

KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA JASA TRANSPORTASI TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG PADA PT. AYU TRANSPORT SUNGAI PENUH

Indra Budaya

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci

email: indra.budaya77@gmail.com

ABSTRACT

Purpose: To find out whether the *Quality of Service and the Price of Transportation Services on Passenger Satisfaction at PT. Ayu Transport Sungai Penuh.*

Design/methodology/approach: This research is a causality descriptive study which belongs to quantitative research. The population of this study includes consumers, namely the passengers from PT. Ayu Transport Sungai Penuh whose number is unknown. The sampling method used accidental sampling technique. While the data analysis tool is using multiple linear regression.

Findings: The results of this study reveal that either partially or simultaneously Service Quality and Price have an influence on service user satisfaction.

Research implications: The results of this study are able to provide an overview for transportation service entrepreneurs to always pay attention to the quality of service and prices offered to create customer satisfaction.

Keywords: Satisfaction; Service Quality; Price

E-Journal Al-Dzahab
Vol. 3, No.1
Maret 2022
Hal. 32-49

p-ISSN: 2808-7631
e-ISSN: 2808-7585

ABSTRAK

Tujuan Penelitian: Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan dan Harga Jasa Transportasi terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT. Ayu Transport Sungai Penuh.

Desain/Methodologi/Pendekatan Penelitian: Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kausalitas yang tergolong kepada penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini mencakup konsumen yaitu para penumpang dari PT. Ayu Transport Sungai Penuh yang jumlahnya tidak diketahui. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Sedangkan alat analisis data yaitu menggunakan regresi linear berganda.

Hasil Penelitian: Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa baik secara parsial maupun simultan Kualitas Pelayanan dan Harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa.

Implikasi Hasil Penelitian: Adapun hasil penelitian ini mampu memberikan gambaran kepada pengusaha jasa angkutan untuk selalu memperhatikan kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan untuk menciptakan kepuasan pelanggan..

Kata Kunci: Kepuasan; Kualitas Pelayanan; Harga

PENDAHULUAN

Bus AKAP merupakan bus yang melayani berbagai macam trayek antar kota antar provinsi seperti PO. Bunga lorenza, PO. Kerinci wisata, PO. Anak gunung, PO.ratu kerinci, PT. Safa marwa, PT. Ayu transport, PO. Panca . Dengan adanya berbagai macam varian bus yang ada konsumen dihadapkan oleh berbagai macam pilihan untuk memilih yang cocok guna mencapai tujuan. Setiap perusahaan pasti memiliki cara agar bisa menarik konsumen untuk menggunakan jasa rute otobus tersebut di antaranya menjaga kualitas dari fasilitas yang ditawarkan, merenovasi armada bus sehingga terlihat baru, memberikan kemudahan dalam memperoleh tiket melalui agen tiket di pedesaan serta menetapkan tarif yang murah supaya terjangkau oleh semua konsumen. Untuk bisa menjamin kualitas pelayanan yang baik maka perlu diperhatikan seperti keramah tamahan para karyawan, sopir dan kernet bus dalam melayani para penumpang sehingga konsumen bisa merasakan kepuasan dan merasa nyaman dalam menggunakan jasa dari Perusahaan Otobus tersebut. Apabila PO tersebut berhasil membangun kepuasan konsumen, maka konsumen akan loyalitas terhadap perusahaan.

Tjiptono (2014) menyatakan bahwa "Kepuasan Pelanggan adalah suatu keadaan yang muncul dari perasaan untuk mengevaluasi suatu produk atau pengalaman layanan". Adapun indikator pembentuk kepuasan konsumen yaitu: kesesuaian harapan, melakukan pemakaian ulang dan kesediaan merekomendasi.

kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Harapan konsumen akan semakin berkembang seiring dengan banyaknya informasi yang didapatkan pascakonsumsi. Kristianto (2011) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk.

Disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah penilaian konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan didasarkan pada adanya 14 perbedaan sekumpulan atribut yang terdapat dalam suatu produk atau jasa yang ideal dengan apa yang ada secara sebenarnya dalam produk atau jasa tersebut. Jika sesuatu yang ideal

menurut konsumen sama dengan apa yang bersangkutan akan mendapatkan kepuasan. Jika terdapat perbedaan antara yang ideal dengan yang sebenarnya, maka konsumen akan merasa tidak puas. Semakin besar perbedaan maka semakin tidak puas bagi konsumen yang bersangkutan.

Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Kualitas layanan bertujuan dalam memberikan apa yang dibutuhkan oleh pelangganserta ketepatan pengiriman mereka untuk menyeimbangkan keinginan pelanggan”, (Tjiptono, 2014). Adapun indikator yang digunakan pada kualitas pelayanan yaitu: Bukti Fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan dan Empati.

Kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi sehingga konsumen merasa puas. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan. faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari segi visual (berhubungan dengan lingkungan fisik). *Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek *tangible* ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi. Pada suatu bentuk kualitas pelayanan yang diperhatikan perusahaan, maka terdapat suatu dimensi yang disebut dengan tangibles atau bukti langsung. Bukti langsung disini dapat diartikan sebagai bagaimana kemampuan perusahaan atau produsen dalam menunjukkan eksistensi atau kemampuannya ketika

Berhadapan langsung dengan konsumen. *Tangible* disini tidak dapat diraba atau dilihat oleh konsumen secara langsung, akan tetapi dapat dirasakan dampaknya secara langsung dari hal-hal yang telah dilakukan perusahaan tersebut. Dapat ditarik kesimpulan bahwa tangible atau bukti langsung menurut Zoeldhan (2012) yaitu berupa bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, performance pemberi pelayanan yang

sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat.

Menurut Priansa (2017) lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah Harapan (*expectations*) Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas. PT. Ayu transport menjaga konsistensi tarifnya sehingga tarifnya supaya tetap, lagi ketika bahan bakar naik maka tarif yang konsisten tersebut bisa naik tergantung pada kenaikan bahan bakar.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kausalitas yang tergolong kepada penelitian kuantitatif. Penelitian kausalitas adalah penelitian yang dilakukan untuk memaparkan pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya, yaitu menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen (Penumpang).

Pada penelitian ini yang dijadikan objek penelitian adalah PT. Ayu Transport Sungai Penuh. Adapun yang akan dibahas terbatas hanya pada seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Penumpang). Sebagai variabel independen pada penelitian ini adalah yang diberi lambang Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2). Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Penumpang) yang diberi lambang (Y). Jadwal penelitian ini dilaksanakan dari Bulan Juni sampai dengan Bulan Agustus 2021.

Populasi dan Sampel

Menurut Arikunto (2013) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi yang dimaksud populasi adalah individu yang memiliki sifat yang sama walaupun prosentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan sebagai obyek penelitian. Populasi dari penelitian ini mencakup konsumen

yaitu para penumpang dari PT Ayu Transport Sungai Penuh yang jumlahnya tidak diketahui. Sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, yang merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Metode pengambilan sampelnya menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut Arikunto (2013) yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel. Maksudnya adalah siapa saja yang kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut sesuai kriteria dan cocok untuk dijadikan sumber data. Sampel yang digunakan berpedoman kepada pendapat Sekaran (2006) dimana jika jumlah populasi tidak diketahui maka sampel minimal yang digunakan adalah $n = 20 \times$ jumlah variabel penelitian sehingga menjadi $n = 20 \times 3 = 60$. Jadi sampel minimal adalah sebanyak 60 responden.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dan indikator dari dua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan Harga serta satu variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Penumpang) adalah :

1. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan yang muncul dari perasaan konsumen/penumpang PT Ayu Transport Sungai Penuh untuk mengevaluasi layanan yang didapatkan selama menggunakan jasa di PT Ayu Transport Sungai Penuh. Dengan indikator yang digunakan dari pendapat Tjiptono (2014:355), yaitu :

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan

2. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas Pelayanan merupakan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen/penumpang PT Ayu Transport Sungai Penuh serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen/penumpang PT Ayu

Transport Sungai Penuh. Dengan indikator yang digunakan dari pendapat Tjiptono (2015:140), dengan indikator dari kualitas pelayanan, yaitu : 1) Keandalan (*reliability*)

- 2) Daya tanggap (*responsiveness*)
- 3) Jaminan dan kepastian (*assurance*)
- 4) Empati (*empathy*)
- 5) Berwujud (*tangibles*)

3. Harga (X2)

Harga merupakan Sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen/penumpang PT Ayu Transport Sungai Penuh sebagai alat ganti atau tukar untuk mendapatkan sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari PT Ayu Transport Sungai Penuh yang akan didapat oleh konsumen. Dengan indikator yang digunakan dari pendapat Kotler dan Amstrong (2012:208), yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga.
- 2) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.
- 3) Kesesuaian harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas mengukur sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus koefisien korelasi Arikunto (2013:113), dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum y)(\sum x)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

x = Variabel Bebas

y = Variabel Terikat

Kriteria pengujian uji validitas Menurut Arikunto (2013:114) dengan cara :

1. Apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka kuesioner tersebut valid.
2. Apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner tersebut tidak valid.

Dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah 5 % (0,05), dan jumlah responden yang mengisi kuesioner untuk uji validitas adalah 30 orang, maka didapat r_{tabel} adalah $df = n - 2$ ($30 - 2 = 28$), sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,361$.

Pada tabel di bawah bisa dilihat hasil dari uji validitas variabel Kepuasan Konsumen :

Tabel 1.
Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Hasil
1	Kepuasan Konsumen 1	0,862	0,361	Valid
2	Kepuasan Konsumen 2	0,750	0,361	Valid
3	Kepuasan Konsumen 3	0,692	0,361	Valid
4	Kepuasan Konsumen 4	0,690	0,361	Valid
5	Kepuasan Konsumen 5	0,637	0,361	Valid
6	Kepuasan Konsumen 6	0,904	0,361	Valid
7	Kepuasan Konsumen 7	0,682	0,361	Valid
8	Kepuasan Konsumen 8	0,602	0,361	Valid
9	Kepuasan Konsumen 9	0,406	0,361	Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa perbandingan dari nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing pertanyaan pada variabel Kepuasan Konsumen adalah valid. Sedangkan untuk melihat hasil dari uji validitas variabel Kualitas Pelayanan adalah :

Tabel 2.
Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel
1	Kualitas Pelayanan 1	0,687	0,361
2	Kualitas Pelayanan 2	0,570	0,361
3	Kualitas Pelayanan 3	0,712	0,361
4	Kualitas Pelayanan 4	0,647	0,361
5	Kualitas Pelayanan 5	0,733	0,361

6	Kualitas Pelayanan 6	0,782	0,361
7	Kualitas Pelayanan 7	0,779	0,361
8	Kualitas Pelayanan 8	0,824	0,361
9	Kualitas Pelayanan 9	0,846	0,361
10	Kualitas Pelayanan 10	0,787	0,361
11	Kualitas Pelayanan 11	0,667	0,361
12	Kualitas Pelayanan 12	0,842	0,361
13	Kualitas Pelayanan 13	0,528	0,361
14	Kualitas Pelayanan 14	0,741	0,361
15	Kualitas Pelayanan 15	0,662	0,361

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa perbandingan dari nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan adalah valid. Sedangkan untuk melihat hasil dari uji validitas variabel Harga adalah :

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel
1	Harga 1	0,465	0,361
2	Harga 2	0,433	0,361
3	Harga 3	0,524	0,361
4	Harga 4	0,529	0,361
5	Harga 5	0,422	0,361
6	Harga 6	0,453	0,361
7	Harga 7	0,499	0,361
8	Harga 8	0,660	0,361
9	Harga 9	0,650	0,361
10	Harga 10	0,605	0,361
11	Harga 11	0,717	0,361
12	Harga 12	0,624	0,361

13	Harga 13	0,465	0,361
14	Harga 14	0,433	0,361
15	Harga 15	0,524	0,361

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3 dapat dijelaskan bahwa perbandingan dari nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing pertanyaan pada variabel Harga adalah valid.

Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2013:115), Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur sesuatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan menggunakan rumus dari Arikunto (2013) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas

k = Banyaknya item

$\sum Si^2$ = Jumlah varian setiap item

Pada penelitian ini, uji reliabilitas alat ukur yang akan digunakan adalah dengan menggunakan *cronbach alpha*. Kriteria pengujian uji reliabilitas menurut Arikunto (2013:115) adalah :

1. Apabila nilai koefisien Alpha adalah \geq taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut *reliable*.
2. Apabila hasil koefisien Alpha adalah $<$ taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak *reliable*.

Pada tabel 4 di bawah ini bisa dilihat hasil dari Uji reliabilitas :

Tabel 4.
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach alpha</i> hitung
1	Kepuasan Konsumen	0,915
2	Kualitas Pelayanan	0,938
3	Harga	0,802

Sumber: Data diolah, 2021

Dari hasil pengujian reliabilitas, ternyata koefisien alphasnya lebih besar dari 0,60. Dengan demikian semua item variabel yang ada di dalam kuesioner dinyatakan reliabel.

Alat Analisis

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh fungsi atau pengaruh kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Dalam penelitian ini teknik analisa data yang digunakan menggunakan SPSS versi 22.00. Model persamaan untuk analisa regresi berganda (Sugiyono, 2013:214) adalah :

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

Dimana:

Y : Kepuasan Konsumen

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Harga

b1 : Koefisien regresi Kualitas Pelayanan

b2 : Koefisien regresi Harga

a : Konstanta

e : *error*

Uji Hipotesis

1 Uji t (Parsial)

Untuk menguji pengaruh secara parsial digunakan uji t, adalah bagian uji statistik yang merupakan uji koefisien korelasi parsial yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana salah satu variabel independennya tetap/dikendalikan. Sugiyono (2013) merumuskan uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{bi}{s/\sqrt{n}}$$

Keterangan :

bi = koefisien regresi

s = standar deviasi sampel

n = jumlah sampel

Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ dan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Penumpang) PT Ayu Transport Sungai Penuh.

2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara parsial antara Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Penumpang) PT Ayu Transport Sungai Penuh.

Uji F (Simultan)

Untuk menguji pengaruh secara simultan digunakan uji F, dengan mencari terlebih dahulu F_{hitung} kemudian dibandingkan dengan F_{Tabel} . Sugiyono (2013) merumuskan uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / n - k}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. $F_{hitung} < F_{tabel}$
maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Penumpang) PT Ayu Transport Sungai Penuh.
2. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$
maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Penumpang) PT Ayu Transport Sungai Penuh

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui persamaan analisis regresi linier berganda pada Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan dan Harga Jasa Transportasi Terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh, maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.
Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations
Model	B	Beta			Zero-order
(Constant)	2.093		.516	.608	
Kualitas_Pelayanan	.235	.317	3.478	.001	.564
Harga	.470	.592	6.484	.000	.724

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Data diolah, 2021

Dari tabel 5 di atas dapat digambarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,093 + 0,235 X_1 + 0,470 X_2$$

Dengan penjelasan dari persamaan di atas adalah:

1. Nilai dari $a = 2,093$ artinya artinya jika variabel Kualitas Pelayanan dan Harga dianggap 0 (nol) atau diabaikan maka Kepuasan Konsumen/Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh adalah sebesar 2,093.
2. Nilai dari $b_1 = + 0,235$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Kualitas Pelayanan adalah positif, semakin baik Kualitas Pelayanan, maka ada kecendrungan terjadi peningkatan dari Kepuasan Konsumen/Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh.
3. Nilai dari $b_2 = + 0,470$ artinya tanda positif mengartikan bahwa pengaruh dari Harga adalah positif, semakin baik Harga, maka ada kecendrungan terjadi peningkatan dari Kepuasan Konsumen/Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh.

2 Koefisien Determinan

1) Secara Simultan

Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan dan Harga Jasa Transportasi Terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh secara simultan, maka dapat dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 6.
Koefisien Determinan Secara Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.608	.594	4.83210
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas_Pelayanan				

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan analisis Tabel 6 dapat ditentukan koefisien determinasi adalah sebesar 60,8% Artinya Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen/Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh adalah sebesar 60,8%, Sedangkan sisanya (100% - 60,8%), yaitu 39,2% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2) Secara Parsial

(1) Besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen/Penumpang

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen/Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh secara parsial. Berdasarkan tabel 5 di atas dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}KD &= \text{Beta Standardized Coefficients} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ &= 0,317 \times 0,564 \times 100\% \\ &= 17,9\%\end{aligned}$$

Hal ini berarti besar pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen/Penumpang Kepuasan Konsumen/Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh secara parsial adalah 17,9%.

(2) Besar Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen/Penumpang

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen/Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh secara parsial. Berdasarkan tabel 5 di atas dapat ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}KD &= \text{Beta Standardized Coefficients} \times \text{Zero Order} \times 100\% \\ &= 0,592 \times 0,724 \times 100\% \\ &= 42,9\%\end{aligned}$$

Hal ini berarti besar pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen/Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh secara parsial adalah 42,9%.

3. Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Untuk menguji signifikan Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan dan Harga Jasa Transportasi Terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh secara parsial menggunakan uji t. Uji t dengan cara membandingkan nilai t hitung > t tabel. Dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah dengan $\alpha = 5\%$ (0,05). Didapatkan t tabel adalah : 2,00247. Pada tabel 5 bisa dilihat hasil dari uji t, sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen/Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,478 > 2,00247$) serta dengan nilai signifikansi = $0,001 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen/Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh .
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen/Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,484 > 2,00247$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,050$ maka H_0 di tolak dan H_a di terima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga Terhadap Kepuasan Konsumen/Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh .

2) Uji F

Untuk menguji signifikan Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan dan Harga Jasa Transportasi Terhadap Kepuasan Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh secara simultan menggunakan uji F. Uji F dengan cara membandingkan nilai F hitung $>$ F tabel. Dengan tingkat signifikansi untuk uji dua arah dengan $\alpha = 5\%$ (0,05), didapatkan F tabel adalah F_{tabel} adalah : 3,16. Sehingga hasil dari uji F bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 7.
Hasil Ringkasan Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2061.829	2	1030.915	44.152	.000 ^b
	Residual	1330.904	57	23.349		
	Total	3392.733	59			

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 7 dari uji ANOVA atau F tes ternyata terdapat pengaruh secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen/Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan hasil F hitung 44,152 : dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($44,152 > 3,16$) serta dengan nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian dan penjelasan dari bab-bab terdahulu maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen/ Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($3,478 > 2,00247$) serta dengan nilai signifikansi $= 0,001 < 0,050$, serta Besar pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen/ Penumpang Kepuasan Konsumen/ Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh secara parsial adalah 17,9%.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen/ Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh, ini dibuktikan dengan t hitung $>$ t tabel ($6,484 > 2,00247$) serta dengan nilai signifikansi $= 0,000 < 0,050$ serta Besar pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen/ Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh secara parsial adalah 42,9%.
3. Kualitas Pelayanan dan harga berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen/ Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh dapat dibuktikan dengan F hitung $>$ F tabel (F hitung $>$ F tabel ($44,152 > 3,16$) serta dengan nilai signifikansi $= 0,000 < 0,05$). Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen/ Penumpang Pada PT Ayu Transport Sungai Penuh adalah sebesar 60,8%, Sedangkan sisanya 39,2% dijelaskan oleh faktor penyebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Amirullah.(2013).*Metodologi Penelitian Manajemen : Disertai Contoh Judul Penelitian dan Proposal*.Bayumedia Publishing Anggota IKAPI:Malang
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. Jakarta. Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 1987. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit CV Rjawali, Jakarta Utara.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Daryanto. (2012). *Evaluasi Pendidikan*. Jakarta : PT. RINEKA CIPTA.
- Danang, Sunyoto. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan ke-2. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi
- Fardiani, Aprilia Nia. 2013, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Dyriana Bakery Dan Café Pandanaran*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Freddy Rangkuti. (2015) *Analisis SWOT*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Goenadhi, Lydia. 2011. ”*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kota Banjarmasin*”. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Volume 12. Nomor 2. Hal. 155 – 162. STIE Indonesia Banjarmasin. Banjarmasin.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Millet, John D. 2012. *Management in the public service: The quest for effectivepe*
- Riduwan, & Sunarto. (2011). *Pengantar Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Riduwan, & Sunarto. (2011). *Pengantar Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Simamora, 2014, *Membuat Karyawan Lebih Produktif Dalam Jangka panjang (Manajemen SDM)*. STIE YKPN, Yogyakarta

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Stanton, William. J., "*Prinsip Pemasaran*", *Edisi Ketujuh, Jilid I*, Penerjemah : Yohanes Lamanto, MBA, MSM., Penerbit Erlangga, 2005.
- Sutedja, Jaja. 2015. *Kajian Struktur Kepemilikan Perusahaan Terbuka di Indonesia*. Bandung
- Uma Sekaran, 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zeithaml, Bitner, dan Gremler. (2009). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.