

TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LAYANAN INFORMASI BRT MAMMINASATA DI KALANGAN PELAJAR DAN MAHASISWA DI KOTA MAKASSAR

Muhammad Zulqifli Rahman

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

ABSTRACT

This study aims to: (1) to determine the form of the service information provided by Perum Damri branch of Makassar as a manager of BRT Mamminasata to customers among students and varsity students. (2) to determine the level of customer satisfaction among students and varsity students of the BRT Mamminasata information services in the city of Makassar. This study was carried out for approximately two months, the month of February to April 2016 held in the city of Makassar. The population of this research was the Customer BRT Mamminasata among students and varsity students was the respondent in this study was determined by sampling stratified based on work that is Students and Varsity Students. The technique in determining the number of samples used tables of Isaac and Michael. The type of this research used the paradigm Mix Methode with descriptive approach. The primary data was obtained from interviewing with sources and collecting the questionnaire that had been answered by the respondents. Secondary data were some references from books, newspapers, and other related research. The data collected were of analyzed quantitatively by describing the data in the form of a frequency table. The results shows that the level of customer satisfaction to the BRT Information Service Mamminasata Among Students and Varsity Students in Makassar rated yet satisfied. It is based on the number of respondents obtained, 120 respondents.

Keywords: *Public service; service information; The level customer satisfaction.*

ABSTRAK

Studi ini bertujuan : (a) Untuk mengetahui bentuk layanan informasi yang telah diberikan oleh Perum Damri cabang Kota Makassar sebagai pengelola BRT Mamminasata kepada pelanggan kalangan pelajar dan mahasiswa. (b) Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan kalangan pelajar dan mahasiswa terhadap layanan Informasi BRT Mamminasata di Kota Makassar. Studi ini dilakukan selama dua bulan, yaitu bulan Februari hingga Maret 2016 yang dilaksanakan di Kota Makassar. Populasi studi ini adalah Pelanggan BRT Mamminasata di kalangan Pelajar dan Mahasiswa. Responden studi ditentukan secara sampling berstrata berdasarkan pekerjaan yaitu Pelajar dan Mahasiswa. Teknik penentuan jumlah sampel menggunakan tabel Isaac dan Michael. Tipe studi ini menggunakan paradigma Mix Methode dengan pendekatan deskriptif. Data primer diperoleh dari wawancara dengan narasumber dan pengumpulan kuesioner yang telah dijawab oleh responden. Data sekunder berupa referensi dari buku, Koran, dan lain-lain yang berkaitan dengan studi. Data yang berhasil dikumpulkan selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan mendeskripsikan data dalam bentuk tabel frekuensi. Hasil studi ini menunjukkan bahwa bentuk layanan informasi mengenai BRT Mamminasata yang diberikan Perum Damri cabang Kota Makassar adalah layanan informasi secara lisan dan tulisan/gambar. Selanjutnya, tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan informasi BRT Mamminasata di Kalangan Pelajar dan Mahasiswa di Kota Makassar dinilai belum puas. Ini didasarkan dari variabel layanan informasi yaitu akurat, lengkap, relevan dan mudah di akses dari jumlah responden yang diperoleh sebanyak 120 responden.

Keywords: *Pelayanan publik; Layanan informasi; Tingkat kepuasan pelanggan*

1. PENDAHULUAN

Makassar merupakan salah satu kota yang mengalami kemajuan yang pesat. Sebagai kota yang mengalami kemajuan pesat pasti memiliki beberapa masalah perkotaan, salah satu diantaranya adalah masalah kemacetan lalu lintas di jalan

raya. Kemacetan ini timbul karena semakin tingginya volume kendaraan pribadi yang tidak dibarengi dengan pembangunan infrastruktur yang cepat dan kurang disiplinnya para pengendara dalam menggunakan kendaraannya. Di Kota Makassar jumlah kendaraan roda 2 meningkat 13-14 persen per tahun dan

roda 4 meningkat 8-10 persen per tahun. Jumlah kendaraan roda dua maupun roda empat mencapai 2,4 juta (1,1 juta motor dan 1,3 juta mobil) lebih tinggi dari jumlah penduduk Kota Makassar sebanyak 1,7 juta jiwa. Jika tidak ada upaya pembenahan Pola Transportasi, Pada tahun 2017 Makassar akan mengalami kemacetan total (Pusat Data dan Informasi Kementerian Perhubungan Kota Makassar, 2015).

Penataan sistem transportasi harus dilakukan secara terpadu sebagai satu kesatuan sistem transportasi nasional agar mampu mewujudkan tersedianya jasa transportasi yang seimbang dengan tingkat kebutuhan permintaan pelanggan, yang layak dengan biaya murah sehingga dapat terjangkau oleh seluruh rakyat. Salah satu aspek transportasi yang menyangkut hajat hidup orang banyak adalah angkutan umum. Pengembangan angkutan umum massal berbasis jalan di wilayah perkotaan di Indonesia diarahkan untuk menciptakan pelayanan yang handal dan pada jangka panjang, diharapkan keberadaan pelayanan angkutan umum yang handal akan mampu mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap penggunaan kendaraan pribadi.

Untuk mengatasi semakin meningkatnya kemacetan dan mengatasi semakin buruknya sistem transportasi yang ada di Kota Makassar, maka pemerintah menggagas untuk membangun BRT (Bus Rapid Transit) atau di kota Makassar yang dikenal dengan bus BRT Mamminasata. BRT adalah salah satu bentuk angkutan yang berorientasi pelanggan dan mengombinasikan halte, kendaraan, perencanaan, dan elemen-elemen sistem transportasi, ke dalam sebuah sistem bus yang cepat, terpadu, aman, nyaman, tepat waktu, dan memiliki identitas yang unik.

Bus BRT Mamminasata memulai operasinya pada 1 Juli 2015. Angkutan BRT Mamminasata yang dikelola oleh Perum Damri cabang Makassar dioperasikan dengan tujuan untuk mereduksi pemakaian kendaraan pribadi, selain itu dapat juga memudahkan warga Makassar atau pun wisatawan mengelilingi Kota Makassar. BRT Mamminasata merk Hino ini berkecepatan 6.000 cc yang bisa menampung sampai 82 penumpang terdiri dari 30 penumpang yang duduk dan 52 penumpang berdiri. BRT Mamminasata melayani masyarakat yang ingin bertransportasi di tiga koridor yaitu, Koridor 2 melayani Transportasi dari mal ke mal, koridor 3 melayani dari terminal Palangga Gowa ke daya dan koridor 4 melayani dari terminal daya ke Bandara Sultan Hasanuddin. BRT Mamminasata yang beroperasi di koridor 2 menyusuri dari Mall Panakkukang, menuju Mal Ratu Indah Jl DR Ratulangi, menuju Mal GTC di Jl Metro Tanjung Bunga, menuju Trans Studio mall Jl H.M Patompo, menuju Karebosi Link Jl Ahmad Yani, dan berakhir kembali di Mall Panakkukang dengan biaya hanya sebesar Rp.4.500 sekali perjalanan. BRT Mamminasata ini melayani masyarakat dari pukul 09.00 Wita hingga Pukul 19.00 Wita, jumlah penumpang per hari sebanyak 750 penumpang di hari kerja dan 1500 penumpang di hari libur. Kebanyakan penumpang adalah pelajar dan mahasiswa yang persentasenya sebesar 70% dari jumlah penumpang per hari (Data Kantor Perum Damri cabang Kota Makassar, 2015)

BRT Mamminasata merupakan produk ekonomis, dimana penumpang harus membayar tiket untuk menggunakannya. Seiring kemajuan teknologi dan

bertambahnya kecerdasan per individu, kesadaran warga secara kolektif untuk memperjuangkan kepentingan makin terdengar. Warga tidak akan mau berkorban secara ekonomi apabila mereka tidak mendapat manfaat yang sebanding dengan nilai nominal yang digunakan.

Pelayanan BRT Mamminasata yang diberikan oleh Perum Damri cabang Kota Makassar termasuk pelayanan publik. Pelayanan publik dikatakan sebagai pemberian layanan keperluan orang atau masyarakat yang memiliki kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Dalam perkembangannya, ternyata hakekat pelayanan publik bukan hanya merupakan persoalan administratif saja, seperti pemberian izin dan pengesahannya, atau pemenuhan kebutuhan fisik, tetapi ia mencakup persoalan yang lebih mendasar, yaitu pemenuhan keinginan pelanggan. Hal ini wajar mengingat dalam setiap organisasi, pemenuhan dan pemberian pelayanan kepada pelanggan merupakan suatu tuntutan. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sangat diutamakan mengingat keduanya memiliki pengaruh besar kepada keberlangsungan dan perkembangan misi organisasi. Permintaan pelayanan jasa publik akan terus meningkat baik dari segi kualitas maupun kuantitas, seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, meningkatnya kesejahteraan masyarakat, dan terjadinya perubahan lingkungan yang terus berubah.

Setelah beberapa bulan beroperasi pelayanan BRT Mamminasata dirasakan masih jauh dari baik oleh masyarakat sebagai penumpang. Masyarakat banyak mengeluh tentang pelayanan BRT Mamminasata ini berkaitan dengan Layanan informasinya yang belum sesuai

harapan pelanggan, masyarakat Kota Makassar yang menggunakan BRT Mamminasata di dalamnya kebanyakan pelajar dan mahasiswa merasa kekurangan informasi dan kebingungan mengenai waktu kedatangan BRT Mamminasata hingga trayek yang dilalui.

Layanan informasi yang berkualitas dapat mengurangi ketidakpastian. Hampir semua aktivitas yang dilakukan dilingkupi ketidakpastian, dibaliknya tentu terdapat resiko yang dihadapi. Ketidakpastian biasanya sering ditemukan pada saat dihadapkan pada permasalahan yang baru pertama kali dialami, oleh karena itu disini lah layanan informasi berkualitas berperan. Rasa ragu-ragu dalam melakukan keputusan dapat dikurangi atau bahkan dihilangkan bila pelanggan mendapatkan layanan informasi yang berkualitas, layanan informasi dari BRT mamminasata berperan sebagai penyedia informasi bagi penumpang yang ingin menggunakan jasa transportasi ini, para penumpang dapat mengetahui trayek setiap koridor, kapan waktu kedatangan BRT, tarif atau biayanya dan sebagainya.

Studi ini penting dilakukan karena layanan informasi sangat berhubungan dengan Ilmu Komunikasi, layanan informasi adalah layanan yang memberikan informasi yang dibutuhkan seseorang, jadi Ilmu Komunikasi berperan sebagai bagaimana layanan informasi tersebut disampaikan secara efektif kepada pelanggan sehingga dapat mengurangi ketidakpastian dan pelanggan merasa puas akan layanan yang didapatkan. BRT Mamminasata merupakan sebuah produk yang diciptakan oleh pemerintah Kota Makassar dalam memecahkan persoalan kemacetan dengan mereduksi masyarakat yang menggunakan kendaraan pribadi.

Melalui studi ini, dapat dilihat bagaimana layanan informasi BRT mamminasata melalui persepsi penumpang yaitu penumpang pelajar dan mahasiswa, apakah layanan informasi yang diberikan pihak BRT mamminasata sudah sesuai dengan apa yang diinginkan penumpang sehingga BRT Mamminasata menjadi solusi menggunakan transportasi umum yang nyaman dan aman, dan upaya apa saja yang diperlukan oleh Perum Damri cabang Makassar dalam upaya memberikan kepuasan pelayanan informasi kepada penumpang.

Kotler, et al menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Fandy Tjiptono, 2008). Jadi kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik.

Maka dari itu untuk melihat tingkat kepuasan para pelanggan terhadap layanan informasi yang dilakukan oleh Perum Damri cabang Makassar, perlu dilakukan survey terhadap pengguna atau penumpang dikalangan pelajar dan mahasiswa BRT Mamminasata. Studi ini dimaksudkan untuk menelaah tanggapan dari pelanggan kalangan pelajar dan

mahasiswa terhadap kualitas pelayanan informasi transportasi umum BRT Mamminasata, apakah layanan informasi BRT Mamminasata sudah sesuai dengan harapan pelanggan, dan sejauh mana peran Perum Damri cabang Makassar dalam memberikan layanan informasi kepada pelanggan kalangan pelajar dan mahasiswa Kota Makassar.

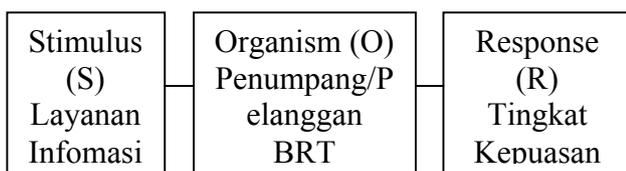
Selain itu, studi ini harus dilakukan agar pengelola BRT Mamminasata yaitu perum Damri kota Makassar tertantang untuk mengembangkan kualitas pelayanannya, yaitu pelayanan informasi. Penulis tertarik untuk meneliti kepuasan pelanggan atas pelayanan informasi bus BRT mamminasata karena masyarakat atau pelanggan belum merasa puas dengan layanan informasi yang diberikan Perum Damri cabang Kota Makassar, Hasil dari studi ini diharapkan menjadi umpan balik bagi pengelola untuk meningkatkan pelayanannya dan diharapkan bisa diketahui pelayanan informasi seperti apa yang diharapkan oleh pelanggan dan apa yang mereka rasakan dari pelayanan yang diberikan selama ini. Bila ternyata apa yang pelanggan rasakan adalah ketidakpuasan, maka pengelola harus berani melakukan upaya peningkatan kualitas layanan informasi sehingga tercapai kepuasan, mengingat jika pelanggan merasa puas maka akan masih mau menggunakan jasa bus BRT mamminasata, sebaliknya pelanggan merasa tidak puas ada kemungkinan akan tidak tertarik lagi menggunakan bus BRT mamminasata.

Berdasarkan latar belakang di atas maka studi ini diberi judul Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Informasi BRT Mamminasata di Kalangan Pelajar dan Mahasiswa di Kota Makassar.

Permasalahan

Berdasarkan fenomena di atas maka permasalahan studi ini dapat dirumuskan yaitu : Layanan Informasi apa yang telah diberikan oleh Perum Damri cabang Kota Makassar sebagai pengelola BRT Mamminasata kepada pelanggan kalangan pelajar dan mahasiswa di Kota Makassar ? dan Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Informasi BRT Mamminasata di kalangan pelajar dan mahasiswa di kota Makassar?

Untuk mengetahui tingkat kepuasan penumpang terhadap pelayanan informasi Transportasi umum Damri (BRT Mamminasata) di Kota Makassar, maka teori yang mendasari adalah teori S-O-R dari Hovland, Janis dan Kelley sebagai singkatan dari Stimulus – Organism – Response yang semula dari psikologi. Menurut respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Jadi unsur – unsur dalam model ini adalah pesan (Stimulus, S), (Komunikasi), (Organism, O), efek (Response, R).



Gambar 1.1 Teori S-O-R

Stimulus yang berupa Layanan informasi merupakan pesan yang diterima oleh organism yaitu penumpang BRT Mamminasata lalu terjadi proses persepsi dengan penafsiran pesan yang diterima tersebut, kemudian penerimaan tanggapan yang merupakan suatu umpan balik kepada sumber. Perubahan sikap karena adanya

tanggapan respon yang berupa tingkat kepuasan pelanggan tergantung pada stimulus. Adapun unsur – unsur pokok dalam stimulus yaitu :

1. Stimulus yang diberikan individu dapat diterima dan dapat ditolak. Ini berarti bahwa stimulus tersebut tidak efektif mempengaruhi. Jika stimulus diterima berarti ada komunikasi dan perhatian.

2. Langkah selanjutnya adalah jika stimulus mendapatkan perhatian maka proses selanjutnya adalah mengerti terhadap stimulus. Kemampuan memahami melanjutkan proses berikutnya.

3. Individu dapat menerima secara baik, sehingga terjadi kesediaan memberikan respon dan akhirnya terjadi perubahan sikap dan perilaku.

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap maka yang terpenting adalah aspek how, bagaimana mengubah sikap komunikasi (how to change the attitude). Sikap tersebut dapat berubah banyak jika stimulus benar – benar melebihi rangsangan semula.

Dalam meningkatkan kepuasan penumpang BRT Mamminasata pihak Perum Damri Kota Makassar sebagai pihak penyelenggara atau penyedia jasa harus dapat memberikan pelayanan secara optimum atau maksimal dan memberikan informasi atau pesan mengenai pelayanan jasa yang ditawarkan melalui cara yang cepat, tepat dan bersifat menstimulus.

Pada dasarnya tujuan sebuah layanan informasi adalah untuk menciptakan pengetahuan yang menghilangkan rasa keragu-raguan atau ketidakpastian sehingga menghasilkan kepuasan para pelanggannya karena kepuasan pelanggan

sangat berpengaruh terhadap peningkatan penumpang dari BRT Mamminasata itu sendiri.

Perlu adanya perubahan fokus perusahaan dari mengkrete kualitas jasa dan kegunaan menjadi fokus pada kualitas hubungan pada setiap aspek dalam pelayanan kepada pelanggan. Tantangan perbaikan pelayanan ke arah menjadi lebih baik, merupakan fokus perusahaan pada era globalisasi saat ini (Gronroos, 1992:5).

Informasi yang berkualitas dapat mengurangi kesalahan dalam berkomunikasi dan ketidakpastian, ciri – ciri informasi yang berkualitas menurut Raymond Mc.Leod adalah :

1. Akurat, informasi harus sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan informasi itu harus terbebas dari kesalahan-kesalahan.
2. Tepat Waktu, informasi itu harus tersedia atau ada pada saat informasi tersebut diperlukan dan tidak terhambat.
3. Relevan, informasi harus diberikan harus sesuai dengan yang dibutuhkan.
4. Lengkap, informasi harus diberikan secara lengkap karena bila informasi dihsilkan sebagian-sebagian akan mempengaruhi dalam mengambil keputusan.
5. Correchtness, berarti informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan harus memiliki kebenaran.
6. Security, berarti informasi yang dihasilkan mempunyai manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya mendapatkannya dan sebagian besar informasi tidak dapat ditaksir keuntungannya dan dengan satuan nilai uang tetapi dapat ditaksir nilai efektivitasannya.

Jadi untuk mengukur Layanan Informasi yang diberikan Perum Damri Kota Makassar terhadap tingkat kepuasan pelanggan, maka penulis membagi Layanan informasi tersebut menjadi beberapa variabel, yaitu variabel bebasnya (X) tentang layanan informasi yang mencakup akurat, relevan, lengkap dan mudah di akses. Variabel terikatnya (Y) tentang kepuasan pelanggan yang mencakup sangat tidak puas, tidak puas, kurang puas, puas, dan sangat puas. Terakhir adalah variabel kontrol (Z) yang terdiri dari sesuai, jelas, manfaat dan tersedia. Dengan adanya layanan informasi, maka kita akan mengetahui bagaimana tingkat kepuasan penumpang BRT Mamminasata terhadap pelayanan yang diberikan oleh Perum Damri kota Makassar. Dimana kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya, jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara pelayanan yang dirasakan dengan harapan. Apabila layanan informasi dibawah harapan maka penumpang BRT Mamminasata akan kecewa atau merasa tidak puas, dan bila layanan informasinya sesuai dengan harapan, maka penumpang BRT Mamminasata akan semakin puas. Adapun variabel-variabel layanan Informasi tersebut:

1. Akurat, variabel kontrolnya Sesuai.
2. Lengkap, variabel kontrolnya Jelas.
3. Relevan, variabel kontrolnya manfaat.
4. Mudah di akses, variabel kontrolnya Tersedia.

Pelayanan Publik

Pelayanan publik oleh Lembaga Administrasi Negara (1998) diartikan sebagai “segala bentuk kegiatan pelayanan umum yang dilaksanakan oleh instansi pemerintahan di Pusat, di Daerah, dan di lingkungan Badan Usaha Milik Negara/Daerah (BUMN/D) dalam bentuk barang dan jasa, baik dalam rangka usaha pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan”. Dengan demikian, pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian pelayanan (melayani) kebutuhan orang atau masyarakat yang memiliki kepentingan terhadap suatu organisasi sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Pelayanan publik dapat pula diartikan sebagai suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang/kelompok orang atau institusi tertentu untuk memberikan kemudahan dan bantuan kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan tertentu.

ada 10 (sepuluh) dimensi yang harus diperhatikan dalam melihat tolok ukur kualitas pelayanan publik, yaitu sebagai berikut :

- a. *Tangible*, terdiri atas fasilitas fisik, peralatan, personil dan komunikasi;
- b. *Reliable*, terdiri dari kemampuan unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat;
- c. *Responsiveness*, kemauan untuk membantu konsumen bertanggung jawab terhadap kualitas pelayanan yang diberikan;
- d. *Competence*, tuntutan yang dimilikinya, pengetahuan dan ketrampilan yang baik

oleh aparatur dalam memberikan pelayanan;

e. *Courtesy*, sikap atau perilaku ramah, bersahabat, tanggap terhadap keinginan konsumen serta mau melakukan kontak atau hubungan pribadi;

f. *Credibility*, sikap jujur dalam setiap upaya untuk menarik kepercayaan masyarakat;

g. *Security*, jasa pelayanan yang diberikan harus bebas dari berbagai bahaya dan resiko;

h. *Access*, terdapat kemudahan untuk mengadakan kontak dan pendekatan;

i. *Communication*, kemauan pemberi pelayanan untuk mendengarkan suara, keingintahuan atau aspirasi pelanggan, sekaligus ketersediaan untuk selalu menyampaikan informasi baru kepada masyarakat;

j. *Understanding the customer*, melakukan segala usaha untuk mengetahui kebutuhan pelanggan.

Layanan Informasi

Seseorang akan mengalami masalah di kehidupannya karena tidak mengakses informasi. Definisi dari informasi adalah sebagai hasil pengolahan data dalam bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimannya. Menurut Raymond Mcleod informasi adalah data yang telah diolah menjadi bentuk yang memiliki arti bagi si penerima dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang. layanan informasi adalah layanan yang memberikan informasi yang dibutuhkan seseorang.

Layanan informasi yang berkualitas dapat mengurangi kesalahan dalam berkomunikasi dan ketidakpastian, ciri – ciri informasi yang berkualitas menurut Raymond Mc.Leod adalah :

1. Akurat, informasi harus sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dan informasi itu harus terbebas dari kesalahan-kesalahan.
2. Tepat Waktu, informasi itu harus tersedia / ada pada saat informasi tersebut diperlukan dan tidak terhambat.
3. Relevan, informasi harus diberikan harus sesuai dengan yang dibutuhkan.
4. Lengkap, informasi harus diberikan secara lengkap karena bila informasi dihilangkan sebagian-sebagian akan mempengaruhi dalam mengambil keputusan.
5. Correctness, berarti informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan harus memiliki kebenaran.
6. Security, berarti informasi yang dihasilkan mempunyai manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya mendapatkannya dan sebagian besar informasi tidak dapat ditaksir keuntungannya dan dengan satuan nilai uang tetapi dapat ditaksir nilai efektivitasannya.

Nilai layanan informasi ditentukan dari dua hal, yaitu manfaat dan biaya mendapatkannya. Suatu layanan informasi dikatakan bernilai bila manfaatnya lebih efektif dibandingkan dengan biaya mendapatkannya. Pengukuran nilai layanan informasi biasanya dihubungkan dengan analisis cost effectiveness atau cost benefit.

Tingkat Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan (satisfaction) berasal dari bahasa latin “satis” yang artinya cukup baik atau memadai, jadi secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu lebih memadai. Dan bisa berarti juga Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya.

Apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan atau pengguna jasa akan kecewa, bila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan maka mereka akan puas sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan atau pengguna jasa maka pelanggan akan merasa sangat puas. Engel, et al (Tjiptono, 2006 :146) menyatakan bahwa kepuasan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang – kurangnya memberikan hasil (out come) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut pakar Philip Kotler (Tjiptono, 2006 ;146) menegaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

METODE

Waktu dan Lokasi

Waktu studi ini berlangsung selama dua bulan, yakni pada bulan Februari hingga Maret tahun 2016. Studi ini dilaksanakan di Perum Damri cabang Kota Makassar

sebagai pengelola BRT Mamminasata di Jl.Perintis Kemerdekaan Kota Makassar.

Tipe

Tipe Studi yang digunakan adalah mix methode (kualitatif - kuantitatif). Studi ini bertujuan untuk mengetahui bentuk layanan informasi yang diberikan Perum Damri cabang Kota Makassar ke pelanggan dan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa transportasi umum (BRT Mamminasata) di Kota Makassar terhadap layanan informasi yang diberikan. Melalui metode wawancara dan survey deskriptif yang mana bertujuan untuk melukiskan atau menggambarkan, memberikan informasi dan penjelasan tentang masalah yang diteliti berdasarkan observasi dan kuisisioner.

Populasi dan Sampel

Populasi studi ini adalah seluruh pelanggan atau penumpang yang pernah naik BRT Mamminasata selama dua bulan yang berjumlah 49.500 orang berdasarkan perhitungan 750 orang di hari kerja dan 1500 orang di hari libur, Kebanyakan penumpang adalah pelajar dan mahasiswa yang persentasenya sebesar 70% dari jumlah penumpang per hari yang datanya diperoleh dari Perum Damri cabang Kota Makassar sebagai pengelola BRT Mamminasata, oleh sebab itu maka penulis mengambil sampel berdasarkan pekerjaan yaitu pelajar dan mahasiswa.

Pada Penentuan sampel, studi ini menggunakan sampling berstrata atau cara pengambilan sampel berdasarkan pekerjaan yaitu pelajar dan mahasiswa. Adapun penentuan besaran sampel menggunakan tabel *Isaac dan Michael* (penentuan jumlah sampel dari populasi

tertentu dengan syarat kesalahan 1%, 5%, dan 10%), jadi jumlah sampel dengan tingkat kesalahan sebesar 10% adalah 120 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Data studi ini diperoleh dengan mengumpulkan data dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara dengan informan, observasi langsung dan pengumpulan kuesioner yang telah dijawab oleh responden. Instrument studi yaitu kuesioner yang sebelumnya dibagikan kepada responden dan diisi sesuai data yang sebenarnya. Setelah pengisian data tersebut, instrument studi dikumpul. Kuesioner dibuat dengan skala Linkert, menggunakan 5 alternatif pilihan, sebagai persepsi responden atas tingkat kepuasan mereka terhadap layanan informasi BRT Mamminasata. Lima alternatif jawaban yang disiapkan meliputi Sangat Tidak Puas nilainya 1 (satu), Tidak Puas nilainya 2 (dua), Kurang Puas nilainya 3 (tiga), Puas nilainya 4 (empat), dan Sangat Puas nilainya 5 (lima). Jenis data studi ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer terdiri dari wawancara dengan informan, observasi langsung dilapangan dan dari data instrument studi berupa kuesioner. Data sekunder berupa referensi dari buku, Koran, dan lain-lain yang berkaitan dengan studi ini.

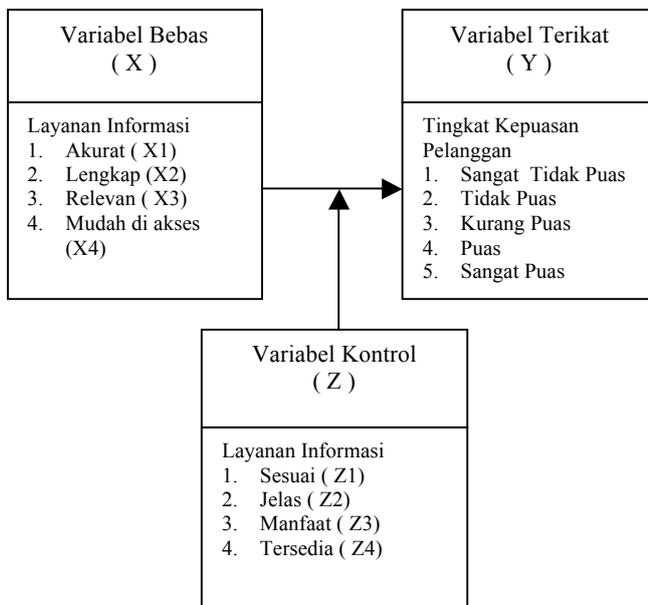
Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari kuesioner yang telah terkumpul akan di analisis secara statistik dengan menggunakan table distribusi dan tabel silang yang kemudian dijabarkan secara deskriptif. Studi ini memanfaatkan *software* SPSS dalam pengolahan data dan untuk menjawab

rumusan masalah yang dikemukakan penulis.

Dari penjelasan di atas, maka penulis menggambarkan variabel studi sebagai berikut :

Variabel Studi



a. Definisi Operasional

Berikut adalah batasan definisi operasional sebagai berikut :

1. Tingkat Kepuasan adalah pernyataan pengguna jasa yang menunjukkan antara kualitas pelayanan yang diterima dengan harapan mereka, indikator tingkat kepuasan berupa sangat tidak puas, tidak puas, kurang puas, puas, dan sangat puas.
2. Layanan Infomasi adalah rangkaian kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam bentuk memberitahukan atau memberikan pemahaman kepada pelanggan tentang BRT Mamminasata tersebut.

3. Variabel Kontrol adalah alat/ukuran yang digunakan untuk mengontrol pelayanan informasi dengan tingkat kepuasan pelanggan BRT Mamminasata.
4. Akurat adalah suatu keadaan informasi mencerminkan keadaan yang sebenarnya dan terbebas dari kesalahan, yaitu informasi yang sesuai.
5. Lengkap adalah suatu keadaan informasi yang memenuhi aspek yang dibutuhkan dan memperjelas, yaitu informasi yang jelas.
6. Relevan adalah suatu keadaan informasi yang baik sesuai dengan yang dibutuhkan dan mempunyai manfaat bagi yang menerima, yaitu informasi yang memiliki manfaat.
7. Mudah di akses adalah suatu keadaan informasi yang mudah dipahami dan diperoleh, yaitu informasi yang tersedia.

HASIL

Hasil studi pada Perum Damri cabang Kota Makassar sebagai pengelola bus BRT Mamminasata mengenai bentuk-bentuk layanan informasi di Kantor Perum Damri cabang Kota Makassar, bus BRT Mamminasata Kota Makassar, dan Halte BRT Mamminasata di Kota Makassar kepada pelanggan pelajar dan mahasiswa di Kota Makassar dengan mewawancarai beberapa informan telah mendapatkan hasil.

Layanan Informasi yang diberikan oleh Perum Damri cabang Kota Makassar sebagai pengelola BRT Mamminasata

kepada pelanggan kalangan pelajar dan mahasiswa di Kota Makassar

Bentuk-bentuk layanan informasi BRT Mamminasata Kota Makassar pada Kantor Perum Damri cabang Kota Makassar, bus BRT Mamminasata, dan halte BRT Mamminasata di Kota Makassar adalah :

a. Informasi secara verbal atau lisan dan tulisan yang menjadi tanggung jawab semua pegawai Perum Damri cabang Kota Makassar.

b. Informasi secara non verbal atau dalam bentuk gambar yang ditempelkan di Kantor Perum Damri cabang Kota Makassar, dalam bus BRT Mamminasata, dan halte BRT Mamminasata di Kota Makassar, seperti :

- Tarif/biaya tiket bus BRT Mamminasata
- Trayek bus BRT Mamminasata
- Informasi nomor telepon penting dan sms pengaduan BRT Mamminasata
- Informasi tentang fasilitas keamanan bus BRT mamminasata
- Dan informasi tentang nama-nama halte BRT Mamminasata

Studi ini menunjukkan bahwa teori S-O-R yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley akan menghasilkan suatu respon yang dimana terbukti pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap stimulus yang diberikan oleh Perum Damri cabang Kota Makassar dengan layanan informasi. Ciri-ciri layanan informasi berkualitas yang dikemukakan oleh Raymond Mc.Leod (Akurat, Lengkap, Relevan, dan Mudah di akses) yang telah dilaksanakan atau dilakukan di Perum Damri cabang Kota Makassar yang dimana telah menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan atau pengguna jasa.

Identitas Responden

Tabel 1.1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

N = 120

Jenis Kelamin	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Laki-Laki	32	26
Perempuan	88	73
Total	120	100

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2016

Berdasarkan klasifikasi jenis kelamin responden terbanyak adalah perempuan sebanyak 88 orang (73%), disusul responden laki-laki sebanyak 32 orang (26%), dari total responden sebanyak 120 orang. Dapat dilihat pada tabel 4.1 di atas.

Tabel 1.2. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

N = 120

Pekerjaan	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Pelajar	15	12,5
Mahasiswa	105	87,5
Total	120	100

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2016

Berdasarkan klasifikasi pekerjaan responden terbanyak adalah Mahasiswa sebanyak 105 orang (87,5%), disusul responden Pelajar sebanyak 15 orang (12,5%).

Berdasarkan klasifikasi tingkat pendidikan terakhir, menunjukkan bahwa responden terbanyak di kategori pendidikan terakhir adalah yang tamatan SMA sebanyak 74 orang (61,7 %) dibanding lainnya menyusul sarjana S1 sebanyak 29 orang (24,2 %), SMP sekitar 15 orang (12,5 %) sedang yang terkecil adalah tamatan S2/S3 sebanyak 2 orang (1,7 %), dari jumlah responden sebanyak 120 orang. Data dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah.

Tabel 1.3. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

N = 120

Pendidikan Terakhir	Frekuensi (F)	Persentase (%)
SD	0	0
SMP	15	12,5
SMA	74	61,7
S1	29	24,2
S2/S3	2	1,7
Total	120	100

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2016

Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Layanan informasi BRT Mamminasata di kalangan pelajar dan mahasiswa di Kota Makassar

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang telah terkumpul dan telah dianalisis secara statistik maka diperoleh tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan informasi BRT Mamminasata di kalangan Pelajar dan Mahasiswa di Kota Makassar adalah cukup/kurang memuaskan.

Tabel 1.4. Distribusi Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kepuasan (Y)
N = 120

Tingkat Kepuasan	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Sangat Tidak Puas	4	4
Tidak Puas	16	13
Kurang Puas	35	29
Puas	59	49
Sangat Puas	6	5
Total	120	100

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2016

Data pada tabel 1.4 di atas menunjukkan tingkat kepuasan terbesar dari pelanggan adalah puas mencapai jumlah 59 orang (49%), kemudian kurang puas sebanyak 35 orang (29%), dan tidak puas sebanyak 16 orang (13%), kemudian sangat puas sebanyak 6 orang (5%), dan sangat tidak puas sebanyak 4 orang (4%) dari total 120 orang (100%) responden/pelanggan.

Sesuai dengan hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa pada hubungan antara variabel X1, X2, X3, dan X4 terhadap Y adalah pada hubungan yang bersifat asimetris, dimana variabel X1, X2, X3, X4 berperan sebagai variabel berpengaruh (independen), variabel Z1, Z2, Z3, Z4 berperan sebagai variabel kontrol dan variabel Y berperan sebagai variabel dipengaruhi (dependen).

Variabel X1 Akurat terdiri dari variabel kontrolnya yaitu Z1 Sesuai. Yang datanya di ambil dari tiga tempat, yaitu di Kantor Perum Damri cabang Kota Makassar, Bus BRT Mamminasata Kota Makassar, dan Halte BRT Mamminasata Kota Makassar.

Variabel X2 Lengkap terdiri dari variabel kontrolnya yaitu Z2 Jelas. Yang datanya di ambil dari tiga tempat, yaitu di Kantor Perum Damri cabang Kota Makassar, Bus BRT Mamminasata Kota Makassar, dan Halte BRT Mamminasata Kota Makassar.

Variabel X3 Relevan terdiri dari variabel kontrolnya yaitu Z3 Manfaat. Yang datanya di ambil dari tiga tempat, yaitu di Kantor Perum Damri cabang Kota Makassar, Bus BRT Mamminasata Kota Makassar, dan Halte BRT Mamminasata Kota Makassar.

Variabel X4 Mudah di akses terdiri dari variabel kontrolnya yaitu Z4 tersedia. Yang datanya di ambil dari tiga tempat, yaitu di Kantor Perum Damri cabang Kota Makassar, Bus BRT Mamminasata Kota Makassar, dan Halte BRT Mamminasata Kota Makassar.

Kesemua variabel diatas diukur berdasarkan studi subyektif dari sikap responden, sehingga dapat dikemukakan bahwa keseluruhan variabel berkaitan dengan norma subyektif responden.

1. Akurat (X1)

Untuk mengetahui variabel Akurat (X1) mempunyai hubungan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Y) BRT Mamminasata di Kota Makassar yang di kontrol oleh variabel sesuai (Z1), dilakukan pengukuran dan skor, kemudian setiap variabel diberikan kategori, yakni sangat tidak puas, tidak puas, kurang puas, puas, dan sangat puas. Atas dasar kategori tersebut kemudian disusun dalam tabulasi silang dengan melibatkan tiga variabel studi.

Berdasarkan data hasil elaborasi layanan informasi yang akurat menunjukkan bahwa kecenderungan angka berada pada kolom tinggi yaitu pada tingkat hubungan yang tinggi/kuat dengan tingkat kepuasan pelanggan. Ini dapat diartikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat searah dengan layanan informasi yang akurat hanya sampai pada tingkat kualitas tinggi/kuat (puas). Data tentang hubungan antara variabel layanan informasi yang akurat dan tingkat kepuasan pelanggan BRT Mamminasata di Kota Makassar tabel 4.27 dibawah.

Tabel 1.5 Hubungan Antara Akurat dengan Tingkat Kepuasan

Tingkat Kepuasan	Akurat					Jumlah
	Sangat tidak puas	Tidak	Kurang	Puas	Sangat puas	
Sangat tidak puas	0 (0%)	0 (0%)	2 (6%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (2%)
Kurang puas	0 (0%)	0 (0%)	2 (6%)	10 (16%)	2 (18%)	14 (12%)
Tidak	1 (100%)	2 (20%)	6 (18%)	24 (38%)	5 (46%)	38 (32%)
Puas	0 (0%)	7 (70%)	20 (58%)	26 (40%)	4 (36%)	57 (47%)
Sangat	0 (0%)	1 (10%)	4 (12%)	4 (6%)	0 (0%)	9 (7%)
Total	1 (100%)	10 (100%)	34 (100%)	64 (100%)	11 (100%)	120 (100%)

N = 120

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2016

2. Lengkap (X2)

Untuk mengetahui variabel Akurat (X2) mempunyai hubungan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Y) BRT Mamminasata di Kota Makassar yang dikontrol variabel Jelas (Z2), dilakukan pengukuran dan skor, kemudian setiap variabel diberikan kategori, yakni sangat tidak puas, tidak puas, kurang puas, puas, dan sangat puas. Atas dasar kategori tersebut kemudian disusun dalam tabulasi silang dengan melibatkan tiga variabel studi.

Tabel 1.6. Hubungan Antara Lengkap dengan Tingkat Kepuasan

N = 120

Tingkat Kepuasan	Lengkap					Jumlah
	Sangat tidak puas	Tidak puas	Kurang puas	Puas	Sangat puas	
Sangat tidak puas	4 (100%)	1 (6%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5 (4%)
Kurang puas	0 (0%)	15 (94%)	6 (17%)	0 (0%)	0 (0%)	21 (18%)
Tidak puas	0 (100%)	0 (0%)	29 (83%)	2 (3%)	0 (0%)	31 (26%)
Puas	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	57 (97%)	1 (17%)	58 (48%)
Sangat puas	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5 (83%)	5 (4%)
Total	4 (100%)	16 (100%)	35 (100%)	59 (100%)	6 (100%)	120 (100%)

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2016

Berdasarkan data hasil elaborasi layanan informasi yang lengkap menunjukkan bahwa kecenderungan angka berada pada kolom bawah yaitu pada tingkat hubungan yang rendah sekali/lemah dengan tingkat kepuasan pelanggan. Ini dapat diartikan bahwa tingkat hubungan yang rendah sekali/lemah dengan tingkat kepuasan pelanggan. Ini dapat diartikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat searah dengan layanan informasi yang lengkap sampai pada tingkat kualitas tinggi/kuat (puas). Data tentang hubungan antara variabel layanan

informasi yang akurat dan tingkat kepuasan pelanggan BRT Mamminasata di Kota Makassar tabel 1.6 di atas.

3.Relevan (X3)

Untuk mengetahui variabel Relevan (X3) mempunyai hubungan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Y) BRT Mamminasata di Kota Makassar yang di kontrol oleh variabel manfaat (Z3), dilakukan pengukuran dan skor, kemudian setiap variabel diberikan kategori, yakni sangat tidak puas, tidak puas, kurang puas, puas, dan sangat puas. Atas dasar kategori tersebut kemudian disusun dalam tabulasi silang dengan melibatkan tiga variabel studi.

Tingkat Kepuasan	Relevan					Jumlah
	Sangat tidak puas	Tidak puas	Kurang puas	Puas	Sangat puas	
Sangat tidak puas	1 (25%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)
Kurang puas	3 (75%)	16 (100%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	19 (16%)
Tidak puas	0 (0%)	0 (0%)	28 (80%)	0 (0%)	0 (0%)	28 (23%)
Puas	0 (0%)	0 (0%)	7 (20%)	57 (97%)	0 (0%)	64 (53%)
Sangat puas	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (3%)	6 (100%)	8 (7%)
Total	4 (100%)	16 (100%)	35 (100%)	59 (100%)	6 (100%)	120 (100%)

Tabel 1.7. Hubungan Antara Relevan dengan Tingkat Kepuasan
N = 120

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2016

Berdasarkan data hasil elaborasi layanan informasi yang relevan menunjukkan bahwa kecenderungan angka berada pada kolom bawah yaitu pada tingkat hubungan yang tinggi/kuat dengan tingkat kepuasan pelanggan. Ini dapat diartikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat searah dengan layanan informasi yang relevan sampai pada tingkat kualitas tinggi/kuat (puas).

Data tentang hubungan antara variabel layanan informasi yang relevan dan tingkat kepuasan pelanggan BRT Mamminasata di Kota Makassar tabel 4.29 diatas ini.

4.Mudah di akses (X4)

Untuk mengetahui variabel Mudah di akses (X4) mempunyai hubungan terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Y) BRT Mamminasata di Kota Makassar yang di kontrol oleh variabel tersedia (Z4), dilakukan pengukuran dan skor, kemudian setiap variabel diberikan kategori, yakni sangat tidak puas, tidak puas, kurang puas, puas, dan sangat puas. Atas dasar kategori tersebut kemudian disusun dalam tabulasi silang dengan melibatkan tiga variabel studi.

Tingkat Kepuasan	Mudah di akses					Jumlah
	Sangat tidak puas	Tidak puas	Kurang puas	Puas	Sangat puas	
Sangat tidak puas	4 (100%)	3 (19%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	7 (6%)
Kurang puas	0 (0%)	11 (69%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	11 (9%)
Tidak puas	0 (0%)	2 (12%)	35 (100%)	6 (10%)	0 (0%)	43 (36%)
Puas	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	53 (90%)	5 (90%)	58 (48%)
Sangat puas	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (10%)	1 (1%)
Total	4 (100%)	16 (100%)	35 (100%)	59 (100%)	6 (100%)	120 (100%)

Tabel 1.8. Hubungan Antara Mudah di Akses dengan Tingkat Kepuasan
N = 120

Sumber : Data Primer diolah dari kuesioner, 2016

Berdasarkan data hasil elaborasi layanan informasi yang mudah di akses menunjukkan bahwa kecenderungan angka berada pada kolom bawah yaitu pada tingkat hubungan yang tinggi/kuat dengan tingkat kepuasan pelanggan. Ini dapat diartikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat searah dengan layanan informasi yang mudah di akses sampai pada tingkat kualitas tinggi/kuat (puas). Data tentang hubungan antara variabel layanan informasi yang mudah di

akses dan tingkat kepuasan pelanggan BRT Mamminasata di Kota Makassar dapat dilihat pada tabel 1.8. di atas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan penulis, dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Bentuk Layanan informasi yang diberikan Perum Damri cabang Kota Makassar adalah sebagai berikut :

a. Layanan informasi secara verbal atau lisan dan tulisan yang menjadi tanggung jawab semua pegawai Perum Damri cabang Kota Makassar.

b. Layanan informasi secara non verbal atau dalam bentuk gambar yang ditempelkan di Kantor Perum Damri cabang Kota Makassar, dalam bus BRT Mamminasata, dan halte BRT Mamminasata di Kota Makassar, seperti :

- Tarif/biaya tiket bus BRT Mamminasata
- Trayek bus BRT Mamminasata
- Informasi nomor telepon penting dan sms pengaduan BRT Mamminasata
- Informasi tentang fasilitas keamanan bus BRT mamminasata
- Dan informasi tentang nama-nama halte BRT Mamminasata

2. Tingkat kepuasan pelanggan BRT Mamminasata terhadap layanan informasi yang diberikan Perum Damri cabang Kota Makassar yakni cukup/kurang memuaskan. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan membuat layanan informasi itu dengan

akurat, lengkap, relevan dan mudah di akses.

Untuk memberikan pelayanan komunikasi yang optimal, Perum Damri cabang Kota Makassar memerlukan skill atau keahlian untuk menyampaikan dan berkomunikasi dengan baik, sehingga pesan berupa layanan informasi tersebut yang diberikan kepada pelanggan dapat diterima dengan baik , jelas dan efektif.

DAFTAR RUJUKAN

Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers

Dewi, Sutrisna. 2007. *Komunikasi Bisnis Edisi 1*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Faisal, Sanapiah. 2010. *Format-Format Studi Sosial*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada

Jefkins, Frank. 2004. *Public Relation Edisi Kelima*. Jakarta : Erlangga

Kirom, Bahrul. 2015. *Mengukur Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen*. Bandung: PRC

Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana

Kotler, Philip. 2007. *Pemasaran di Sektor Publik*. Jakarta : INDEKS

Singarimbun, Masri.1989. *Metode Studi Survei*. Jakarta : LP3ES

Sugiyono.2014.*Metode Studi Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.Bandung: ALFABETA

Sugiyono. 2013. *Metode Studi Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta

Davis, Gordon B.1987.*Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta : PT Pustaka Binaman Pressindo

Supranto, J.2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa pasar*. Jakarta : PT. RINEKA CIPTA.

Tjiptono, Fandy. 2005.*Service, Quality, & Satisfication*. Yogyakarta : ANDI.

Umar, husein. 2010. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: JBRC

Trihendradi. 2013. *IBM SPSS 21 : Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: ANDI.