

## ABSTRAK

Jasa transportasi kini menjadi hal yang penting bagi setiap manusia karena berbagai jenis aktivitas setiap manusia yang terus berkembang. Oleh karena itu persaingan usaha jasa transportasi pun semakin tinggi, perusahaan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu menarik perhatian, dan menciptakan tingkat kepuasan konsumen sehingga terbentuk sebuah atmosfer (suasana) lingkungan fisik (*servicescape*). Cipaganti Travel merupakan perusahaan jasa transportasi yang telah dikenal oleh masyarakat luas dan merupakan satu-satunya cabang Cipaganti yang berlokasi di daerah Jatiwaringin, Jakarta Timur. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat kepuasan konsumen yaitu kinerja dan harapan konsumen pada dimensi *servicescape* yaitu *ambient conditions, spatial layout and functionality* dan *signs, symbols and artifacts*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja pelayanan, harapan dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap *servicescape* yang diberikan oleh Cipaganti, dan untuk mengetahui aspek-aspek apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan *servicescape* Cipaganti.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 100 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik sampling yaitu *accidental sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitas pelayanan, indeks kepuasan pelanggan dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa kinerja pelayanan berdasarkan persepsi pelanggan dianggap baik dengan persentase sebesar 71,1% dan harapan pelanggan dianggap penting dengan persentase sebesar 80,48%. Analisis penelitian ini menunjukkan pelanggan berada dalam kategori tidak puas dengan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,87. Hasil *Importance Performance Analysis (IPA)* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua atribut yang harus diperbaiki oleh pihak manajemen perusahaan yaitu (1) Cipaganti Travel memiliki lokasi yang strategis, dan (2) Adanya petunjuk toilet.

**Kata Kunci:** *Servicescape, Transportasi, Kepuasan Pelanggan, Importance Performance Analysis*

## ABSTRACT

Transportation services has become essential for every human being because of various kinds of activity that continues to grow every human being. Because of the rivalry in transportation service going higher, the companies have to design and implement a marketing strategy that is able to attract attention, and have a duties to creating a level of customer satisfaction and form an atmosphere physical environment in a good way of course. Cipaganti Travel already known and recognized by public, and the only branch in east Jakarta is located at jatiwaringin. The research was carried out by using method level of customers satisfaction, consumer expectations that servicescape include ambient conditions, spatial layout and functionality and signs, symbols and artifacts become better than it should be.

The purpose of this study is to investigate performance of The services, expectations and level of customer satisfaction on Cipaganti Servicescape, other than that this study made to knowing in what servicescape cipaganti need to be improven.

This research is using a quantitative study with descriptive research method, by spreading questionnaires to a sample of 100 respondents who used Trasnpotation service, to review the sample of 100 respondents this research using an accidental sampling. The Data of analysis in this study using material service quality, customer satisfaction index and Importance Performance Analysis (IPA).

The result of this study is split into couple things, first is based on customer perception of service performance is considered good with a percentage of 71.1%, second that customer expectations is important with a percentage of 80.48%. but the analysis of this study showed the customers are in a category are not satisfied with percentage 0.87. Results Importance Performance Analysis (IPA) in this study suggests that there are two attributes must be fixed by management, which is (1) Cipaganti Travel has a strategic location, and (2) presence of toilet clue.

**Keywords: Servicescape, Transportation, Customer's Satisfaction, Importance Performance Analysis**