

# Analisa Perilaku Konsumen dan Perbaikan Layanan Berbasis Kepuasan Pelanggan pada UD. Arthamira Sejahtera

**Esti Dwi Rinawiyanti**

Universitas Surabaya

Jl. Raya Kalirungkut, Surabaya

estidwi@ubaya.ac.id

**Rosita Meitha**

Universitas Surabaya

Jl. Raya Kalirungkut, Surabaya

meitha@ubaya.ac.id

**Andy Zulkarnaen**

and1zulkarnaen@yahoo.com

## ABSTRAK

*Perusahaan jasa menerapkan strategi pemasaran yang sedikit berbeda dengan perusahaan manufaktur, karena produk (jasa) yang ditawarkan dikonsumsi langsung oleh pelanggan. Strategi yang diterapkan seyogyanya berfokus pada pelanggan, ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kemudian apa yang sudah diterima dan dirasakan oleh pelanggan perlu diukur untuk mengetahui apakah pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di industri jasa, UD. Arthamira Sejahtera perlu melakukan analisa perilaku konsumen untuk mengetahui bagaimana karakteristik dari pelanggan, serta analisa kepuasan pelanggan, di mana hasil analisa tersebut akan digunakan untuk memperbaiki layanan. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi perilaku konsumen, mengetahui variabel-variabel yang dipentingkan pelanggan dalam memilih bus pariwisata, serta mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan UD. Arthamira Sejahtera. Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini maka dilakukan penyebaran kuisioner kepada 100 responden konsumen pengguna. Hasil kuisioner digunakan untuk analisa perilaku konsumen, yang meliputi faktor personal, sosial, dan psikologis. Selanjutnya analisa kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan analisa kuadran, yang menunjukkan variabel-variabel yang menjadi kelebihan dan kelemahan UD. Arthamira Sejahtera. Perbaikan layanan diprioritaskan untuk variabel-variabel yang terletak di kuadran IV karena variabel-variabel tersebut memiliki nilai kepentingan yang tinggi namun nilai kepuasannya rendah, yaitu lokasi kantor pemasaran yang terjangkau, penjemputan tepat waktu ke tempat berkumpul penumpang, dan sopir dan kernet yang ramah dan sopan. Dari hasil analisa kuadran selanjutnya dapat dirancang strategi perbaikan yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di masa yang akan datang.*

**Kata kunci**— Bus Pariwisata, Perilaku Konsumen, Kepuasan Pelanggan.

## I. PENDAHULUAN

Industri persewaan bus pariwisata termasuk dalam industri yang memiliki persaingan yang ketat. Untuk dapat bertahan pada persaingan ini, maka diperlukan suatu upaya untuk meningkatkan kualitas dan pelayanan yang lebih baik untuk memikat hati konsumen. Perusahaan UD. Arthamira Sejahtera merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi dengan menyewakan kendaraan bus pariwisata.

Perusahaan UD. Arthamira Sejahtera ini berlokasi di Jl. Letjen Sutoyo 138 Jember, Jawa Timur. Daerah pemasaran kendaraan UD. Arthamira Sejahtera adalah tempat-tempat jasa tour, sekolah-sekolah, kelompok studi yang ada di wilayah Jember dan sekitarnya. Saat ini telah banyak bermunculan perusahaan sejenis yang mengakibatkan persaingan semakin ketat, antara lain Jember Indah, Akas Asri, Borobudur, Djipto. Untuk menghadapi persaingan ini, UD. Arthamira Sejahtera perlu