang dan S11)
7) Scania K310IB 6x2, putih-biru tua (MYS, hanya beroperasi di koridor 7C dan rute T11)
8) Scania K320IA CNG Euro VI, putih-biru muda (MB, hanya beroperasi di koridor 7C)
9) Mitsubishi Colt FE84G putih-oranye (TSW (MiniTrans))
10) Scania K250UB (4x20) AT putih-oranye (TJ (MetroTrans))
11) Mercedes-Benz O 500 U 1726 A/T, putih-oranye (TJ (MetroTrans))

Ke depannya, transjakarta akan menggunakan bus buatan Hino, Scania K320IA Euro 6, AAI Komodo Euro 5, Foton BJ6180CTD, Mercedes-Benz O500MA 2831 CNG, bus buatan PT Inka Inobus SGL 290 (4x2) A/T Series dan Inobus ATC 340 Euro 5 Series serta beberapa merk lainnya yang akan menggunakan BBG. Tidak hanya itu, transjakarta juga akan mengoperasikan bus diesel maxi lantai tinggi bermerek Volvo B11R, Scania K310IB 6x2, dan MAN RR4 sepanjang 13,5meter agar dapat menampung penumpang lebih banyak. Kedepannya juga diwacanakan akan ada bus diesel berlantai rendah merek Scania K250UB dan Mercedes-Benz O 500

U 1726 untuk dapat mengakomodasi penyandang disabilitas. Selain itu, bus berlantai rendah tersebut juga akan digunakan selama ajang Asian Games 2018 di Jakarta. Terkait beroperasinya bus berlantai rendah ini juga akan seiring dengan revitalisasi stasiun BRT, trotoar, dan bus kota Jakarta agar lebih ramah terhadap penyandang disabilitas.

Stasiun BRT Transjakarta sebelum 4 September 2016 disebut sebagai Halte Transjakarta/Busway, didesain berbeda dari halte angkutan umum lainnya. Ketinggian platform (lantai stasiun BRT) yang diatur setinggi 110 cm dari permukaan jalan, menyesuaikan dengan tinggi pintu bus. Letak stasiun BRT Transjakarta umumnya berada di tengah jalan, kecuali jalan satu arah dan jalan dengan area pembatas jalan yang minim. Akses masuk stasiun BRT yang berada di tengah jalan menggunakan jembatan penyeberangan yang dibuat landai dan terbuat dari alumunium dan baja (kecuali jembatan penyeberangan yang sudah ada sebelumnya) atau disediakan tempat penyebrangan yang biasanya terletak dekat lampu lalu lintas atau dibuat *zebra cross*. Stasiun BRT yang berada di pinggir jalan dilengkapi dengan halte angkutan umum disamping stasiun BRT Transjakarta.

Kontruksi stasiun BRT didominasi oleh bahan alumunium, baja, dan kaca. Untuk beberapa koridor, konstruksi lantai stasiun BRT menggunakan beton (stasiun BRT baru). Ventilasi udara diberikan

dengan menyediakan kisi-kisi alumunium pada sisi stasiun BRT. Lantai stasiun BRT dibuat dari pelat baja. Pintu stasiun BRT menggunakan sistem geser otomatis yang akan lansung terbuka pada saat bus telah merapat di stasiun BRT namun banyak yang tidak berfungsi. Di dalam stasiun BRT disediakan tempat duduk, tempat sampah (bus tertentu), Wi-Fi gratis (di stasiun BRT tertentu), dan papan informasi mengenai rute Transjakarta ataupun lainnya Beberapa stasiun BRT memiliki karakteristik tersendiri, terutama stasiun-stasiun transit. Stasiun BRT Harmoni Sentral serta beberapa stasiun BRT setelahnya hingga stasiun BRT Glodok, berdiri di atas aliran Sungai Ciliwung, yang membuatnya ditompang dengan baja berukuran besar yang melintang di atas aliran air. Untuk titik transit yang tidak berada dalam 1 stasiun BRT (2 stasiun BRT yang berbeda koridor namun berdekatan), disediakan jembatan akses transit yang dikhususkan untuk pengguna Transjakarta. Untuk stasiun BRT Pulogadung 1 dan Pulogadung 2 meski berada di tempat yang sama, tapi stasiun BRT ini tidak saling terintegrasi langsung. Jadi, jika melakukan transit di stasiun BRT ini dari koridor 2 menuju koridor 4 atau sebaliknya, harus kembali melakukan tap-in di gate dan melakukan pembayaran kembali.

Stasiun BRT transit		Koridor
Harmoni Central Busway		1 2 2A 3 5C 5 (5H) 7 (7F) 8 8A 9B 10 (10H)
Kota		1 5 (5K) 9B 12
Blok M		1 4 (4K) 10 (10H) 13 (13A)
Monumen Nasional		1 2 2A 2D 6A 6B 7 (7F) 9B
Bundaran HI		1 6A 6B 9B
Tosari		1 6B 9B 13 (13C)
Gelora Bung Karno		1 3 (3F) 9C 13 (13C)
Bundaran Senayan		1 9C 13 (13C) 10 (10H)
Dukuh Atas 1	Dukuh Atas 2	1 4 6 6B 13 (13C)
Bendungan Hilir	Semanggi	1 6B 9 9A 9B 9C 9 (9K) 13 (13C)
Senen	Senen Sentral	2 2A 2D 7 (7F) 5 5D 5 (5K)
Cempaka Timur	Cempaka Mas 2	2 2A 2D 7 (7F) 10 10 (10K)
Grogol 1	Grogol 2	2A 2D 3 3 (3F) 8 8A 9 9A 9 (9K)
Pramuka BPKP	Pemuda Pramuka	4 4D 4 (4H) 5E 7 (7F) 7 (7M) 10
Matraman 1	Matraman 2	4 4D 4 (4H) 5 5C 5D 5 (5K)
Kampung Melayu		5 5C 5D 5 (5K) 7 11 13 (13F)
Pasar Jatinegara	St. Jatinegara 2	5 5C 5D 5 (5K) 11
Salemba UI		5 5C 5D 5E 5 (5K)

Budi Utomo		5 5C 5D 5E 5 (5K)
Gunung Sahari Mangga Dua		5 5D 5E 5 (5K) 10 (10H) 12
Jatinegara RS Premier		5 5C 5D 5 (5K) 11
Kuningan Barat	Kuningan Timur	6 6A 6B 9 9A 9B 9C 9 (9M) 13 (13E)
Cawang UKI		5C 5D 5E 7 9 9A 9B 9C 9 (9M) 10
Penjaringan		9 9A 12
Senayan JCC		3 (3F) 9 9A 9 (9K) 10 (10H)
S. Parman Podomoro City		3 8A 9 9A
St. Jatinegara	Flyover Jatinegara	4 (4K) 5E 7 (7F) 7 (7M) 10 11
Tanjung Priok		10 10 (10H) 10 (10K) 12

Gambar 4.2. Statsiun Bus Rapid Transit di DKI Jakarta

Sejak 2013, sistem tiket pada stasiun BRT Transjakarta menggunakan kartu elektronik (*e-ticketing*), sebagai pengganti uang tunai. Kartu prabayar yang digunakan diterbitkan oleh sejumlah bank. Kartu tersebut dapat dibeli di bank penyedia kartu prabayar dan *vending machine* pada stasiun BRT Transjakarta dengan harga Rp 40.000. Pengisian saldo dapat dilakukan di ATM, bank-bank terkait, dan *vending machine* stasiun BRT. Kartu tersebut, (kecuali untuk Bank DKI (JakCard) dan kartu Jak Lingko), dapat juga digunakan sebagai tiket Commuter Line.

Pengguna *e-ticket* tidak perlu mengantri di loket stasiun BRT, cukup dengan tap-in di pintu masuk stasiun BRT (*barrier*) lalu masuk ke dalam stasiun. Apabila saldo habis, maka saat tap-in pintu *barrier* tidak dapat diputar dan pengguna kartu dapat mengisi ulang di loket stasiun. Semua pengguna Transjakarta yang akan keluar stasiun BRT tidak melakukan tap lagi, cukup dengan melewati *barrier* keluar stasiun.

Sejak November 2014 hingga Februari 2015, uji coba penggunaan e-ticket mulai diberlakukan untuk seluruh koridor setiap 2 minggu sekali pada hari Sabtu (hingga 13 Desember 2014 untuk koridor 10, 11, dan 12). Tahapan tersebut diakhiri pada hari Minggu, 15 Februari 2015 dengan dilakukannya ujicoba e-ticket di koridor 4 dan 6. Seminggu setelahnya, pada 22 Februari 2015, full e-ticket diberlakukan di seluruh koridor Transjakarta. Mulai 17 Agustus 2016, semua pengguna Transjakarta diwajibkan melakukan *tap-out* pada saat keluar dari stasiun BRT Transjakarta. Untuk pengguna Transjakarta yang naik dari layanan pengumpan, pengguna dapat menunjukkan bukti transaksi kepada petugas di stasiun BRT. Sistem *tap-out* ini dimulai dari Koridor 1, kemudian diberlakukan secara bertahap untuk koridor lainnya.

Pada tanggal 11 Januari 2017, Transjakarta berencana untuk memberlakukan sistem "*One Man One Ticket*", dimana setiap pengguna diharuskan memiliki e-ticketnya masing-masing. Hal ini

bertujuan agar pihak Transjakarta mendapatkan data akurat terkait asal dan tujuan tiap penumpang sehingga dapat membuka rute sesuai kebutuhan. Rencana ini kemudian ditunda hingga waktu yang belum ditentukan, sebab Transjakarta menunggu kesiapan para pengguna untuk penerapan sistem ini.

TJ Card, diperkenalkan pada Januari 2018, menyediakan tarif gratis untuk pemegangnya, dan tersedia untuk manula di atas 60 tahun, penduduk Kabupaten Kepulauan Seribu, orang cacat, rumah tangga berpendapatan rendah, guru, kader jumantik dan pengurus masjid selain anggota TNI dan Polri. Berikut ini adalah daftar kartu uang elektronik, aplikasi pembayaran pihak ketiga dan perbankan yang beredar telah disahkan oleh PT Transportasi Jakarta seperti BRIZZI (Bank BRI), TapCash (Bank BNI), e-Money (Bank Mandiri), Flazz (Bank BCA), Jak Lingko (Bank DKI, Bank BNI, Bank BRI dan Bank Mandiri), JakCard (Bank DKI) dan juga LinkAja**.**

Tarif Transjakarta pada pukul 05.00-07.00 WIB sebesar Rp2.000, sedangkan pada pukul 07.00-23.00 WIB sebesar Rp3.500. Transjakarta disubsidi oleh Pemprov DKI Jakarta dengan menggunakan dana dari APBD. Pada hari-hari tertentu misalnya HUT Jakarta 22 Juni, Tahun Baru 1 Januari, pengguna Transjakarta dibebaskan dari tarif (gratis). Pada operasional malam hari (Amari) pukul 23.00 - 05.00 tarif Transjakarta tetap Rp3.500.

Pada jam sibuk, orang-orang dari kelas atas atau menengah (salah satu target utama Transjakarta) biasanya lebih suka menggunakan mobil pribadi atau taksi untuk menghindari ketidaknyamanan bus Transjakarta yang padat meskipun harus menanggung kemacetan. Banyak penumpang dengan demikian adalah orang-orang kelas menengah ke bawah yang merupakan pengguna bus komersial lainnya yang kurang nyaman dan/atau lebih mahal.

PT Transportasi Jakarta adalah pengelola Transjakarta yang awalnya bernama Badan Layanan Umum (BLU) Transjakarta dan Unit Pengelola Transjakarta Busway (UPTB). Badan Penegelola Transjakarta (BP Transjakarta) dibentuk pada tahun 2003 berdasarkan SK Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 110/2003 tentang Pembentukan BP Transjakarta. Pada tahun 2006 namanya kemudian diganti menjadi BLU Transjakarta berdasarkan Peraturan Gubernur Nomor 48 Tahun 2006, kemudian menjadi Unit Pengelola. UPTB bernaung di bawah Dinas Perhubungan Provinsi DKI Jakarta. Lembaga ini dibubarkan pada akhir tahun 2013 dan digantikan oleh PT Transportasi Jakarta yang merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang resmi didirikan pada 27 Maret 2014. PT Transportasi Jakarta memiliki kewenangan atas operasional seluruh koridor dan area kerja Transjakarta serta melakukan pengawasan dan koordinasi dengan berbagai pihak yang terlibat dalam operasional Transjakarta.

Direktur Utama PT Transjakarta diangkat dan diberhentikan oleh Gubernur DKI Jakarta dengan memerhatikan saran dan masukan dari Kepala Dinas Perhubungan DKI Jakarta. Pada awal pembentukannya, PT Transjakarta dipimpin oleh Antonius NS Kosasih. Pada bulan Januari 2016, Gubernur DKI Jakarta mengganti posisinya dengan Budi Kaliwono, Wakil Presiden Direktur Cipaganti karena ia dianggap mengerti bidang transportasi bus.

2. Visi dan Misi Trans Jakarta

a. Visi Trans Jakarta:

Connecting of The Life Jakarta (menghubungkan keidupan Jakarta)

b. Misi Trans Jakarta:

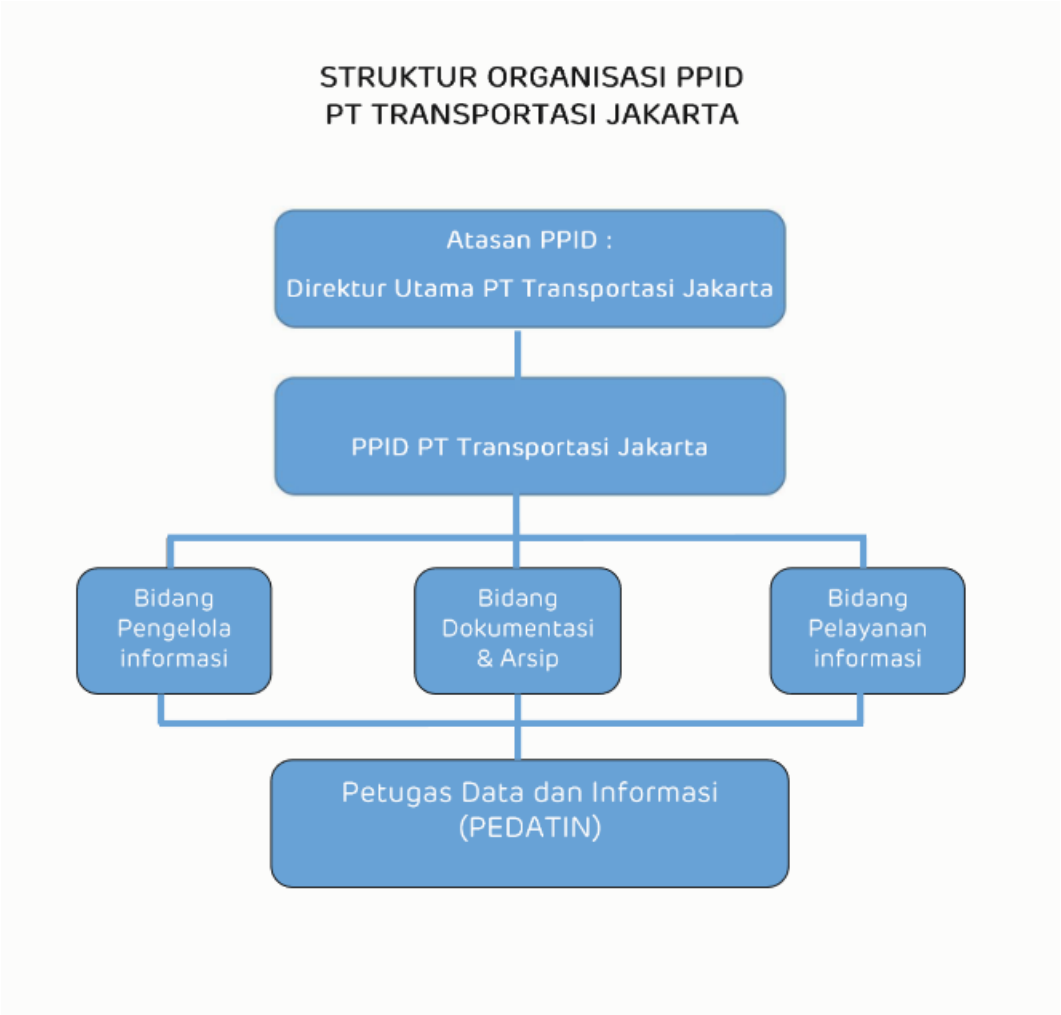
Together we provide integrated transportation services toe ase and bring happiness in the life of Jakarta (bersama-sama menyediakan layanan transportasi terintegrasi yang memudahkan dan membahagiakan kehidupan Jakarta)

c. Motto Trans Jakarta

Motto Trans Jakarta adalah BISA

Gambar 4.3. Motto Trans Jakarta

Sedangkan struktur organisasi Trans Jakarta adalah sebagai berikut:



Gambar 4.4. Struktur Organisasi PPID PT. Transportasi Jakarta

Pengarah : Direktur Utama

Ketua : Nadia Diposanjoyo

Wakil Ketua : M.Shidiq Helmy

Sekretaris : Azizah

Pengelola informasi dan dokumentasi

SDM : Yuliani Evta

OPS	: Prasetia Budi
Pelayanan	: Tirajmi Erawati
Bidang IT	: Roy Suhardian
Teknis	: Ery Priwan
Fasilitas	: M.Roem W
Keuangan	: Rujitno
Umum	: Raenhat Tiranto H
Hukum	: Endah Palupi
Informasi Publik	: Wibowo

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner penelitian secara langsung kepada masyarakat yang menggunakan bus Trans Jakarta di DKI Jakarta. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 170 responden. Penyebaran serta pengembalian kuesioner dilaksanakan pada Februari 2021 sampai dengan Maret 2021. Jumlah kuesioner yang kembali adalah sebanyak 170 atau 100,0%.

Berikut ini adalah deskripsi mengenai deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan frekuensi penggunaan bus Trans Jakarta dalam seminggu.

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1. Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	56	32.9	32.9	32.9
	Perempuan	114	67.1	67.1	100.0
	Total	170	100.0	100.0	

Sumber : olahan data primer, 2021

Dari tabel di atas, berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa sebagian besar data penelitian ini bersumber dari masyarakat yang memiliki jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 114 orang (67,1%), sedangkan responden laki-laki ada sebanyak 56 orang (32,9%).

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2. Responden berdasarkan Usia

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-24 tahun	134	78.8	78.8	78.8
	25-34 tahun	30	17.6	17.6	96.5
	35-44 tahun	5	2.9	2.9	99.4
	45-54 tahun	1	.6	.6	100.0
	Total	170	100.0	100.0	

Sumber : olahan data primer, 2021

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden pada penelitian ini, yang memiliki rentang usia 15–24 tahun ada

sebanyak 134 orang (78,8%) dan yang memiliki usia 25-34 tahun ada sebanyak 30 orang (17,6%), sementara yang memiliki usia 35-44 tahun ada sebanyak 5 orang (2,9%) dan yang memiliki usia 45-54 tahun ada 1 orang (0,6%)

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Perkerjaan

Tabel 4.3. Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	33	19.4	19.4	19.4
	Mahasiswa/Pelajar	128	75.3	75.3	94.7
	Pegawai Negeri Sipil	9	5.3	5.3	100.0
	Total	170	100.0	100.0	

Sumber : olahan data primer, 2021

Dari tabel di atas, berdasarkan pekerjaan diketahui bahwa masyarakat yang pekerjaannya karyawan swasta sebanyak 33 orang (19,4%), mahasiswa atau pelajar sebanyak 128 orang (74,3%) dan pegawau negeri sipil sebanyak 9 orang (5,3%)

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Bus Trans Jakarta selama satu minggu

Tabel 4.4. Responden berdasarkan Frekuensi Penggunaan Bus Trans Jakarta Selama Satu Minggu

Penggunaan Bus Transjakarta di masa pandemi dalam seminggu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 3 kali	136	80.0	80.0	80.0

> 5 kali	19	11.2	11.2	91.2
4 kali	10	5.9	5.9	97.1
5 kali	5	2.9	2.9	100.0
Total	170	100.0	100.0	

Sumber : olahan data primer, 2021

Dari tabel di atas, berdasarkan frekuensi penggunaan bus Trans Jakarta di masa pandemi covid-19 dalam waktu satu minggu diketahui masyarakat yang menggunakan bus Trans Jakarta kurang dari 3 kali dalam seminggu ada sebanyak 136 orang (80%), sementara yang menggunakan bus Trans Jakarta lebih dari 5 kali dalam seminggu ada 19 orang (11,2%), yang menggunakan bus trans Jakarta 4 kali dalam seminggu ada 10 orang (5,9%) dan yang menggunakan bus trans Jakarta sebanyak 5 kali dalam satu minggu ada 5 orang (2,9%)

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Dalam penelitian ini penulis memiliki sampel sebanyak 170 responden. Berdasarkan distribusi r_{tabel} telah diperoleh nilai df = 168 dengan taraf kesalahan 5%, maka penentuan batas minimal untuk validitas pertanyaan sebesar 0,151. Jika didapatkan harga $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir instrument dapat dikatakan valid akan tetapi, jika harga $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dikatakan bahwa instrument tidak valid. Adapun hasil uji coba validitas terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Kepuasan Publik (X_1)

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.703	0.151	VALID
2	0.741	0.151	VALID
3	0.724	0.151	VALID
4	0.727	0.151	VALID
5	0.729	0.151	VALID
6	0.783	0.151	VALID
7	0.781	0.151	VALID
8	0.845	0.151	VALID
9	0.787	0.151	VALID
10	0.598	0.151	VALID
11	0.523	0.151	VALID
12	0.720	0.151	VALID

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 2021

Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa nilai r_{hitung} untuk pertanyaan Kepuasan Publik menunjukkan semua nilai r_{hitung} > r_{tabel} (0,151). Hasil perhitungan r_{tabel} diperoleh nilai sebesar 0,1506 atau dibulatkan menjadi 0,151 yang didapat dari nilai r_{tabel} untuk N-2= 170-2= 168 pada taraf signifikansi 5%. Jadi semua pertanyaan tersebut diatas dapat dikatakan valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Pilihan Publik (X_2)

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.752	0.151	VALID
2	0.757	0.151	VALID
3	0.837	0.151	VALID
4	0.732	0.151	VALID
S 5	0.740	0.151	VALID
6	0.804	0.151	VALID

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa nilai r_{hitung} untuk pertanyaan Pilihan Publik menunjukkan semua nilai r_{hitung} > r_{tabel} (0,151). Hasil perhitungan r_{tabel} diperoleh nilai sebesar 0,1506 (dibulatkan menjadi 0,151) yang didapat dari nilai r_{tabel} untuk N-2= 170-2= 168 pada taraf signifikansi 5%. Jadi semua pertanyaan tersebut diatas dapat dikatakan valid.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Motivasi (X_3)

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.781	0.151	VALID
2	0.661	0.151	VALID
3	0.732	0.151	VALID
4	0.783	0.151	VALID
5	0.782	0.151	VALID
6	0.691	0.151	VALID

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa nilai r_{hitung} untuk pertanyaan Motivasi menunjukkan semua nilai r_{hitung} > r_{tabel} (0,151). Hasil perhitungan r_{tabel} diperoleh nilai sebesar 0,1506 (dibulatkan menjadi 1,51) yang didapat dari nilai r_{tabel} untuk N-2= 170-2= 168 pada taraf signifikansi 5%. Jadi semua pertanyaan tersebut diatas dapat dikatakan valid.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Pelayanan Angkutan (Y)

No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0.706	0.151	VALID
2	0.751	0.151	VALID
3	0.722	0.151	VALID
4	0.797	0.151	VALID
5	0.718	0.151	VALID
6	0.741	0.151	VALID
7	0.737	0.151	VALID
8	0.780	0.151	VALID
9	0.540	0.151	VALID
10	0.688	0.151	VALID

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa nilai r_{hitung} untuk pertanyaan Pelayanan Angkutan menunjukkan semua nilai r_{hitung} > r_{tabel} (0,151). Hasil perhitungan r_{tabel} diperoleh nilai sebesar 0,1506 (dibulatkan menjadi 0,151) yang didapat dari nilai r_{tabel} untuk N-2= 170-2= 168 pada taraf signifikansi 5%. Jadi semua pertanyaan tersebut diatas dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, suatu kuisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap Item adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Tingkat realibilitas suatu konstruk/variabel dapat dilihat dari hasil statistik Cronbach Alpha (α) suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 sedangkan jika *Cronbach* (α) < 0,60 berarti data tersebut tidak reliabilitas. (Ghozali, 2013).

Dari analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan alat bantu *Software* SPSS diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.9

Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Pembanding	Keterangan
1.	Kepuasan Publik	0,914	0,600	Reliabel
2.	Pilihan Publik	0,861	0,600	Reliabel
3.	Motivasi	0,821	0,600	Reliabel
4.	Pelayanan Angkutan	0,889	0,600	Reliabel

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa pengujian reliabilitas diperoleh nilai semua variabel lebih besar dari 0,60 yang menurut kriteria bisa dikatakan reliabel atau handal.

3. Analisis Deskriptif

a. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Publik

Tabel 4.10. Hasil Analisis Deskiptif Variabel Kepuasan Publik (X_1)

Statistics

Kepuasan Publik

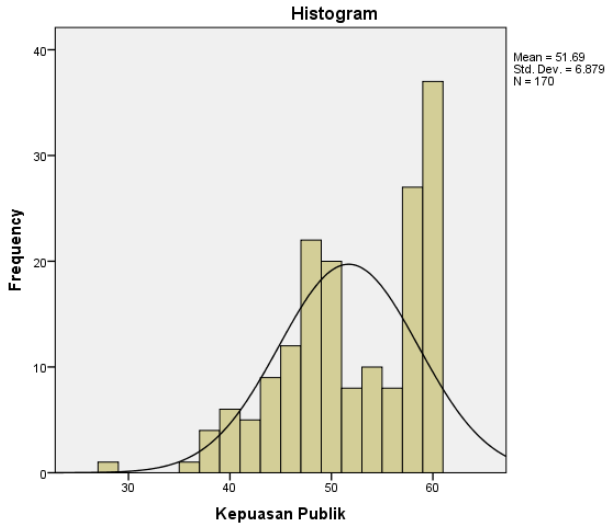
N	Valid	170
	Missing	0
Mean		51.69

Std. Error of Mean	.528
Median	52.00
Mode	60
Std. Deviation	6.879
Variance	47.314
Range	32
Minimum	28
Maximum	60
Sum	8788

Sumber: Hasil olah data, 2021

Dari gambaran umum penilaian responden terhadap kepuasan publik diperoleh skor rata-rata (*mean*) sebesar 51,69, median 52, modus 60, standar deviasi 6,879 dan varians 47,314.

Untuk lebih memperjelas penyajian distribusi frekuensi variabel kepuasan publik, maka data disajikan dalam bentuk histogram pada grafik berikut:



Gambar 4.5. Histogram Kepuasan Publik

Grafik histogram 4.5 tersebut, apabila dibuat garis dari kiri bawah ke kanan atas kemudian menurun, maka menunjukkan

adanya garis melengkung simetris membentuk sebuah lonceng, serta median dan modus mendekati rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa data kepuasan publik berdistribusi normal.

Selain itu, analisis deskriptif juga dilakukan terhadap tanggapan dan penilaian responden mengenai kepuasan publik yang terdiri dari 12 item pertanyaan. Penilaian jawaban responden ditunjukkan dari nilai skor berdasarkan *three box method*, untuk mendapatkan batas rentang skor tertinggi dan terendah.

Berdasarkan jumlah responden 170 dan skala likert 1 -5 sehingga didapatkan perhitungan sebagai berikut:

Batas atas rentang skor = (%F*5)/5

= (170*5)/5

= 850/5 = 170

Batas bawah rentang skor = (%F*1)/5

=(170*1)/5

= 170/5 = 34

Berdasarkan data diatas, angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 34 - 170 dengan rentang sebesar 136. Dengan menggunakan *three box method,* maka rentang 136/3 = 45,3 dibagi menjadi tiga bagian dengan kriteria lemah, sedang dan kuat, sehingga menghasilkan rentang interpretasi indeks sebagai berikut:

Penilaian skor:

Lemah = 34 – 79,3

Sedang = 79,3 – 124, 6

Kuat = 124,6 – 169,9

Dari penilian skor di atas maka deskripsi hasil jawaban responden terhadap variabel kepuasan publik adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11. Deskriptif Tanggapan Responden tentang Kepuasan Publik (X_1)

No	Indikator	Skor					Jumlah*	Indeks**	Kategori
		1	2	3	4	5			
1	Petugas melayani dan memberikan keterangan dengan ramah	1	2	15	53	99	170	151,4	Kuat
		1	4	45	212	495	757		
2	Ketersediaan alat keselamatan di dalam bus transjakarta	1	8	23	55	83	170	144,2	Kuat
		1	16	69	220	415	721		
3	Kelengkapan peralatan komunikasi petugas	1	2	28	62	77	170	144,4	Kuat
		1	4	84	248	385	722		
4	Petugas jarang melakukan kesalahan dalam memberikan info rute	0	4	18	66	82	170	147,2	Kuat
		0	8	54	264	410	736		
5	Ketersediaan papan penunjuk arah di dalam halte	0	4	23	60	83	170	146,4	Kuat
		0	8	69	240	415	732		
6	Kedatangan bus terjadwalkan sesuai dengan aplikasi Tije	1	6	20	57	86	170	146,2	Kuat
		1	12	60	228	430	731		
7	Petugas selalu mengecek aspek teknis kelayakan operasional bus	0	1	20	58	91	170	131,6	Kuat
		0	2	60	232	364	658		

	untuk keselamatan								
8	Petugas memberikan rasa aman	0	2	28	66	74	170	144,4	Kuat
		0	4	84	264	370	722		
9	Kebersihan di dalam halte dan di dalam bus transjakarta sangat baik	0	3	24	57	86	170	147,2	Kuat
		0	6	72	228	430	736		
10	Bus Transjakarta tidak pernah mogok saat beroperasi	0	3	12	59	96	170	151,6	Kuat
		0	6	36	236	480	758		
11	Pembayaran dengan metode cashless	2	11	29	58	70	170	138,6	Kuat
		2	22	87	232	350	693		
12	Bus Transjakarta memiliki jam operasi yang sesuai dengan kebutuhan	0	2	23	67	78	170	146,2	Kuat
		0	4	69	268	390	731		
Jumlah								1.737,4	Kuat
Rata-Rata								144,8	

Sumber : hasil olah data, 2021
Keterangan:
* : Jumlah akumulasi frekuensi jawaban dikali skor
**: Jumlah dibagi dengan skor

Berdasarkan hasil deskriptif tanggapan responden tentang kepuasan publik menunjukkan nilai rata-rata 144,8 terletak pada rentang kategori kuat.

b. Analisis Deskriptif Variabel Pilihan Publik

Tabel 4.12. Hasil Analisis Deskiptif Variabel Pilihan Publik (X_2)

Statistics

Pilihan Publik

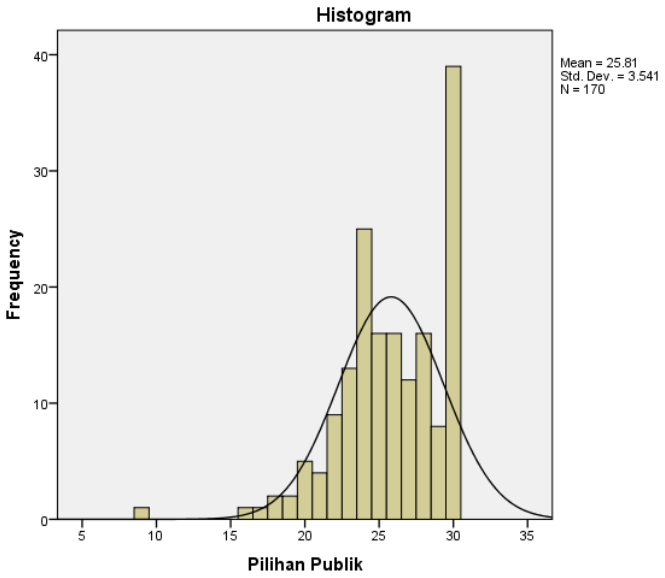
N	Valid	170
	Missing	0

Mean	25.81
Std. Error of Mean	.272
Median	26.00
Mode	30
Std. Deviation	3.541
Variance	12.536
Range	21
Minimum	9
Maximum	30
Sum	4387

Sumber: Hasil olah data, 2021

Dari gambaran umum penilaian responden terhadap pilihan publik diperoleh skor rata-rata (*mean*) sebesar 25,81, median 26, modus 30, standar deviasi 3,541 dan varians 12,536.

Untuk lebih memperjelas penyajian distribusi frekuensi variabel pilihan publik, maka data disajikan dalam bentuk histogram pada grafik berikut:



Gambar 4.6 Histogram Pilihan Publik

Grafik histogram 4.6 tersebut, apabila dibuat garis dari kiri bawah ke kanan atas kemudian menurun, maka menunjukkan adanya garis melengkung simetris membentuk sebuah lonceng, serta median dan modus mendekati rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa data kepuasan publik berdistribusi normal.

Selain itu, analisis deskriptif juga dilakukan terhadap tanggapan dan penilaian responden mengenai pilihan publik yang terdiri dari 6 item pertanyaan. Penilaian jawaban responden ditunjukkan dari nilai skor berdasarkan *three box method*, untuk mendapatkan batas rentang skor tertinggi dan terendah.

Berdasarkan jumlah responden 170 dan skala likert 1 -5 sehingga didapatkan perhitungan sebagai berikut:

Batas atas rentang skor = (%F*5)/5

= (170*5)/5

= 850/5 = 170

Batas bawah rentang skor = (%F*1)/5

=(170*1)/5

= 170/5 = 34

Berdasarkan data diatas, angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 34 - 170 dengan rentang sebesar 136. Dengan menggunakan *three box method,* maka rentang 136/3 = 45,3 dibagi menjadi tiga bagian dengan kriteria lemah, sedang

dan kuat, sehingga menghasilkan rentang interpretasi indeks sebagai berikut:

Penilaian skor:

Lemah = 34 – 79,3

Sedang = 79,3 – 124, 6

Kuat = 124,6 – 169,9

Dari penilian skor di atas maka deskripsi hasil jawaban responden terhadap variabel kepuasan publik adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13. Deskriptif Tanggapan Responden tentang Pilihan Publik

No	Indikator	Skor					Jumlah*	Indeks**	Kategori
		1	2	3	4	5			
1	Banyaknya persebaran shalter transjakarta	1	0	24	64	81	170	146,8	Kuat
		1	0	72	256	405	734		
2	Ketepatan waktu berangkat dan kedatangan bus	1	6	20	72	71	170	143,2	Kuat
		1	12	60	288	355	716		
3	Rute yang dilalui nyaman	1	1	14	75	79	170	148	Kuat
		1	2	42	300	395	740		
4	Tarif harga untuk menggunakan bus transjakarta sangat terjangkau	0	3	17	61	89	170	149,2	Kuat
		0	6	51	244	445	746		
5	Petugas mampu menjelaskan rute dari semua koridor	1	5	23	72	69	170	142,6	Kuat
		1	10	69	288	345	713		
6	Petugas menyediakan informasi angkutan melalui papan elektronik sampai dengan akhir tujuan	1	2	16	70	81	170	131,4	Kuat
		1	4	48	280	324	657		
Jumlah								861,2	Kuat

Rata-Rata	143,6	

Sumber : hasil olah data, 2021
Keterangan:
* : Jumlah akumulasi frekuensi jawaban dikali skor
**: Jumlah dibagi dengan skor

Berdasarkan hasil deskriptif tanggapan responden tentang pilihan publik menunjukkan nilai rata-rata 143,6 terletak pada rentang kategori kuat.

c. Analisis Deskriptif Variabel Motivasi

Tabel 4.14 Hasil Analisis Deskiptif Variabel Motivasi(X_3)

Statistics

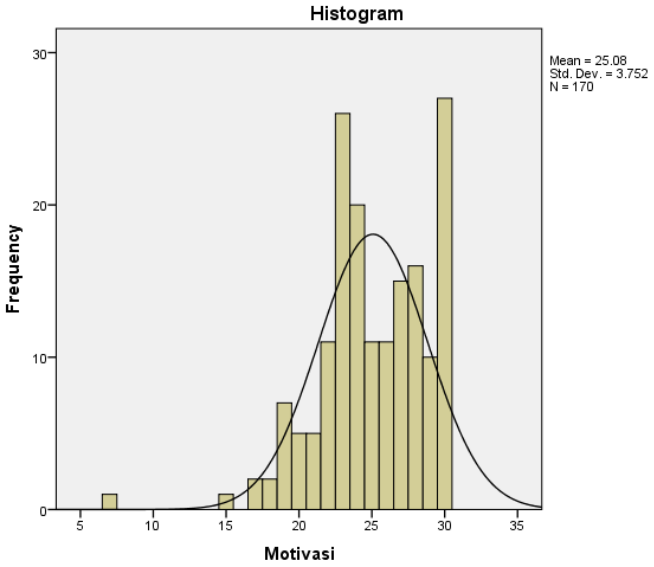
Motivasi

N	Valid	170
	Missing	0
Mean		25.08
Std. Error of Mean		.288
Median		25.00
Mode		30
Std. Deviation		3.752
Variance		14.076
Range		23
Minimum		7
Maximum		30
Sum		4264

Sumber: Hasil olah data, 2021

Dari gambaran umum penilaian responden terhadap motivasi diperoleh skor rata-rata (*mean*) sebesar 25,08, median 25, modus 30, standar deviasi 3,752 dan varians 14,076

Untuk lebih memperjelas penyajian distribusi frekuensi variabel motivasi, maka data disajikan dalam bentuk histogram pada grafik berikut:



Gambar 4.7. Histogram Motivasi

Grafik histogram 4.7 tersebut, apabila dibuat garis dari kiri bawah ke kanan atas kemudian menurun, maka menunjukkan adanya garis melengkung simetris membentuk sebuah lonceng, serta median dan modus mendekati rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa data kepuasan publik berdistribusi normal.

Selain itu, analisis deskriptif juga dilakukan terhadap tanggapan dan penilaian responden mengenai pilihan publik yang terdiri dari 6 item pertanyaan. Penilaian jawaban responden ditunjukkan dari nilai skor berdasarkan *three box method*, untuk mendapatkan batas rentang skor tertinggi dan terendah.

Berdasarkan jumlah responden 170 dan skala likert 1 -5 sehingga didapatkan perhitungan sebagai berikut:

Batas atas rentang skor = (%F*5)/5

= (170*5)/5

= 850/5 = 170

Batas bawah rentang skor = (%F*1)/5

=(170*1)/5

= 170/5 = 34

Berdasarkan data diatas, angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 34 - 170 dengan rentang sebesar 136. Dengan menggunakan *three box method,* maka rentang 136/3 = 45,3 dibagi menjadi tiga bagian dengan kriteria lemah, sedang dan kuat, sehingga menghasilkan rentang interpretasi indeks sebagai berikut:

Penilaian skor:

Lemah = 34 – 79,3

Sedang = 79,3 – 124, 6

Kuat = 124,6 – 169,9

Dari penilian skor di atas maka deskripsi hasil jawaban responden terhadap variabel kepuasan publik adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15. Deskriptif Tanggapan Responden tentang Motivasi (X_3)

No	Indikator	Skor					Jumlah*	Indeks**	Kategori
		1	2	3	4	5			
1	Transjakarta memahami kebutuhan pelanggannya	1	4	28	74	63	170	140,8	Kuat
		1	8	84	296	315	704		
2	Saya selalu menggunakan bus transjakarta setiap bepergian	3	9	31	64	63	170	137	Kuat
		3	18	93	256	315	685		
3	Keberadaan petugas di dalam bus transjakarta membuat nyaman	6	5	30	67	62	170	136,8	Kuat
		6	10	90	268	310	684		
4	Petugas berseragam dan memakai masker serta selalu tampil dalam keadaan rapih dan bersih	1	0	18	61	90	170	149,8	Kuat
		1	0	54	244	450	749		
5	Petugas bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan	0	2	17	70	81	170	148	Kuat
		0	4	51	280	405	740		
6	Saya merekomendasikan teman untuk menggunakan bus transjakarta dimasa pandemi covid-19	2	6	31	60	71	170	141,6	Kuat
		2	18	93	240	355	708		
Jumlah								854	Kuat
Rata-Rata								142,3	

Sumber : hasil olah data, 2021
Keterangan:
* : Jumlah akumulasi frekuensi jawaban dikali skor
**: Jumlah dibagi dengan skor

Berdasarkan hasil deskriptif tanggapan responden tentang pilihan publik menunjukkan nilai rata-rata 142,3 terletak pada rentang kategori kuat.

d. Analisis Deskriptif Variabel Pelayanan Angkutan

Tabel 4.16 Hasil Analisis Deskiptif Variabel Pelayanan Angkutan (Y)

Statistics

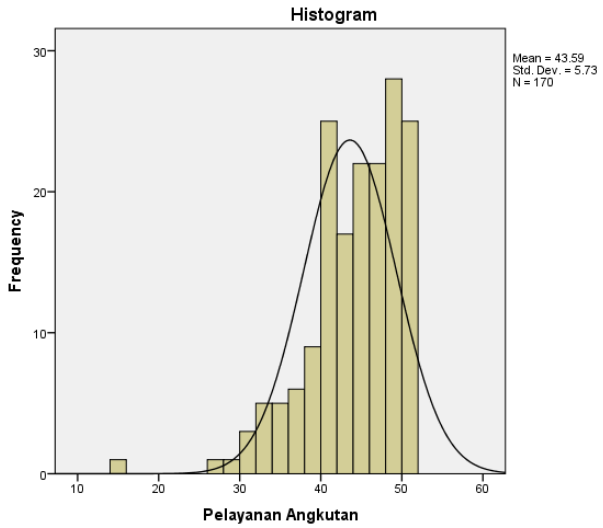
Pelayanan Angkutan

N	Valid	170
	Missing	0
Mean		43.59
Std. Error of Mean		.439
Median		44.00
Mode		50
Std. Deviation		5.730
Variance		32.834
Range		35
Minimum		15
Maximum		50
Sum		7411

Sumber: Hasil olah data, 2021

Dari gambaran umum penilaian responden terhadap motivasi diperoleh skor rata-rata (*mean*) sebesar 43,59 median 44, modus 50, standar deviasi 5,730 dan varians 32,834

Untuk lebih memperjelas penyajian distribusi frekuensi variabel motivasi, maka data disajikan dalam bentuk histogram pada grafik berikut:



Gambar 4.8. Histogram Pelayanan Angkutan

Grafik histogram 4.8 tersebut, apabila dibuat garis dari kiri bawah ke kanan atas kemudian menurun, maka menunjukkan adanya garis melengkung simetris membentuk sebuah lonceng, serta median dan modus mendekati rata-ratanya. Hal ini menunjukkan bahwa data kepuasan publik berdistribusi normal.

Selain itu, analisis deskriptif juga dilakukan terhadap tanggapan dan penilaian responden mengenai pilihan publik yang terdiri dari 10 item pertanyaan. Penilaian jawaban responden ditunjukkan dari nilai skor berdasarkan *three box method*, untuk mendapatkan batas rentang skor tertinggi dan terendah.

Berdasarkan jumlah responden 170 dan skala likert 1 -5 sehingga didapatkan perhitungan sebagai berikut:

Batas atas rentang skor = (%F*5)/5

= (170*5)/5

= 850/5 = 170

Batas bawah rentang skor = (%F*1)/5

=(170*1)/5

= 170/5 = 34

Berdasarkan data diatas, angka indeks yang dihasilkan menunjukkan skor 34 - 170 dengan rentang sebesar 136. Dengan menggunakan *three box method,* maka rentang 136/3 = 45,3 dibagi menjadi tiga bagian dengan kriteria lemah, sedang dan kuat, sehingga menghasilkan rentang interpretasi indeks sebagai berikut:

Penilaian skor:

Lemah = 34 – 79,3

Sedang = 79,3 – 124, 6

Kuat = 124,6 – 169,9

Dari penilian skor di atas maka deskripsi hasil jawaban responden terhadap variabel kepuasan publik adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17. Deskriptif Tanggapan Responden tentang Pelayanan Angkutan (Y)

No	Indikator	Skor					Jumlah*	Indeks**	Kategori
		1	2	3	4	5			
1	Petugas mengingatkan hal-hal penting yang perlu diketahui	1	3	20	48	98	170	149,8	Kuat

	penumpang seperti pengaturan naik turun penumpang dimasa pandemi covid-19	1	6	60	192	490	749		
2	Petugas melayani penumpang dengan sigap	1	1	14	50	104	170	153	Kuat
		1	2	42	200	520	765		
3	Petugas selalu mengecek suhu tubuh pelanggan saat memasuki halte	1	3	16	41	109	170	152,8	Kuat
		1	6	48	164	545	764		
4	Petugas melayani dengan tepat	0	2	20	58	90	170	149,2	Kuat
		0	4	60	232	450	746		
5	Petugas melayani tanpa keragu-raguan	1	4	25	61	79	170	144,6	Kuat
		1	8	75	244	395	723		
6	Petugas memberikan jawaban yang tepat atas pertanyaan penumpang	0	1	19	57	93	170	150,4	Kuat
		0	2	57	228	465	725		
7	Ketersediaan media komplain	2	3	30	58	77	170	143	Kuat
		2	6	90	232	385	715		
8	Petugas selalu bersedia membantu penumpang yang kebingungan	1	1	8	57	103	170	154	Kuat
		1	2	24	228	515	770		
9	Ketersediaan tempat duduk yang sesuai dengan aturan social distancing di dalam halte	4	4	22	50	90	170	145	Kuat
		1	8	66	200	450	725		
10	Ketersediaan alat pendingin yang berfungsi di dalam halte dan di dalam bus transjakarta	2	10	25	63	70	170	139,8	Kuat
		2	20	75	252	350	699		
Jumlah								1.481,6	Kuat
Rata-rata								148,16	

Sumber : hasil olah data, 2021

Keterangan:

* : Jumlah akumulasi frekuensi jawaban dikali skor

**: Jumlah dibagi dengan skor

Berdasarkan hasil deskriptif tanggapan responden tentang palayanan angkutan menunjukkan nilai rata-rata 148,16 terletak pada rentang kategori kuat.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk keperluan pengujian normalitas data dilakukan dengan cara yaitu dengan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan taraf signifikansi 0,05 dan jumlah n = 170. Rangkuman perhitungannya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Dalam uji normalitas data, terdapat beberapa acuan dalam menentukan apakah data-data tersebut normal atau tidak. Acuan tersebut yaitu:

Hipotesa :

Ho: data berdistribusi normal

H1: data tidak berdistribusi normal

Kriteria uji:

Sig. > 0,050 maka Ho diterima

Sig. < 0,050 maka Ho ditolak

Tabel 4.18. Uji Normalitas Variabel Penelitian

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		170
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.40176149
Most Extreme Differences	Absolute	.057

	Positive	.047
	Negative	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		.748
Asymp. Sig. (2-tailed)		.630

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan tabel output SPSS berikut, diketahui bahwa nilai signifikan Asyimp.Sig (2-tailed) sebesar 0,630 lebih besar dari 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogof-smirnov diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi terpenuhi.

b. Uji Linearitas Data

Hasil perhitungan persyaratan kecocokan model regresi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19
Uji Linieritas Variabel Penelitian
Pelayanan Angkutan*Kepuasan Publik

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pelayanan Angkutan * Kepuasan Publik	Between Groups	(Combined)	3944.286	25	157.771	14.158	.000
		Linearity	3288.551	1	3288.551	295.101	.000
		Deviation from Linearity	655.734	24	27.322	2.452	.001

	Within Groups	1604.709	144	11.144		
	Total	5548.994	169			

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan hasil di atas, didapatkan nilai Kepuasan Publik dengan Pelayanan Angkutan menunjukkan nilai signifikansi *Linearity* sebesar 0,000 < 0,05, sehingga Kepuasan Publik dengan Pelayanan Angkutan menunjukkan hubungan yang linear.

Tabel 4.20
Uji Linieritas Variabel Penelitian
Pelayanan Angkutan*Pilihan Publik

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pelayanan Angkutan * Pilihan Publik	Between Groups	(Combined)	3361.017	15	224.068	15.771	.000
		Linearity	2968.047	1	2968.047	208.905	.000
		Deviation from Linearity	392.970	14	28.069	1.976	.023
	Within Groups		2187.977	154	14.208		
	Total		5548.994	169			

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan hasil di atas, didapatkan nilai Pilihan Publik dengan Pelayanan Angkutan menunjukkan nilai signifikansi *Linearity* sebesar 0,000 < 0,05, sehingga Pilihan Publik dengan Pelayanan Angkutan menunjukkan hubungan yang linear.

Tabel 4.21

Uji Linieritas Variabel Penelitian

Pelayanan Angkutan*Motivasi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pelayanan Angkutan * Motivasi	Between Groups	(Combined)	3011.590	15	200.773	12.185	.000
		Linearity	2660.389	1	2660.389	161.464	.000
		Deviation from Linearity	351.201	14	25.086	1.523	.109
	Within Groups		2537.404	154	16.477		
	Total		5548.994	169			

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan hasil di atas, didapatkan nilai Motivasi dengan Pelayanan Angkutan menunjukkan nilai signifikansi *Linearity* sebesar 0,000 < 0,05, sehingga Motivasi dengan Pelayanan Angkutan menunjukkan hubungan yang linear.

c. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.22. Hasil Uji Multikoleniaritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.022	2.112		3.324	.001		
	Kepuasan Publik	.362	.062	.434	5.870	.000	.388	2.576
	Pilihan Publik	.407	.135	.252	3.024	.003	.306	3.264
	Motivasi	.294	.116	.192	2.535	.012	.369	2.708

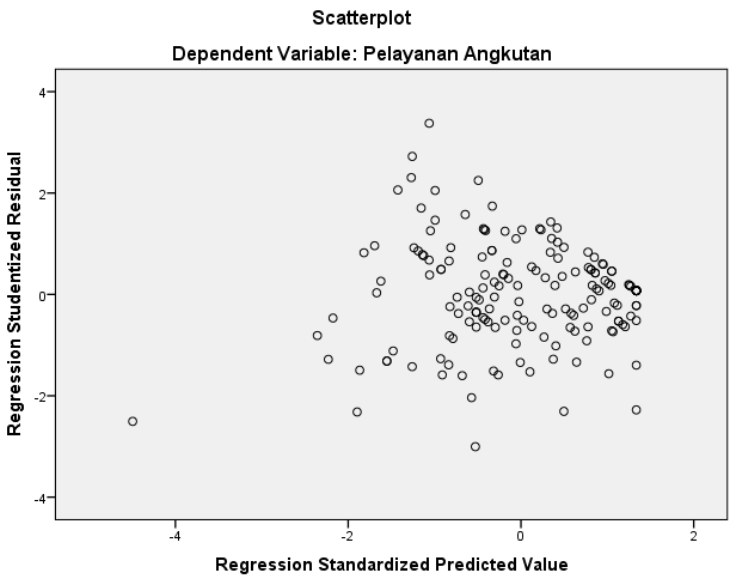
a. Dependent Variable: Pelayanan Angkutan

Sumber : Data Primer, 2021

Dari perhitungan yang ada pada tabel hasil uji multikolinearitas, diperoleh nilai *tolerance* untuk semua variabel > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka model regresi tersebut tidak mengalami multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk mengetahui terjadi heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan melihat Grafik *Plot* antar nilai prediksi variabel dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Tidak terjadi heteroskedastisitas yaitu apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y



Gambar 4.9 Scatterplot Residual

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan Scatterplot nilai residual variabel dependen. Berdasarkan plot di atas tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada data. Artinya data yang ada adalah homogen.

5. Deskripsi Hasil Penelitian

Pengukuran statistik deskriptif variabel dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai kisaran teoritis, kisaran rata-rata (mean), median dan modus dari masing-masing variabel yaitu kepuasan publik, pilihan publik, motivasi dan pelayanan angkutan sebagai berikut:

Tabel 4.23. Hasil Statistik Deskriptif

No.	Variabel	Mean	Median	Modus
1	Kepuasan Publik	51,69	52	60
2	Pilihan Publik	25,81	26	30
3	Motivasi	25,08	25	30
4	Pelayanan Angkutan	43,59	44	50

Sumber: Olahan data primer, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat dideskripsikan bahwa variabel kepuasan publik (X_1) memiliki nilai mean 51,69, median 52 dan modus 60. Variabel pilihan publik (X_2) memiliki nilai mean 25,81,

median 26 dan modus 30. Variabel motivasi (X_3) memiliki nilai mean 25,08, median 25 dan modus 30. Sementara variabel pelayanan angkutan (Y) memiliki nilai mean 43,59, median 44 dan modus 50.

6. Persamaan Regresi

Hasil analisis data dengan berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh persamaan regresi linear berganda adalah:

Tabel 4.24. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.022	2.112		3.324	.001
	Kepuasan Publik	.362	.062	.434	5.870	.000
	Pilihan Publik	.407	.135	.252	3.024	.003
	Motivasi	.294	.116	.192	2.535	.012

a. Dependent Variable: Pelayanan Angkutan

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan hasil diatas, persamaan regresi linier berganda dapat disusun sebagai berikut:

$$\mathbf{Y= 7,022 + 0,362X_1 + 0,407X_2 + 0,294X_3 + e}$$

Dimana:

a. Nilai konstanta sebesar 7,022, hal ini menunjukan apabila variabel Kepuasan Publik (X_1), Pilihan Publik (X_2) dan Motivasi (X_3), jika dianggap konstan (0), maka Pelayanan Angkutan adalah 7,022.

b. Setiap kenaikan 1 skor variabel kepuasan publik dapat meningkatkan 0,362 skor variabel pelayanan angkutan, dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tetap

c. Setiap kenaikan 1 skor variabel pilihan publik dapat meningkatkan 0,407 skor variabel pelayanan angkutan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tetap

d. Setiap kenaikan 1 skor variabel motivasi, dapat meningkatkan 0,294 skor variabel pelayanan angkutan dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tetap.

7. Pengujian Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara parsial yang diberikan variabel independen (X) yakni kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi terhadap variabel dependen (Y) yakni pelayanan angkutan secara parsial

Dalam penelitian ini diajukan empat hipotesis untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tiga variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu:

1) Hipotesa Pertama

Dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh kepuasan publik (X_1) terhadap pelayanan angkutan (Y)

H_0: $b_1 = 0$: kepuasan publik tidak berpengaruh signifikan terhadap pelayanan angkutan

H_1: b_1 # 0 : kepuasan publik berpengaruh signifikan terhadap pelayanan angkutan.

Jika t_{hitung}>t_{tabel}, maka H_0 ditolak dan konsekuensinya H_1 diterima, demikian sebaliknya.

2) Hipotesis Kedua

Dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh pilihan publik (X_2) terhadap pelayanan angkutan (Y)

H_0: b_2 = 0 : pilihan publik tidak berpengaruh signifikan terhadap pelayanan angkutan.

H_1: b_2 # 0 : pilihan publik berpengaruh signifikan terhadap pelayanan angkutan

Jika t_{hitung}>t_{tabel}, maka H_0 ditolak dan konsekuensinya H_1 diterima, demikian sebaliknya.

3) Hipotesa Ketiga

Dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh motivasi (X_3) terhadap pelayanan angkutan (Y)

H_0: b_3 = 0 : motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap pelayanan angkutan

H_1: b_3 # 0 : motivasi berpengaruh signifikan terhadap pelayanan angkutan

Jika t_{hitung}>t_{tabel}, maka H_0 ditolak dan konsekuensinya H_1 diterima, demikian sebaliknya.

Tabel 4.25. Hasil Uji Statistik T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.022	2.112		3.324	.001
	Kepuasan Publik	.362	.062	.434	5.870	.000
	Pilihan Publik	.407	.135	.252	3.024	.003
	Motivasi	.294	.116	.192	2.535	.012

a. Dependent Variable: Pelayanan Angkutan

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa Kepuasan Publik mempunyai nilai t_{hitung} = 5,870 < t_{tabel} = 1,974 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga Kepuasan Publik berpengaruh terhadap Pelayanan Angkutan.

Pilihan Publik mempunyai nilai t_{hitung} = 3,024 > t_{tabel} = 1,974 dengan tingkat signifikan sebesar 0,003 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga Pilihan Publik berpengaruh terhadap Pelayanan Angkutan.

Motivasi mempunyai nilai t_{hitung} = 2,535 > t_{tabel} = 1,974 dengan tingkat signifikan sebesar 0,012 < 0,05, maka $\mathbf{H_0}$ ditolak dan H_3 diterima. Sehingga Motivasi berpengaruh terhadap Pelayanan Angkutan.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama atau simultan variabel independen terhadap variabel dependen atau terikat. Uji statistik F dilakukan untuk menguji apakah terdapat pengaruh kepuasan publik (X_1), pilihan publik (X_2), motivasi (X_3) secara bersama-sama terhadap pelayanan angkutan (Y). Kriteria yang digunakan adalah apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan konsekuensinya H_1 diterima, demikian sebaliknya.

Dari hasil analisis data, uji signifikan simultan (uji statistik F) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.26. Hasil Uji Statistik F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3593.329	3	1197.776	101.669	.000[b]
	Residual	1955.665	166	11.781		
	Total	5548.994	169			

a. Dependent Variable: Pelayanan Angkutan

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Kepuasan Publik, Pilihan Publik

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan hasil diatas, menunjukan nilai F_{hitung} 101,669 > 2,66 F_{tabel} dan signifikan untuk Kepuasan Publik, Pilihan Publik dan Motivasi, adalah 0,000 atau kurang dari 0,05. Jadi model regresi Kepuasan Publik, Pilihan Publik dan

Motivasi, secara simultan berpengaruh positif dan sognifikan terhadap Pelayanan Angkutan.

Tabel 4.27. Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805[a]	.648	.641	3.432

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Kepuasan Publik, Pilihan Publik

b. Dependent Variable: Pelayanan Angkutan

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan hasil koefisien determinasi diatas, besarnya *Adjusted R Square* adalah 0,641. Hasil perhitungan statistic ini berarti kemampuan variabel independen (Kepuasan Publik, Pilihan Publik dan Motivasi) dalam menerangkan perubahan variabel dependen (Pelayanan Angkutan) sebesar 64,8% sisanya 35,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi yang dianalisis.

c. Analisis Korelasi

Selanjutnya peneliti menganalisis besarnya pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis uji besarnya pengaruh dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic dan hasilnya terlihat seperti dalam tabel berikut:

Tabel 4.28. Matriks Koefisien Korelasi Variabel Penelitian

Correlations

		Kepuasan Publik	Pilihan Publik	Motivasi	Pelayanan Angkutan
Kepuasan Publik	Pearson Correlation	1	.776**	.708**	.770**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	170	170	170	170
Pilihan Publik	Pearson Correlation	.776**	1	.775**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	170	170	170	170
Motivasi	Pearson Correlation	.708**	.775**	1	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	170	170	170	170
Pelayanan Angkutan	Pearson Correlation	.770**	.731**	.692**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	170	170	170	170

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil olah data, 2021

Berdasarkan hasil uji hipotesis variabel Kepuasan Publik dengan Pelayanan Angkutan diperoleh koefisien korelasi r = 0,770; p = 0,000 (p < 0,050), maka hipotesis dalam penelitian ini adalah Ha diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kepuasan Publik dengan Pelayanan Angkutan, artinya semakin tinggi Kepuasan Publik individu maka semakin tinggi pula Pelayanan Angkutan pada individu tersebut. Demikian sebaliknya, semakin rendah Kepuasan Publik yang dimiliki individu maka semakin rendah pula Pelayanan Angkutannya. Dari hasil analisis korelasi didapatkan

korelasi antara Kepuasan Publik dengan Pelayanan Angkutan adalah 0,770. Hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara Kepuasan Publik dengan Pelayanan Angkutan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis variabel Pilihan Publik dengan Pelayanan Angkutan diperoleh koefisien korelasi r = 0,731; p = 0,000 (p < 0,050), maka hipotesis dalam penelitian ini adalah Ha diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Pilihan Publik dengan Pelayanan Angkutan, artinya semakin tinggi Pilihan Publik individu maka semakin tinggi pula Pelayanan Angkutan pada individu tersebut. Demikian sebaliknya, semakin rendah Pilihan Publik yang dimiliki individu maka semakin rendah pula Pelayanan Angkutannya. Dari hasil analisis korelasi didapatkan korelasi antara Pilihan Publik dengan Pelayanan Angkutan adalah 0,731. Hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara Pilihan Publik dengan Pelayanan Angkutan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis variabel Motivasi dengan Pelayanan Angkutan diperoleh koefisien korelasi r = 0,692; p = 0,000 (p < 0,050), maka hipotesis dalam penelitian ini adalah Ha diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Motivasi dengan Pelayanan Angkutan, artinya semakin tinggi

Motivasi individu maka semakin tinggi pula Pelayanan Angkutan pada individu tersebut. Demikian sebaliknya, semakin rendah Motivasi yang dimiliki individu maka semakin rendah pula Pelayanan Angkutannya. Dari hasil analisis korelasi didapatkan korelasi antara Motivasi dengan Pelayanan Angkutan adalah 0,692. Hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara Motivasi dengan Pelayanan Angkutan.

C. PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian tentang pengaruh kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi terhadap pelayanan bus Trans Jakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19 dijelaskan di bawah ini:

1. Pengaruh Kepuasan Publik Terhadap Pelayanan Angkutan

Berdasarkan hasil akumulasi dari angket jawaban yang telah dikumpulkan dari responden, kemudian dianalisis menggunakan program SPSS menunjukkan variabel Kepuasan Publik (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan angkutan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} pada variabel kepuasan publik (X_1) sebesar 5,870 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,974, sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel.}$ Hasil uji hipotesis menunjukkan H1 diterima dan H0 ditolak, sehingga dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa dengan besarnya pengaruh kepuasan publik terhadap pelayanan angkutan sebesar 0,770; artinya korelasi antara kepuasan publik dengan pelayanan angkutan tergolong kuat.

2. Pengaruh Pilihan Publik Terhadap Pelayanan Angkutan

Berdasarkan hasil akumulasi dari angket jawaban yang telah dikumpulkan dari responden, kemudian dianalisis menggunakan program SPSS menunjukkan variabel Pilihan Publik (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan angkutan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} pada variabel pilihan publik (X_2) sebesar 3,024 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,974, sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel.}$ Hasil uji hipotesis menunjukkan H_1 diterima dan H_0 ditolak, sehingga dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa dengan besarnya pengaruh pilihan publik terhadap pelayanan angkutan sebesar 0,731 artinya korelasi antara kepuasan publik dengan pelayanan angkutan tergolong kuat.

3. Pengaruh Motivasi Terhadap Pelayanan Angkutan

Berdasarkan hasil akumulasi dari angket jawaban yang telah dikumpulkan dari responden, kemudian dianalisis menggunakan program SPSS menunjukkan variabel Motivasi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan angkutan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} pada variabel motivasi (X_3) sebesar 2,535 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,974, sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel.}$ Hasil uji hipotesis menunjukkan H_1 diterima dan H_0 ditolak, sehingga dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa dengan besarnya pengaruh motivasi terhadap pelayanan angkutan sebesar 0,692, artinya

korelasi antara kepuasan publik dengan pelayanan angkutan tergolong kuat.

4. Pengaruh Kepuasan Publik, Pilihan Publik dan Motivasi Secara Bersama-sama Terhadap Pelayanan Angkutan

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program statistik SPSS, terbukti variabel kepuasan publik (X1), pilihan publik (X2) dan motivasi (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan angkutan (Y). Hasil uji yang ditunjukkan dengan nilai Fhitung adalah 101,669 dan tingkat signifikansi 0,000 sementara nilai Ftabel sebesar 2,66. Karena nilai Fhitung (101,669) lebih besar dari Ftabel (2,66) dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari probabilitas signifikasi 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pelayanan angkutan sebesar 0,648. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa kuatnya hubungan kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi secara bersama-sama terhadap pelayanan angkutan. Persentase variabel kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi menjelaskan perubahan variabel dependen (Pelayanan Angkutan) sebesar 64,8% sisanya 35,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi yang dianalisis.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi terhadap pelayanan bus Trans Jakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19, maka dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Kepuasan publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan bus Trans Jakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19. Besarnya pengaruh kepuasan publik terhadap pelayanan angkutan sebesar 0,770. Dengan demikian, makin baik kepuasan publik yang diberikan maka akan meningkatkan pelayanan angkutan, demikian juga sebaliknya makin buruk kepuasan publik yang diberikan, maka akan berdampak pada rendahnya pelayanan angkutan.
2. Pilihan publik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan bus Trans Jakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19. Besarnya pengaruh pilihan publik terhadap pelayanan angkutan sebesar 0,731. Dengan demikian, makin baik pilihan publik yang diberikan maka akan meningkatkan pelayanan

angkutan, demikian juga sebaliknya makin buruk pilihan publik yang diberikan, maka akan berdampak pada rendahnya pelayanan angkutan.

3. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan bus Trans Jakarta di DKI Jakarta pada masa pandemi covid-19. Besarnya pengaruh motivasi terhadap pelayanan angkutan sebesar 0,692. Dengan demikian, makin besar motivasi yang diberikan maka akan meningkatkan pelayanan angkutan, demikian juga sebaliknya makin rendah motivasi yang diberikan, maka akan berdampak pada rendahnya pelayanan angkutan.
4. Kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelayanan angkutan. Persentase variabel kepuasan publik, pilihan publik dan motivasi dapat menjelaskan pelayanan angkutan sebesar 64,8% dan sisanya sebesar 35,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi yang dianalisis.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pegawai
   a. Meningkatkan kembali pengetahuan, kemampuan dan kompetensinya melalui pelatihan secara berkala ataupun

melalui informasi tentang keselamatan agar terus meningkat dan terjaga kinerja pelayanannya.

b. Diharapkan pegawai dapat meningkatkan tingkat rasa tanggung jawab pada setiap pekerjaannya agar pelayanan yang diberikan lebih maksimal lagi.

2. Bagi Institusi

a. Perlu adanya program *safety promotion* yang menjadi konsen dari perusahaan untuk menjaga kinerja pelayanan dan juga keselamatan pramudi. *Safey promotion* dapat berupa poster bergambar, stiker berisi pesan-pesan tentang pentingnya keselamatan, *briefing* atau pengarahan setiap pagi dan juga spanduk. *Safety promotion* yang ada saat ini masih minim dan belum dikemas secara menarik agar orang mau melihatnya.

b. Mensosialisasikan SOP yang ada, terutama yang terkait dengan masalah keselamatan dengan cara dipasang di papan pengumuman, karena kebanyakan pramudi menyatakan lupa isi dari SOP tersebut.

3. Bagi Peneliti

Untuk penelitian yang akan datang, diharapkan dapat meneliti lebih lanjut tentang pelayanan angkutan bus Trans Jakarta dengan variabel independen yang lain atau metode yang lain, karena pelayanan angkutan bukan saja dipengaruhi oleh kepuasan publik,

pilihan publik dan motivasi, tetapi juga dipengaruhi oleh fakto lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

A. Jurnal

A.H. Rahadian dan Mila Kencana. Pengaruh Disiplin dan Motivasi Kerja Pegawai Terhadap Efektivitas Kerja Penanggulangan Bencana Alam di Kecamatan Sukamakmur Kabupaten Bogor. Transparansi Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi. ISSN 2085-1162. Volume VIII Nomor 02 September 2016.

Aramita, Finta, 2017. *The Effect of Service Quality on Satisfaction and Impact on Loyalty User Transportation Service CV Sempati Star Medan-Banda Aceh.* 1st Economics and Business Internasional Conference EBIC 2017

Asmuni. Transisi Penyediaan Transportasi Publik Berbasis Pelayanan. Majalah Ilmiah Dian Ilmu Vol.15 No.1 Oktober 2015.

Bambang Istianto dan Taufan Maulamin. Analisis Kapasitas Pelayanan Publik Pemerintahan Desa Studi Kasus di Desa Cibuntu Kecamatan Cibitung Kabupaten Bekasi Provinsi Jawa Barat. Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara) Vol.7 No.2 September 2019

Khasanah Khusnul. Pengaruh Motivasi Pelayanan Publik Terhadap Kinerja Pegawai Badan Perizinan Terpadu dan Penanaman Modal di Kota Makassar. Skripsi Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin. 2015.

Mary Ismowati dan Sulatifah. Analisis Faktor Kualitas Pelayanan di Kelurahan Jatikarya Kecamatan Jatisampurna Kota Bekasi. Jurnal Transparansi Volume 2 Nomor 1 Juni 2019. E-ISSN 26662-0253.

Mrs. Thapa Bhattarai. *Passenger Satisfaction Towards Service of Public Transportation: Butwa-Bhairawa*. SSRG Internasional Journal of Economics and Management Studies (IJMS Journal). Volume 6 Issue 11. (2019) 29-33.

Nafisah, Atik Atiatun and Dirlanudin, Dirlanudin and Sjafari, Agus and Hadiono, Ade and Hendrarso, Panji (2018) *SURVEI KEPUASAN MASYARAKAT ATAS PELAYANAN PEMERINTAHAN DESA DI LINGKUNGAN KABUPATEN PANDEGLANG TAHUN 2017.* Jurnal Administrasi Publik Volume 9, Nomor 1, Juni 2018, 9 (1). pp. 1-120. ISSN ISSN 2087 – 8923. e-ISSN 2549-9319

Perry, J. L., Hondeghem, A. & Wise, L. R., 2010. Revisiting the Motivational Bases of Public Service: Twenty Years of Research and an Agenda for the Future. Public Administration Review, pp. 681-690.

Talle, Ambo. Pengaruh Motivasi Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Unit Layanan Pengadaan Kabupaten Mamuju Utara. E-Journal Katalogis, Volume 4 Nomor 4 April 2016 halaman 201-210.

Wibowo Dedy Arie dan Sony Sunaryo, Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Bus Transjakarta. Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XIV Program Studi MMT-ITS, Surabaya 23 Juli 2013

Widodo, Suko Adi dkk. 2010. Pengaruh Kualitas Pelayanan Tarif dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran. Semarang

Wulan Dewi Putri, Syamsu Alam dan Fauziah Umar. *Effect of Work Stress and Motivation to Employees and Employe Performance* PT PLN (Persero) Area Merauke. *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship.* Vol.1 No.2 April 2018

Yulainto. Meningkatkan Kompetensi ASN dalam Pelayanan Publik Menuju Era New Normal. Prosiding Seminar Stiami Vol.7 No.2 Oktober 2020. P-ISSN 2355-22883

Zeithaml, Valarie A and Bitner. 2000. *Service Quality, Profitability and The Economic Worth of Custmoers: What we know and we need to learn*. Journal The Academy of Marketing Sciences. Volume 28. (1) pp 67-85

B. Buku-Buku

A.Parasuraman, 2014. The Bahavioral Consequenses of Service Quality. New Jersey: Prentince Hall

Deliarnov, Perkembangan Pemikiran Ekonomi, Edisi ke-3, Jakarta: Rajawali Press, 2010.

Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & satisfaction. Yogyakarta. Andi

Ghozali, Imam. 2019. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi keempat. Penerbit Uniersitas Diponegoro

Hasibuan, Malayu. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.

Irawan, Bambang. 2016. Kapasitas Organisasi dan Pelayanan Publik. Publica Press, Anggota IKAPI DKI No.473/DKI/XII/2013. Jakarta Utara.

Istianto, Bambang. 2009. Manajemen Pemerintahan dalam Perspektif Pelayanan Publik. Jakarta. Kerjasama STIAMI Jakarta dengan Mitra Wacana Media.

Kurniawan, Agung (2015:6) Transformasi Pelayanan Publik. Pembaruan.

Martin, S., (1988), “Market Power and/or Efficiency”, Review of Economics and Statistics, Vol. XX, No. 2, pp. 331-335.

Masyhuri dan Zainuddin. 2011. Metode Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif. Bandung: PT Refika Aditama

Nasution. 2011. Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management), Anggota IKPI, Ghalia Indonesia: Jakarta.

Pasolong, Harbani.2010. Teori Administrasi Publik,Alfabeta, Bandung

Prof.J.Supranto. 2011. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. (Cetakan keempat), Jakarta: PT Rineka Cipta.

Rachbini, Didik J. 2012. Ekonomi Politik dan Teori Pilihan Publik. Bogor : Ghalia. Indonesia

Rangkuti, Freddy. 2014. Riset Pemasaran Cetakan Kelima. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Ratminto dan Atik Septiwinasih. (2015:5). Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizens Charter dan Standar Pelayanan Minimal. Yogyakarta. Pustaka Pelajar

Santosa, Pandji. 2012. Administrasi Publik: Teori dan Aplikasi Good Governance. Rafika Aditama.

Shiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. 2019. *Customer Behavior 10th ed*., Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall

Siagian, 2013, Manajemen Sumber daya Manusia, Bumi aksara, Jakarta.

Sinambela, Lijan Poltak.2017. Reformasi Pelayanan Publik. Jakarta. Bumi Aksara.

Siregar, Sofian. 2013. *Statistik Parametik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Sofar Silaen dan Widiyono. 2013. Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis . Inmedia.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suharsimi, Arikunto. 2017. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta

Sutisna, Sunyoto. 2013. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya

Syafi'ie, Inu Kencana. 2011. Pengantar Ilmu Pemerintahan. Jakarta: PT. Pertja.

C. Peraturan Pemerintah

Keputusan Menteri Aparatur Negara Nomor: Kep/25/M.PAN/2/2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah

Keputusan Menteri PAN No. 63:/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Standar Pelayanan Publik

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 tentang Pelayanan Publik

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Inggit Dessy Susanti, S.AB
Tempat/Tanggal Lahir	: Kuningan, 5 Desember 1995
Alamat	: Jalan Raya Maleber Dusun IV Puhun RT 18 RW 08 Kuningan Jawa Barat 45575
Nama Instansi	: Universitas Bina Sarana Informatika
Alamat	: Jalan Salemba Tengah No.22
Jabatan	: Staf Akademik
Riwayat Pendidikan	: 1. SD N 1 Maleber, Lulus 2008 2. SMP N 1 Maleber, Lulus 2011 3. SMA N 1 Kuningan , Lulus 2014 4. ASM BSI Jakarta, Lulus 2017 5. Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Lulus 2019
Riwayat Pekerjaan	: Universitas Bina Sarana Informatika tahun 2017 hingga sekarang

Jakarta, Maret 2021
Mahasiswa yang bersangkutan

Inggit Dessy Susanti

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara/i Responden
Di Tempat

Dengan hormat,

Saya mahasiswi program Magister (S2) Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI Jakarta, Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Administrasi Publik yang sedang menyusun thesis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Administrasi (M.A)

Adapun judul penelitian yang saya ajukan adalah "Pengaruh Kepuasan Publik, Pilihan Publik dan Motivasi Terhadap Pelayanan Bus Transjakarta di DKI Jakarta Pada Masa Pandemi Covid-19"

Informasi yang diperoleh melalui kuesioner ini hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian (riset) dan tidak untuk kepentingan di luar riset dan terjaga kerahasiaanya sesuai dengan etika penelitian.

Demikian permohonan saya, atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan menyatakan pendapat dalam penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

(Inggit Dessy Susanti)

A. Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner ini semata-mata untuk keperluan akademis, mohon dijawab dengan jujur.
2. Bacalah dan jawablah semua pertanyaan dengan teliti dan tidak ada yang terlewatkan.
3. Berilah tanda (√) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.

B. Identitas Responden

Nama : .....

Jenis kelamin:

( ) Laki-laki

( ) Perempuan

Usia :

( ) 15-24 tahun

( ) 25-34 tahun

( ) 35-44 tahun

( ) 45-54 tahun

Pekerjaan:

( ) Mahasiswa/Pelajar

( ) Karyawan Swasta

( ) Pegawai Negeri Sipil

Berapa kali menggunakan bus Trans Jakarta dalam seminggu?

( ) < 3 kali

( ) 4 kali

( ) 5 kali

( ) > 5 kali

C. Pertanyaan Penelitian

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai menurut pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i dengan mengisi pada kolom jawaban yang dianggap paling sesuai. Keterangan kolom jawaban:

1. Angka 1 = STS (Sangat Tidak Setuju)
2. Angka 2 = TS (Tidak Setuju)
3. Angka 3 = CS (Cukup Setuju)
4. Angka 4 = S (Setuju)
5. Angka 5 = SS (Sangat Setuju)

Pelayanan Angkutan (Y)

No	Pernyataan	Skala Penelitian				
		1	2	3	4	5
1	Petugas mengingatkan hal-hal penting yang perlu diketahui penumpang seperti pengaturan naik turun penumpang dimasa pandemi covid-19					
2	Petugas melayani penumpang dengan sigap					
3	Petugas selalu mengecek suhu tubuh pelanggan saat memasuki halte					
4	Petugas melayani dengan tepat					
5	Petugas melayani tanpa keragu-raguan					
6	Petugas memberikan jawaban yang tepat atas pertanyaan penumpang					
7	Ketersediaan media komplain					
8	Petugas selalu bersedia membantu penumpang yang kebingungan					
9	Ketersediaan tempat duduk di dalam halte					
10	Ketersediaan alat pendingin yang berfungsi di dalam halte dan di dalam bus transjakarta					

Kepuasan Publik (X_1)

No	Pernyataan	Skala Penelitian				
		1	2	3	4	5
11	Petugas melayani dan memberikan keterangan dengan ramah					
12	Ketersediaan alat keselamatan di dalam bus transjakarta					
13	Kelengkapan peralatan komunikasi petugas					
14	Petugas jarang melakukan kesalahan dalam memberikan info rute					

15	Ketersediaan papan penunjuk arah di dalam halte					
16	Kedatangan bus terjadwalkan sesuai dengan aplikasi Tije					
17	Petugas selalu mengecek aspek teknis kelayakan operasional bus untuk keselamatan					
18	Petugas memberikan rasa aman					
19	Kebersihan di dalam halte dan di dalam bus transjakarta sangat baik					
20	Bus Transjakarta tidak pernah mogok saat beroperasi					
21	Pembayaran dengan metode *cashless*					
22	Bus Transjakarta memiliki jam operasi yang sesuai dengan kebutuhan					

Pilihan Publik (X_2)

No	Pernyataan	Skala Penelitian				
		1	2	3	4	5
23	Banyaknya persebaran shalter transjakarta					
24	Ketepatan waktu berangkat dan kedatangan bus					
25	Rute yang dilalui nyaman					
26	Tarif harga untuk menggunakan bus transjakarta sangat terjangkau					
27	Petugas mampu menjelaskan rute dari semua koridor					
28	Petugas menyediakan informasi angkutan melalui papan elektronik sampai dengan akhir tujuan					

Motivasi (X_3)

No	Pernyataan	Skala Penelitian				
		1	2	3	4	5
29	Transjakarta memahami kebutuhan pelanggannya					
30	Saya selalu menggunakan bus transjakarta setiap bepergian					
31	Keberadaan petugas di dalam bus transjakarta membuat nyaman					
32	Petugas berseragam dan memakai masker serta selalu tampil dalam keadaan rapih dan bersih					
33	Petugas bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan					
34	Saya merekomendasikan teman untuk menggunakan bus transjakarta dimasa pandemi covid-19					

Lampiran 2. Data Penelitian

1. Kepuasan Publik

Kepuasan Publik (X_1)													
No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	X1
1	4	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	55
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	47
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
7	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
8	4	3	3	3	4	5	3	3	3	5	4	5	45
9	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59
10	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	58
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
13	4	4	5	4	3	4	3	3	3	5	5	5	48
14	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
15	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	57
16	5	2	3	4	3	5	2	4	4	4	4	4	44
17	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
19	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
20	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	54
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	57
23	4	3	3	3	3	4	5	3	3	5	5	5	46
24	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	58
25	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	2	3	50
26	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	58
28	3	2	4	3	4	3	4	3	4	5	2	3	40
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	40
30	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	51
31	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	3	4	48
32	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	49
33	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	2	3	49
34	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	46
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
36	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
38	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58
39	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	54
40	5	3	3	5	5	4	5	4	4	5	5	5	53
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
42	5	3	3	3	4	4	4	3	3	4	5	5	46
43	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	50
44	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	47
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
47	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2	3	49

48	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	44
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	40
50	4	2	2	2	2	3	4	2	4	5	5	4	39
51	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
53	4	2	4	4	3	5	4	3	2	2	2	3	38
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
55	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
56	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	57
57	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	48
58	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	4	54
59	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	37
60	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	57
64	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	55
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	58
66	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	44
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	58
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	58
69	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
73	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
74	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	43
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
76	2	3	4	3	4	3	4	2	4	2	4	4	39
77	3	1	4	5	4	5	4	3	3	5	3	4	44
78	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	48
79	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
80	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	50
81	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	57
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
83	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	1	5	50
84	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	57
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
87	5	3	4	4	4	4	5	4	3	5	3	3	47
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
89	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	54
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
91	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	51
92	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	58
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
94	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	48
95	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	45
96	1	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	28
97	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
99	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	2	4	49
100	3	2	4	2	2	2	4	3	3	3	3	4	35

101	5	2	5	4	3	1	5	3	5	5	1	3	42
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
103	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	49
104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	58
105	3	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	50
106	5	5	4	4	2	3	4	4	5	5	4	3	48
107	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	57
108	4	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	4	41
109	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	42
110	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	4	43
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
112	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	47
113	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
114	4	5	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	53
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
116	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	57
117	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
118	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	56
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
120	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	54
121	5	2	3	4	5	4	4	4	5	5	4	3	48
122	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
123	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	50
124	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	44
125	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	43
126	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	43
127	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	41
128	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	4	5	54
129	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	42
130	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	47
131	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	52
132	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	55
133	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	52
134	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	2	4	53
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
136	2	3	3	4	4	2	3	3	4	4	2	4	38
137	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	2	2	46
138	4	4	3	4	3	5	4	5	4	4	5	5	50
139	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	58
140	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	56
141	5	5	3	4	3	3	4	3	5	3	2	5	45
142	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
143	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
144	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	55
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
146	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
147	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	57
148	5	5	1	4	4	4	4	4	3	5	4	4	47
149	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50
150	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	58
151	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	55
152	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
153	5	4	3	3	5	5	4	5	5	3	5	5	52

154	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	55
155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	49
156	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	51
157	3	5	3	5	5	4	4	4	5	3	5	4	50
158	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	53
159	3	3	3	5	5	3	4	4	3	5	5	2	45
160	4	4	4	2	5	2	3	3	4	2	4	3	40
161	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	52
162	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	46
163	3	3	4	5	5	3	3	3	4	5	3	4	45
164	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	51
165	5	5	3	3	4	3	4	5	5	3	4	4	48
166	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	46
167	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
168	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	46
169	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	47
170	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

2. Pilihan Publik (X_2)

Pilihan Publik (X_2)							
No.	1	2	3	4	5	6	X2
1	5	5	4	4	4	4	26
2	5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	3	18
4	5	4	5	4	4	5	27
5	4	4	5	4	4	4	25
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	4	4	5	28
8	4	4	4	3	3	4	22
9	5	5	4	4	4	4	26
10	4	4	4	4	5	5	26
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	5	5	30
13	4	3	4	4	4	4	23
14	5	5	4	5	4	4	27
15	3	4	4	5	5	5	26
16	4	5	5	4	5	4	27
17	5	5	5	4	4	4	27
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	4	5	4	5	28
20	4	4	4	4	4	5	25
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	5	5	5	4	5	28
23	4	4	4	4	4	4	24
24	5	5	5	5	5	5	30
25	4	4	4	4	3	5	24
26	5	5	5	5	4	4	28
27	5	4	5	5	4	4	27
28	4	3	4	3	3	3	20
29	4	4	3	4	4	4	23
30	4	4	5	4	3	4	24

31	4	3	4	4	5	5	25
32	4	5	4	4	4	4	25
33	5	4	4	3	2	4	22
34	5	4	4	4	4	5	26
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	5	5	5	5	30
37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	5	5	4	4	5	28
39	3	4	4	4	4	4	23
40	5	4	5	4	5	5	28
41	4	4	4	4	4	4	24
42	3	5	5	5	5	5	28
43	5	4	4	4	4	4	25
44	3	3	3	5	5	5	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	5	5	5	5	5	30
47	3	4	4	5	3	3	22
48	3	4	4	3	4	3	21
49	4	4	3	4	4	4	23
50	5	4	4	3	3	4	23
51	5	4	5	4	4	5	27
52	3	4	4	4	4	5	24
53	3	3	3	3	2	3	17
54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	4	3	4	3	3	22
56	4	5	5	5	4	3	26
57	3	4	4	3	3	3	20
58	4	5	5	5	5	5	29
59	3	3	3	3	3	3	18
60	4	4	4	4	4	4	24
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	5	5	5	5	4	29
64	5	4	4	4	4	4	25
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	4	3	3	3	3	20
67	5	5	5	5	5	5	30
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	4	4	4	5	5	27
70	4	5	5	5	5	5	29
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	5	5	5	30
74	3	3	4	4	3	4	21
75	5	5	5	5	5	5	30
76	3	4	4	3	3	3	20
77	3	5	5	3	5	5	26
78	5	4	5	5	3	4	26
79	4	3	4	3	4	4	22
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	5	5	4	3	4	25
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	5	5	1	5	26

84	5	5	5	4	4	5	28
85	4	4	4	4	4	4	24
86	5	5	5	5	5	5	30
87	4	4	3	3	3	4	21
88	5	5	5	5	5	5	30
89	5	5	5	4	4	5	28
90	5	3	5	5	5	5	28
91	4	4	4	3	4	4	23
92	5	3	5	4	4	5	26
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	5	5	5	5	5	30
95	4	5	5	5	5	5	29
96	1	1	1	3	2	1	9
97	5	4	4	4	5	5	27
98	5	5	5	5	5	5	30
99	4	4	4	2	2	4	20
100	4	4	4	2	3	4	21
101	5	5	3	4	3	5	25
102	5	5	5	5	5	5	30
103	4	4	4	5	4	4	25
104	5	5	5	5	5	5	30
105	4	4	5	5	4	4	26
106	5	4	4	5	5	4	27
107	5	5	5	5	5	4	29
108	5	3	4	5	5	3	25
109	4	2	4	5	4	4	23
110	4	4	4	4	4	4	24
111	5	5	5	5	5	5	30
112	4	4	4	4	3	4	23
113	5	5	5	5	5	5	30
114	4	3	4	5	4	2	22
115	5	5	5	5	5	5	30
116	4	4	4	5	5	4	26
117	5	5	5	5	4	5	29
118	4	4	4	4	4	3	23
119	5	5	5	5	5	5	30
120	5	5	5	5	4	4	28
121	4	4	5	5	4	5	27
122	4	4	4	5	4	4	25
123	4	4	4	5	4	4	25
124	4	4	4	4	4	4	24
125	4	4	4	4	3	4	23
126	3	4	4	4	4	4	23
127	4	4	4	4	4	4	24
128	4	5	5	5	5	5	29
129	3	3	3	3	3	4	19
130	4	4	4	4	4	4	24
131	4	4	4	4	4	4	24
132	4	4	4	4	4	4	24
133	3	3	5	5	5	4	25
134	4	5	5	5	5	4	28
135	3	3	4	4	4	4	22
136	5	2	4	4	3	4	22

137	3	2	4	5	5	5	24
138	5	4	4	5	5	5	28
139	4	5	4	5	5	5	28
140	4	5	4	5	5	5	28
141	3	3	2	2	3	3	16
142	5	5	5	5	5	5	30
143	5	5	5	5	5	5	30
144	5	5	5	5	5	5	30
145	4	4	4	4	4	4	24
146	5	5	5	5	5	5	30
147	5	5	5	5	5	5	30
148	5	4	5	4	4	4	26
149	5	4	5	4	4	4	26
150	5	5	5	5	5	5	30
151	5	5	5	5	5	5	30
152	4	4	4	4	4	4	24
153	5	5	5	5	2	5	27
154	5	5	5	5	5	5	30
155	4	4	5	5	4	4	26
156	5	4	4	5	4	5	27
157	4	2	4	5	5	5	25
158	4	4	4	4	4	5	25
159	3	2	3	5	4	2	19
160	3	5	3	4	4	4	23
161	5	4	4	5	5	5	28
162	4	4	4	5	4	5	26
163	3	2	3	5	5	4	22
164	5	4	5	5	5	5	29
165	3	4	5	5	4	3	24
166	4	3	4	5	4	4	24
167	4	4	4	4	4	4	24
168	4	3	4	5	4	3	23
169	5	3	4	5	4	4	25
170	4	4	4	4	4	4	24

3. Motivasi (X_3)

Motivasi (X_3)							
No.	1	2	3	4	5	6	X3
1	3	3	2	3	2	2	15
2	5	5	4	5	5	5	29
3	3	2	3	3	3	3	17
4	3	4	4	5	5	5	26
5	5	4	4	4	5	5	27
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	5	4	4	4	4	25
8	4	4	3	4	4	4	23
9	5	5	4	5	5	4	28
10	4	4	4	4	5	5	26
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	5	5	30

13	3	4	2	4	3	3	19
14	5	5	5	5	4	5	29
15	4	5	3	5	5	3	25
16	4	3	3	4	3	3	20
17	5	5	5	4	4	4	27
18	5	4	4	5	5	5	28
19	5	5	3	5	5	5	28
20	4	4	5	4	5	5	27
21	5	5	4	5	5	5	29
22	5	5	5	5	4	5	29
23	3	4	5	4	4	5	25
24	5	5	5	5	5	5	30
25	3	4	4	5	4	3	23
26	4	5	3	5	5	5	27
27	4	5	4	5	4	5	27
28	4	3	1	3	4	4	19
29	3	3	3	3	3	4	19
30	3	4	3	4	4	4	22
31	4	4	3	3	4	5	23
32	3	4	4	4	4	4	23
33	3	4	4	3	4	5	23
34	4	5	4	4	4	4	25
35	4	5	4	4	5	4	26
36	5	4	5	5	4	5	28
37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	5	3	5	5	4	27
39	5	4	3	3	4	3	22
40	4	4	3	5	5	5	26
41	4	4	4	4	4	4	24
42	2	3	4	3	5	5	22
43	4	5	4	4	4	5	26
44	3	3	4	4	4	3	21
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	3	5	5	4	25
47	3	3	3	3	3	2	17
48	4	3	2	3	3	3	18
49	3	3	3	3	3	4	19
50	3	3	1	4	4	3	18
51	3	3	4	5	5	5	25
52	4	4	2	5	5	3	23
53	4	4	1	4	4	3	20
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	5	3	4	3	3	22
56	4	4	4	4	4	4	24
57	3	4	3	3	3	3	19
58	3	4	3	4	4	4	22
59	3	4	3	3	3	3	19
60	4	4	4	4	4	4	24
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	5	5	5	5	30
63	4	4	3	4	4	5	24
64	4	4	4	4	3	3	22
65	4	5	5	5	5	5	29

66	4	5	5	4	4	4	26
67	5	5	5	5	5	3	28
68	5	5	5	5	5	3	28
69	3	5	3	5	4	4	24
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	5	5	5	5	30
73	5	5	5	5	5	2	27
74	4	3	4	4	4	4	23
75	4	4	5	5	4	5	27
76	3	4	3	3	3	3	19
77	5	5	3	5	3	5	26
78	5	4	5	5	5	5	29
79	4	4	4	4	3	4	23
80	4	4	4	5	4	4	25
81	5	5	4	4	4	4	26
82	5	5	5	5	5	5	30
83	3	5	1	5	5	5	24
84	5	5	5	5	5	4	29
85	4	4	4	4	4	4	24
86	5	5	5	5	5	5	30
87	4	4	3	5	4	3	23
88	5	5	5	5	5	5	30
89	3	5	4	5	5	5	27
90	5	3	3	5	5	5	26
91	4	4	4	4	4	5	25
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	5	5	5	5	5	30
95	4	5	4	5	5	5	28
96	1	1	1	1	2	1	7
97	3	5	2	5	4	4	23
98	5	5	5	5	5	5	30
99	2	4	1	5	4	4	20
100	5	4	3	3	4	4	23
101	2	3	3	3	4	5	20
102	5	5	5	5	5	5	30
103	4	4	4	4	4	3	23
104	5	2	5	5	5	5	27
105	4	2	5	5	5	5	26
106	4	2	5	5	5	3	24
107	5	5	5	5	5	5	30
108	4	4	5	5	5	5	28
109	4	3	4	4	4	4	23
110	4	4	4	4	4	4	24
111	5	5	5	5	5	5	30
112	4	2	4	4	4	4	22
113	5	5	5	5	5	5	30
114	5	4	4	5	5	5	28
115	5	5	5	5	5	5	30
116	5	3	4	4	4	3	23
117	4	5	4	5	5	5	28
118	3	4	4	4	4	4	23

119	5	5	5	5	5	5	30
120	5	4	5	5	5	5	29
121	3	1	5	5	5	3	22
122	4	3	4	4	4	4	23
123	4	2	4	5	4	4	23
124	4	4	4	4	4	4	24
125	4	4	4	4	3	4	23
126	4	3	3	5	5	2	22
127	4	2	4	4	4	3	21
128	5	5	5	5	5	5	30
129	4	4	3	4	3	3	21
130	4	4	4	4	4	4	24
131	3	1	5	5	5	3	22
132	4	4	4	4	4	4	24
133	4	3	4	5	5	5	26
134	4	4	5	5	5	4	27
135	4	3	4	4	4	4	23
136	2	2	4	4	5	4	21
137	4	3	4	4	4	4	23
138	5	5	5	5	5	5	30
139	5	3	5	5	5	5	28
140	5	5	4	5	5	5	29
141	5	5	5	5	5	2	27
142	5	5	5	4	4	5	28
143	5	5	5	5	5	5	30
144	4	2	4	5	5	3	23
145	4	4	4	4	4	4	24
146	5	5	5	5	5	5	30
147	5	3	5	5	5	5	28
148	4	4	4	3	4	4	23
149	4	4	4	4	4	4	24
150	5	3	5	5	5	5	28
151	5	4	5	5	5	4	28
152	4	4	4	4	4	4	24
153	5	4	5	5	5	1	25
154	5	5	5	5	5	5	30
155	4	4	4	5	4	4	25
156	4	4	5	5	5	4	27
157	4	5	4	4	4	4	25
158	5	5	5	5	5	3	28
159	3	3	5	5	4	3	23
160	4	3	3	4	4	3	21
161	5	3	5	5	5	4	27
162	4	4	4	5	5	5	27
163	3	4	4	4	4	4	23
164	5	5	5	5	5	4	29
165	4	3	5	4	4	2	22
166	4	3	4	3	3	3	20
167	4	4	4	4	4	4	24
168	4	3	4	4	4	4	23
169	4	3	4	4	4	4	23
170	4	4	4	4	4	4	24

4. Pelayanan Angkutan (Y)

Pelayanan Angkutan (Y)											
No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Y
1	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	41
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	45
5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	37
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44
8	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	44
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	4	5	5	3	3	5	4	5	5	5	44
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
13	5	5	3	3	5	4	4	4	4	4	41
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
17	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	42
18	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	47
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
23	3	4	4	5	5	5	5	4	2	3	40
24	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	47
25	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	46
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
27	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	46
28	4	4	5	4	4	3	4	3	5	2	38
29	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
30	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	46
31	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
32	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	43
33	5	4	3	3	3	4	4	4	3	2	35
34	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	46
35	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48
36	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	47
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
39	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	37
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
41	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	39
42	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	44
43	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	44
44	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	37
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	43
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3	33

49	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	32
50	4	5	5	4	4	4	4	4	3	2	39
51	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	45
52	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	46
53	3	4	2	3	3	3	4	3	5	2	32
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
55	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	44
56	3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	44
57	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	41
58	3	5	5	4	5	5	4	5	1	5	42
59	2	3	2	3	3	3	3	3	5	2	29
60	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
61	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	45
62	5	5	4	3	3	5	3	4	5	5	42
63	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
64	4	4	5	3	4	5	2	5	5	2	39
65	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
71	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
73	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	46
74	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	41
75	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	46
76	3	2	3	2	3	3	2	2	4	3	27
77	3	5	3	4	2	3	3	5	1	2	31
78	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	43
79	5	5	3	3	3	3	5	5	3	4	39
80	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	40
81	5	5	5	5	5	4	4	5	1	3	42
82	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
83	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	47
84	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
85	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	41
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	38
90	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
91	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	43
92	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	46
95	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	47
96	2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	15
97	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
99	4	5	3	5	5	4	4	5	3	5	43
100	3	4	2	2	3	3	3	4	4	2	30
101	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	44

102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
103	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	40
104	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	47
105	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	40
106	3	5	4	5	5	5	3	5	4	4	43
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
108	3	5	5	4	4	5	1	3	5	4	39
109	4	4	5	5	2	5	3	5	4	4	41
110	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	34
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
112	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	43
113	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
114	5	4	5	4	5	4	3	4	4	3	41
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
116	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	44
117	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
118	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	42
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
120	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	44
121	5	3	5	5	4	3	3	5	5	2	40
122	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	45
123	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	45
124	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
125	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
126	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
127	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	47
128	5	5	5	5	1	5	5	5	5	4	45
129	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	37
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	48
132	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	42
133	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
134	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
135	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	35
136	4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	36
137	4	4	4	3	3	4	3	5	5	5	40
138	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	41
139	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
140	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
141	5	5	5	4	5	3	3	5	5	5	45
142	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	47
143	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
144	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
146	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
147	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
148	4	4	5	4	3	5	4	4	3	5	41
149	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	41
150	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	46
151	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
152	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
153	4	3	5	4	4	5	2	5	5	5	42
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

155	5	4	5	4	4	5	4	5	5	3	44
156	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	46
157	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	44
158	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
159	4	3	4	3	2	4	3	5	3	2	33
160	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	44
161	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
162	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
163	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	46
164	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	47
165	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46
166	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	35
167	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
168	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	37
169	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	34
170	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41

Lampiran 3. Hasil Olah Data

1. Hasil Uji Validitas

a. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Publik (X_1)

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x1.11	x1.12	Kepuasan Publik
x1.1	Pearson Correlation	1	.544**	.492**	.399**	.430**	.522**	.533**	.582**	.508**	.363**	.307**	.431**	.703**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
x1.2	Pearson Correlation	.544**	1	.516**	.523**	.518**	.474**	.507**	.641**	.583**	.253**	.323**	.465**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
x1.3	Pearson Correlation	.492**	.516**	1	.596**	.516**	.523**	.608**	.584**	.560**	.338**	.163*	.405**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.034	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
x1.4	Pearson Correlation	.399**	.523**	.596**	1	.589**	.566**	.535**	.600**	.533**	.456**	.174*	.379**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.023	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
x1.5	Pearson Correlation	.430**	.518**	.516**	.589**	1	.553**	.509**	.575**	.562**	.319**	.300**	.445**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
x1.6	Pearson Correlation	.522**	.474**	.523**	.566**	.553**	1	.601**	.661**	.479**	.427**	.392**	.564**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
x1.7	Pearson Correlation	.533**	.507**	.608**	.535**	.509**	.601**	1	.655**	.603**	.518**	.243**	.535**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
x1.8	Pearson Correlation	.582**	.641**	.584**	.600**	.575**	.661**	.655**	1	.710**	.434**	.363**	.522**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
x1.9	Pearson Correlation	.508**	.583**	.560**	.533**	.562**	.479**	.603**	.710**	1	.421**	.324**	.560**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
x1.10	Pearson Correlation	.363**	.253**	.338**	.456**	.319**	.427**	.518**	.434**	.421**	1	.293**	.468**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170

x1.11	Pearson Correlation	.307**	.323**	.163*	.174*	.300**	.392**	.243**	.363**	.324**	.293**	1	.475**	.523**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.034	.023	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
x1.12	Pearson Correlation	.431**	.465**	.405**	.379**	.445**	.564**	.535**	.522**	.560**	.468**	.475**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
Kepuasan Publik	Pearson Correlation	.703**	.741**	.724**	.727**	.729**	.783**	.781**	.845**	.787**	.598**	.523**	.720**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Hasil Uji Validitas Variabel Pilihan Publik (X_2)

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	Pilihan Publik
x2.1	Pearson Correlation	1	.561**	.606**	.413**	.347**	.561**	.752**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170
x2.2	Pearson Correlation	.561**	1	.647**	.347**	.364**	.551**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170
x2.3	Pearson Correlation	.606**	.647**	1	.550**	.490**	.599**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170
x2.4	Pearson Correlation	.413**	.347**	.550**	1	.634**	.455**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170
x2.5	Pearson Correlation	.347**	.364**	.490**	.634**	1	.556**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170
x2.6	Pearson Correlation	.561**	.551**	.599**	.455**	.556**	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	170	170	170	170	170	170	170
Pilihan Publik	Pearson Correlation	.752**	.757**	.837**	.732**	.740**	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	170	170	170	170	170	170	170

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Uji Validitas Variabel Motivasi (X_3)

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	Motivasi
x3.1	Pearson Correlation	1	.499**	.559**	.542**	.507**	.356**	.781**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170
x3.2	Pearson Correlation	.499**	1	.241**	.389**	.305**	.406**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170
x3.3	Pearson Correlation	.559**	.241**	1	.497**	.528**	.363**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170
x3.4	Pearson Correlation	.542**	.389**	.497**	1	.756**	.402**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170
x3.5	Pearson Correlation	.507**	.305**	.528**	.756**	1	.487**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170
x3.6	Pearson Correlation	.356**	.406**	.363**	.402**	.487**	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	170	170	170	170	170	170	170
Motivasi	Pearson Correlation	.781**	.661**	.732**	.783**	.782**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	170	170	170	170	170	170	170

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d. Uji Validitas Variabel Pelayanan Angkutan (Y)

Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	Pelayanan Angkutan
y1	Pearson Correlation	1	.550**	.473**	.516**	.441**	.398**	.465**	.548**	.329**	.365**	.706**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
y2	Pearson Correlation	.550**	1	.520**	.575**	.533**	.494**	.518**	.596**	.269**	.420**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
y3	Pearson Correlation	.473**	.520**	1	.554**	.484**	.533**	.401**	.555**	.321**	.395**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
y4	Pearson Correlation	.516**	.575**	.554**	1	.644**	.631**	.579**	.548**	.275**	.463**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
y5	Pearson Correlation	.441**	.533**	.484**	.644**	1	.505**	.494**	.434**	.231**	.398**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
y6	Pearson Correlation	.398**	.494**	.533**	.631**	.505**	1	.486**	.555**	.279**	.510**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
y7	Pearson Correlation	.465**	.518**	.401**	.579**	.494**	.486**	1	.597**	.309**	.422**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170

y8	Pearson Correlation	.548**	.596**	.555**	.548**	.434**	.555**	.597**	1	.341**	.503**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
y9	Pearson Correlation	.329**	.269**	.321**	.275**	.231**	.279**	.309**	.341**	1	.363**	.540**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
y10	Pearson Correlation	.365**	.420**	.395**	.463**	.398**	.510**	.422**	.503**	.363**	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170
Pelayanan Angkutan	Pearson Correlation	.706**	.751**	.722**	.797**	.718**	.741**	.737**	.780**	.540**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Publik (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	12

b. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pilihan Publik (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	6

c. Hasil Uji Reliablitas Variabel Motivasi (X_3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	6

d. Hasil Uji Reliablitas Variabel Pelayanan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	10

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		170
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.40176149
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.047
	Negative	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		.748
Asymp. Sig. (2-tailed)		.630

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

b. Uji Linearitas

Pelayanan Angkutan * Kepuasan Publik

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pelayanan Angkutan * Kepuasan Publik	Between Groups	(Combined)	3944.286	25	157.771	14.158	.000
		Linearity	3288.551	1	3288.551	295.101	.000
		Deviation from Linearity	655.734	24	27.322	2.452	.001

	Within Groups	1604.709	144	11.144		
	Total	5548.994	169			

Pelayanan Angkutan * Pilihan Publik

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pelayanan Angkutan * Pilihan Publik	Between Groups	(Combined)	3361.017	15	224.068	15.771	.000
		Linearity	2968.047	1	2968.047	208.905	.000
		Deviation from Linearity	392.970	14	28.069	1.976	.023
	Within Groups		2187.977	154	14.208		
	Total		5548.994	169			

Pelayanan Angkutan * Motivasi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pelayanan Angkutan * Motivasi	Between Groups	(Combined)	3011.590	15	200.773	12.185	.000
		Linearity	2660.389	1	2660.389	161.464	.000
		Deviation from Linearity	351.201	14	25.086	1.523	.109
	Within Groups		2537.404	154	16.477		
	Total		5548.994	169			

c. Uji Multikoleniaritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.022	2.112		3.324	.001		
	Kepuasan Publik	.362	.062	.434	5.870	.000	.388	2.576
	Pilihan Publik	.407	.135	.252	3.024	.003	.306	3.264

Motivasi	.294	.116	.192	2.535	.012	.369	2.708

a. Dependent Variable: Pelayanan Angkutan

d. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.186	1.219		8.359	.000
	Kepuasan Publik	-.038	.036	-.119	-1.067	.288
	Pilihan Publik	-.105	.078	-.170	-1.354	.177
	Motivasi	-.116	.067	-.199	-1.741	.084

a. Dependent Variable: Abs_RES

4. Pengajuan Hipotesis

a. Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.022	2.112		3.324	.001
	Kepuasan Publik	.362	.062	.434	5.870	.000
	Pilihan Publik	.407	.135	.252	3.024	.003
	Motivasi	.294	.116	.192	2.535	.012

a. Dependent Variable: Pelayanan Angkutan

b. Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3593.329	3	1197.776	101.669	.000[b]
	Residual	1955.665	166	11.781		
	Total	5548.994	169			

a. Dependent Variable: Pelayanan Angkutan

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Kepuasan Publik, Pilihan Publik

c. Hasil Uji R

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805[a]	.648	.641	3.432

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Kepuasan Publik, Pilihan Publik

b. Dependent Variable: Pelayanan Angkutan

d. Nilai Korelasi Antar Variabel

Correlations

		Kepuasan Publik	Pilihan Publik	Motivasi	Pelayanan Angkutan
Kepuasan Publik	Pearson Correlation	1	.776**	.708**	.770**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	170	170	170	170
Pilihan Publik	Pearson Correlation	.776**	1	.775**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	170	170	170	170
Motivasi	Pearson Correlation	.708**	.775**	1	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	170	170	170	170
Pelayanan Angkutan	Pearson Correlation	.770**	.731**	.692**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	170	170	170	170

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).