

PENGARUH KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA TRANSPORTASI

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY CUSTOMER SATISFACTION IN USING TRANSPORTATION

AJ Sembiring^{1a} dan TT Andari¹

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Djuanda Bogor, Jl. Tol Ciawi No. 1
Kotak Pos 35 Ciawi Bogor 16720

^a Korespondensi: Ans James Sembiring, Email: ansjamessembiring@yahoo.com
(Diterima: 11-02-2017; Ditelaah: 12-02-2017; Disetujui: 13-04-2017)

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out how consumer feedback about the quality of services rendered and the influence of the quality of the company's services (tangible, empathy, reliability, responsiveness and assurance) partially and simultaneous effect on customer satisfaction. The method of research done is a descriptive research, survey and verifikatif with the object of research by as much as 100 respondents who use transportation services PT Eka Sari Lorena Transport. Based on the results of research, quality service that simultaneously composed of tangible (X 1), (X 2), empathy reliability (X 3), responsiveness (X 4) and assurance (X 5) influence on consumer satisfaction PT Eka Sari Lorena Transport (Y), while partially tangible variables (X 1) does not affect satisfaction of PT Eka Sari Lorena Transport (Y), variable (X 2), empathy reliability (X 3), responsiveness (X 4) and assurance (X 5) significant and positive effect toward satisfaction of PT Eka Sari Lorena Transport.

Keywords: customer satisfaction, quality of service.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen tentang kualitas jasa yang diberikan perusahaan dan pengaruh kualitas jasa (*tangible, empathy, reliability, responsiveness* dan *assurance*) secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Metode penelitian adalah survey, bentuk penelitian deskriptif dan verifikatif dengan objek penelitian sebanyak 100 responden yang menggunakan jasa transportasi PT Eka Sari Lorena Transport. Berdasarkan hasil penelitian, secara simultan kualitas jasa yang terdiri dari *tangible*(X₁), *emphaty*(X₂), *reliabilty*(X₃), *responsiveness*(X₄) dan *assurance*(X₅) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport (Y), sedangkan secara parsial variabel *tangible*(X₁) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport (Y), variabel *emphaty*(X₂), *reliabilty*(X₃), *responsiveness*(X₄) dan *assurance*(X₅) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport.

Kata kunci: kepuasan konsumen, kualitas jasa.

PENDAHULUAN

Jasa transportasi memiliki pengaruh signifikan pada perkembangan ekonomi, sosial, politik, dan lingkungan. Hampir semua kegiatan ekonomi membutuhkan jasa transportasi sehingga banyak peluang bisnis pada jasa transportasi, akan banyak tercipta kesempatan kerja pada jasa transportasi. Jika dilihat dari ragam bentuk sarana transportasi saat ini, terdapat banyak pilihan seperti mobil, bus, kereta api untuk transportasi darat, pesawat untuk transportasi udara, dan kapal laut untuk transportasi laut. Transportasi darat sampai saat ini masih merupakan transportasi yang paling banyak digunakan.

Kebutuhan transportasi darat salah satunya dipenuhi dengan menumpang angkutan umum. Salah satu perusahaan angkutan untuk umum yang mengangkut penumpang Antar Kota Antar Provinsi (AKAP) dan Antar Kota Dalam Provinsi (AKDP) adalah PT. Eka Sari Lorena Transport. Perusahaan ini menghadapi pasar dengan tingkat persaingan yang sangat ketat karena harus berkompetisi disamping dengan sesama perusahaan transportasi sesama bus juga berkompetisi dengan jenis angkutan lain seperti kereta, pesawat, dan kapal laut. Untuk itu perusahaan perlu terus menerus memperbaiki diri dan memberikan jasa terbaik agar tetap eksis. Dari hasil pengumpulan keluhan konsumen yang dilakukan perusahaan, terdapat keluhan mengenai kualitas jasa yang ditujukan kepada manajemen PT. Eka Sari Lorena Transport seperti keterlambatan pemberangkatan bus, terjadinya mogok di jalan, supir yang kurang ramah dan jasa penjualan tiket kurang baik. Jika perusahaan tidak ingin kehilangan konsumennya lebih banyak lagi, maka harus segera melakukan perbaikan terhadap kualitas jasa yang untuk memuaskan konsumennya.

Dalam rangka menghasilkan jasa yang berkualitas kepada para konsumennya, maka perusahaan perlu mencari strategi

untuk meningkatkan kualitas jasa yang diberikan agar memuaskan konsumen. Perusahaan yang memikirkan kelangsungan hidup usahanya dalam jangka panjang akan memberikan jasanya lebih baik dari para pesaing secara konsisten. Kunci penting yang harus dilakukan adalah memenuhi kebutuhan konsumennya dengan lebih baik. Oleh sebab itu penting melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport.

MATERI DAN METODE

Materi

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry 1985; dalam Lupiyoadi (2001) mengemukakan bahwa kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas jasa yang mereka terima atau diperoleh. Sedangkan menurut Lovelock dalam Tjiptono (2004) berpendapat bahwa, kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan konsumen. Berdasarkan kedua pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa merupakan suatu tingkat keunggulan yang diperoleh konsumen dalam menggunakan sebuah jasa melalui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan yang dirasakan konsumen setelah memakai jasa tersebut. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) mengemukakan pendapat bahwa ada 5 dimensi yang menentukan kualitas jasa. Dimensi-dimensi tersebut dikenal sebagai *SERVQUAL*. Kelima dimensi kualitas jasa tersebut yaitu: Bukti Fisik (*tangible*), Empati (*empathy*), Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*) dan Jaminan (*assurance*).

Kepuasan Konsumen

Kotler dan Armstrong (2001) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen

adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Sedangkan menurut Tjiptono (2006), kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Dari kedua pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya kepuasan konsumen merupakan kesesuaian yang diperoleh konsumen antara harapan dengan kinerja dari suatu produk atau jasa.

Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen

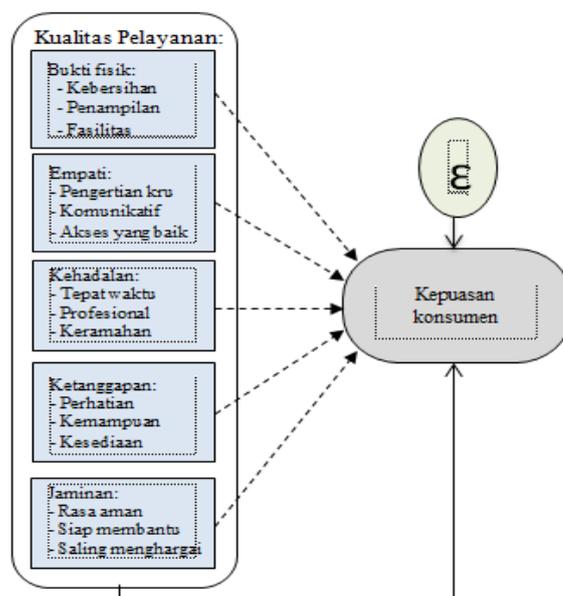
Pada dasarnya konsumen akan membandingkan antara jasa yang mereka dapat dengan yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka nikmati ternyata berada jauh di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa dan kehilangan minat untuk menggunakan jasa tersebut. Sebaliknya, jika konsumen merasa jasa yang mereka nikmati sesuai atau bahkan melebihi dari harapan, mereka cenderung akan merasa puas dan akan kembali lagi untuk menggunakan jasa tersebut. Perusahaan jasa transportasi yang memberikan jasa berupa kenyamanan dan keamanan kepada penumpang selama dalam perjalanan akan lebih banyak dipilih oleh penumpang. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa memiliki hubungan erat dengan kepuasan konsumen.

Metode

Kerangka Pemikiran

Kualitas yang baik sebagai salah satu faktor yang sangat penting dalam keberhasilan suatu bisnis, maka dengan memberikan jasa yang berkualitas dapat membentuk persepsi dimana akan memberikan manfaat dan salah satunya adalah memberi kepuasan kepada konsumen. Untuk mengetahui secara lebih jelas mengenai pengaruh tersebut dan menentukan arah persoalan dalam penelitian agar sesuai dengan tujuan

penelitian, maka diperlukan sebuah model kerangka pemikiran seperti Gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Metode kuantitatif yaitu suatu metode yang menggunakan sistem pengambilan sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner terstruktur sebagai alat pengumpulan data. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mencari informasi faktual secara mendetail dan mengidentifikasi masalah-masalah atau untuk mendapatkan justifikasi tentang jasa yang dilakukan bus Lorena. Pendekatan tersebut digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen PT. Eka Sari Lorena Transport.

Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *probability sampling* (penarikan sampling secara acak), sedangkan tekniknya adalah *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan sampel yang dipilih secara langsung dari populasi dengan peluang setiap anggota populasi terpilih menjadi sampel sama besar. Penarikan sampel menurut Frankel dan Wallen (1993), bahwa

untuk penelitian Deskriptif sampel minimum adalah 100.

Operasional Variabel

Definisi operasional menjelaskan variabel, sehingga memungkinkan bagi peneliti untuk melakukan pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara

pengukuran yang lebih cermat, Indriantoro & Supomo (2002). Untuk memberikan fokus kajian yang lebih cermat, maka perlu dirumuskan operasional variabel penelitian yang menjabarkan lebih jelas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Operasional variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Jasa (Y) Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan konsumen. Tjiptono (2004)	Bukti Fisik (X ₁) Bukti fisik adalah penampilan sarana dan prasarana fisik yang dimiliki perusahaan untuk melayani kebutuhan penumpang dalam menggunakan jasa PO Lorena. Lupiyoadi (2001)	Kebersihan bus Lorena yang terjaga. AC bus yang dapat digunakan secara normal. Penampilan karyawan/ sopir/ kru bus Lorena yang rapi (memakai seragam kerja). Ruang tunggu dan fasilitas yang memadai. Mesin dan <i>body</i> bus yang baru.
	Empati (X ₂) Merupakan perhatian dari perusahaan dalam melayani penumpang dengan baik dan memahami kebutuhan dan keinginan dari konsumennya. Lupiyoadi (2001)	Memberi akses kemudahan bagi penumpang dalam menghubungi perusahaan. Menjaga komunikasi/ hubungan baik dengan penumpang. Memahami kebutuhan dari para penumpang.
	Kehandalan (X ₃) Kehandalan merupakan kemampuan dalam memberikan jasa secara segera, sesuai harapan, dan dapat memberi kepuasan. Lupiyoadi (2001)	Ketepatan waktu datang dan berangkatnya bus. Kehandalan kru bus dalam memberitahu tempat duduk sesuai nomor. Kesiapan karyawan dalam melayani

			penumpang setiap saat.
	Ketanggapan (X ₄)	<p>Daya tanggap kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para konsumen dan memberi respon atas permintaan mereka.</p> <p>Lupiyoadi (2001)</p>	<p>Kesediaan karyawan, sopir, dan kru bus dalam membantu penumpang.</p> <p>Kemampuan sopir/kru dalam menangani masalah gangguan di jalan.</p> <p>Kemampuan karyawan dalam menanggapi pengaduan dari penumpang.</p>
	Jaminan (X ₅)	<p>Jaminan yakni perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan dari penumpang terhadap perusahaan dan perusahaan memberikan timbal balik dengan menciptakan keamanan dan kenyamanan bagi penumpang.</p> <p>Lupiyoadi (2001)</p>	<p>Memberikan rasa aman dan nyaman kepada penumpang.</p> <p>Keramahan karyawan dalam memberi penjelasan kepada penumpang.</p> <p>Rasa menghargai dan sopan santun yang dimiliki karyawan/sopir/kru bus terhadap penumpang.</p>
Y	Kepuasan Penumpang (Y)	<p>Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen pada evaluasi persepsi terhadap perbedaan antara ekspektasi awal (atau standar kinerja tertentu) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumsi produk. (Tjiptono dan Chandra 2005)</p>	<p>Kesesuaian kualitas jasa yang diberikan dengan harapan dari konsumen.</p> <p>Kualitas jasa yang diberikan sesuai dengan tarif yang ditetapkan.</p> <p>Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.</p>

Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer. Data primer hasil kuesioner para penumpang bus Lorena. Data sekunder sumber pustaka yang mendukung penulisan penelitian serta diperoleh dari jurnal atau literatur.

Metode Analisis

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Menurut Sugiyono (2006:250-251), Formulasi regresi linear bergandanya adalah sebagai berikut:

Jika formulasi tersebut dimasukkan kedalam penelitian ini, maka diperoleh model persamaan regresi linear berganda, sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + \varepsilon$$

Keterangan: Y = Kepuasan konsumen PT. Eka Sari Lorena Transport; X₁ = Bukti fisik (*Tangible*); X₂ = Empati (*Emphaty*); X₃ = Keandalan (*Reliability*); X₄ = Daya tanggap (*Responsiveness*); X₅ = Jaminan (*Assurance*); b₀ = Konstanta; b₁ - b₅ = Koefisien masing-masing variable; ε = Faktor lain yang tidak diteliti.

Tabel 3 Interpretasi koefisien korelasi

Koefisien korelasi	Interpretasi
0,00 - 0,199	Sangat Lemah
0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Cukup kuat
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2007).

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dimana variabel lainnya yang dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap. Nilai korelasi (r) berkisar antara 1 sampai -1, nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, sebaliknya nilai mendekati 0

berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik maka Y naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (X naik maka Y turun). Data yang digunakan berskala interval atau rasio. Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 3.

Analisis Deskriptif

Data hasil kuesioner yang diperoleh digunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono:107). Deskripsi tersebut digunakan untuk (a) menghitung scoring dan (b) nilai rata-rata (mean) sebagai berikut.

a. Menentukan panjang kelas interval

Untuk menghitung panjang kelas interval maka digunakan rumus panjang kelas interval, yaitu:

$$I = \frac{Skt - Skr}{V}$$

Keterangan: I = Panjang kelas interval; Skt = Skor tertinggi; Skr = Skor terendah; V = Volume jumlah kriteria.

Berdasarkan jumlah kriteria alternatif jawaban, maka diperoleh panjang kelas interval sebagai berikut:

$$I = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan perhitungan panjang kelas interval tersebut diperoleh kriteria penilaian pada Tabel 4.

Tabel 4 Kelas interval dan kriteria penilaian

Kelas Interval	Kriteria Penilaian
4,21 - 5,00	Sangat Baik (SB)
3,41 - 4,20	Baik (B)
2,61 - 3,40	Ragu-ragu (R)
1,81 - 2,60	Tidak Baik (TB)
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik (STB)

Sumber: Sugiyono (2007)

Berdasarkan kelas interval (rentan skala) tersebut, maka dilakukan analisis kuantitatif

yang menunjukkan tingkat kesesuaian antar skor di peroleh hasil sebagai berikut :

STB	TB	R	B	SB
1,00	1,80	2,60	3,40	4,20
				5,00

b. Rata-rata (mean)

Menghitung rata-rata (mean) sebagai berikut:

$$M = \frac{FxSkor}{N}$$

Keterangan: M = Kriteria penilaian rata-rata; F = Frekuensi jumlah responden; Skor = Pembobotan skala hasil; N = Jumlah Sampel.

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya kontribusi variabel independent; *tangible, realibility, responsiveness, assurance, dan emphaty* terhadap kepuasan konsumen PT. Eka Sari Lorena Transport. Menurut Dajan (1996:408) koefisien determinasi dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$D = r^2 \times 100\%$$

Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk menguji kebenaran hipotesis pertama dengan menggunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian/signifikan regresi secara keseluruhan, yaitu hipotesis nol (H₀) dan hipotesis alternatif (H_a).

1. Rumusan Hipotesis

$$H_0 : \beta_i \leq 0$$

Tidak terdapat pengaruh secara simultan *tangible, emphaty, reliability, responsiveness, dan assurance* terhadap kepuasan konsumen PT. Eka Sari Lorena Transport.

$$H_a : \beta_i > 0$$

Terdapat pengaruh secara simultan *tangible, emphaty, reliability, responsiveness, dan assurance* terhadap kepuasan konsumen PT. Eka Sari Lorena Transport.

2. Rumus Uji F

Rumus Uji F digunakan untuk mengetahui variabel *independent*. Adapun rumus yang digunakan menurut Sugiyono, (2013) adalah sebagai berikut.

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

Keterangan: F = Koefisian F; R = Koefisien Korelasi; K = Variabel bebas; n = Jumlah sampel.

3. Kriteria Keputusan Uji F

- a. Jika F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} (F_h ≤ F_t) pada α = 0,05 maka H₀ diterima dan H_a ditolak, artinya (X₁), (X₂), (X₃), (X₄) dan (X₅) tidak berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen (Y).
- b. Jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} (F_h > F_t) pada α = 0,05 maka H₀ ditolak dan H_a diterima, artinya (X₁), (X₂), (X₃), (X₄) dan (X₅) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh masing-masing variabel *tangible, emphaty, reliability, responsiveness, dan assurance* dalam menerangkan variabel kepuasan konsumen. Untuk menguji kebenaran hipotesis kedua langkah pertama yang dilakukan adalah pengujian secara parsial melalui uji t.

1. Perumusan Hipotesis

Adapun rumus pengujian hipotesis sebagai berikut.

X₁ terhadap Y:

H₀₁: β₁ ≤ 0, berarti *tangible* (X₁) tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y)

H_{a1}: β₁ > 0, berarti *tangible* (X₁) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y)

X_2 terhadap Y :

H_{02} : $\beta_2 \leq 0$, berarti *emphaty* (X_2) tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y)

H_{a2} : $\beta_2 > 0$, berarti *emphaty* (X_2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y)

X_3 terhadap Y :

H_{03} : $\beta_3 \leq 0$, berarti *reliability* (X_3) tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y)

H_{a3} : $\beta_3 > 0$, berarti *reliability* (X_3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y)

X_4 terhadap Y :

H_{04} : $\beta_4 \leq 0$, berarti *responsiveness* (X_4) tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y)

H_{a4} : $\beta_4 > 0$, berarti *responsiveness* (X_4) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y)

X_5 terhadap Y :

H_{05} : $\beta_5 \leq 0$, berarti *assurance* (X_5) tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y)

H_{a5} : $\beta_5 > 0$, berarti *assurance* (X_5) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y)

2. Pengujian Hipotesis digunakan statistik t .

$$r = \frac{r(n-2)}{1-r}$$

Keterangan: r = Koefisien; t = t_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan t_{tabel} ; n = Jumlah data atau observasi.

3. Kriteria Keputusan Uji t

- a. Untuk *tangible* (X_1) jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($t_{h1} \leq t_{t1}$) pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *tangible* (X_1) tidak mempunyai pengaruh signifikan dan positif (secara parsial) terhadap kepuasan konsumen (Y). Sedangkan bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_h > t_t$) pada $\alpha = 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya *tangible* (X_1) berpengaruh signifikan dan positif

(secara parsial) terhadap kepuasan konsumen (Y)

- b. Untuk *emphaty* (X_2) jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($t_{h2} \leq t_{t2}$) pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *emphaty* (X_2) tidak mempunyai pengaruh signifikan dan positif (secara parsial) terhadap kepuasan konsumen (Y). Sedangkan bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_h > t_t$) pada $\alpha = 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya *emphaty* (X_2) berpengaruh signifikan dan positif (secara parsial) terhadap kepuasan konsumen (Y)
- c. Untuk *reliability* (X_3) jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($t_{h3} \leq t_{t3}$) pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *reliability* (X_3) tidak mempunyai pengaruh signifikan dan positif (secara parsial) terhadap kepuasan konsumen (Y). Sedangkan bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_h > t_t$) pada $\alpha = 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya *reliability* (X_3) berpengaruh signifikan dan positif (secara parsial) terhadap kepuasan konsumen (Y)
- d. Untuk *responsiveness* (X_4) jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($t_{h4} \leq t_{t4}$) pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *responsiveness* (X_4) tidak mempunyai pengaruh signifikan dan positif (secara parsial) terhadap kepuasan konsumen (Y). Sedangkan bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_h > t_t$) pada $\alpha = 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya *responsiveness* (X_4) berpengaruh signifikan dan positif (secara parsial) terhadap kepuasan konsumen (Y)
- e. Untuk *assurance* (X_5) jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($t_{h5} \leq t_{t5}$) pada $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *assurance* (X_5) tidak mempunyai pengaruh signifikan dan positif (secara parsial) terhadap kepuasan konsumen (Y). Sedangkan bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_h >$

t_t) pada $\alpha = 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak, artinya *assurance* (X_5) berpengaruh signifikan dan positif (secara parsial) terhadap kepuasan konsumen (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan dan status pernikahan sebagai berikut.

Jenis Kelamin

Rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di PT Eka Sari Lorena Transport terdapat pada Tabel 5.

Tabel 5 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	63	63
Perempuan	37	37
Jumlah	100	100

Umur

Rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan umur di PT Eka Sari Lorena Transport terdapat pada Tabel 6.

Tabel 6 Karakteristik responden berdasarkan umur

Umur	Jumlah	Persentase (%)
Usia < 25	28	28
Usia 26-30	19	19
Usia 31-40	28	28
Usia 41-50	20	20
Usia >51	5	5
Total	100	100

Tingkat Pendidikan

Rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan PT Eka Sari Lorena Transport terdapat pada Tabel 7.

Tabel 7 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah	(%)
SD	2	2
SMP	5	5
SMA	63	63
D1	3	3
D3	10	10
S1	17	17
Total	100	100

Pekerjaan

Rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan di PT Eka Sari Lorena Transport terdapat pada Tabel 8.

Tabel 8 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	(%)
Ibu rumah tangga	6	6
Karyawan swasta	50	50
Wiraswasta	22	22
Pegawai negeri sipil	12	12
Pelajar/mahasiswa	10	10
Total	100	100

Status Pernikahan

Rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan status pernikahan di PT Eka Sari Lorena Transport terdapat pada Tabel 9.

Tabel 9 Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan

Status Pernikahan	Jumlah	(%)
Sudah menikah	64	64
Belum menikah	36	36

Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Jasa

Tanggapan responden terhadap jasa yang diberikan oleh PT. Eka Sari Lorena Transport berkaitan dengan dimensi kualitas jasa terdiri sebagai berikut.

Tangible (X₁)

Rekapitulasi kualitas jasa PT Eka Sari Lorena Transport berdasarkan dimensi *Tangible* diperoleh hasil yang ditunjukkan pada Tabel 10. Hasilnya, kualitas jasa PT Eka Sari Lorena Transport dengan dimensi *Tangible* termasuk baik. Hal ini terlihat dari rata-rata mean yaitu 4,19 dengan interpretasi baik.

Tabel 10 Rekapitulasi dimensi *tangible*

Indikator	Mean	Interpretasi
Kebersihan di dalam bus Lorena.	4,33	Sangat baik
AC yang digunakan bus Lorena.	4,36	Sangat baik
Cara berpakaian karyawan, sopir dan kondektur bus Lorena.	4,22	Sangat baik
Ruang tunggu, toilet dan fasilitas lainya di tempat pemberangkatan bus Lorena.	3,87	Baik
Teknologi mesin dan <i>body</i> bus yang di gunakan PO Lorena.	4,18	Baik
Rata-rata	4,19	Baik

Emphaty (X₂)

Rekapitulasi kualitas jasa berdasarkan dimensi *Emphaty* diperoleh hasil yang ditunjukkan pada Tabel 11.

Tabel 11 Rekapitulasi dimensi *emphaty*

Indikator	Mean	Interpretasi
Kemudahan akses calon penumpang.	4,05	Baik
Menjaga komunikasi dengan penumpang.	4,01	Baik
Memahami kebutuhan penumpang.	3,86	Baik
Rata-rata	3,97	Baik

Dari Tabel 11 dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa PT Eka Sari Lorena Transport dengan dimensi *Emphaty* termasuk baik. Hal ini terlihat dari hasil rata-rata mean yaitu 4,97 dengan interpretasi baik.

Reliability (X₃)

Rekapitulasi kualitas jasa PT Eka Sari Lorena Transport berdasarkan dimensi *Reliability* diperoleh hasil yang ditunjukkan pada Tabel 12.

Tabel 12 Rekapitulasi dimensi *reliability*

Indikator	Mean	Interpretasi
Ketepatan waktu berangkatnya bus.	3,83	Baik
Pengontrolan tempat duduk penumpang.	3,96	Baik
Kesiapan karyawan dalam melayani penumpang.	3,92	Baik
Rata-rata	3,90	Baik

Berdasarkan Tabel 12 disimpulkan bahwa kualitas jasa PT Eka Sari Lorena Transport dengan dimensi *Reliability* termasuk baik. Hal ini terlihat hasil rata-rata mean yaitu sebesar 3,90 dengan interpretasi baik.

Responsiveness (X₄)

Rekapitulasi kualitas jasa PT Eka Sari Lorena Transport berdasarkan dimensi *Responsiveness* diperoleh hasil yang ditunjukkan pada Tabel 13.

Berdasarkan tabel 13 disimpulkan bahwa kualitas jasa PT Eka Sari Lorena Transport dengan dimensi *Responsiveness* termasuk baik. Hal ini terlihat dari rata-rata mean yaitu 4,02 dengan interpretasi baik.

Assurance (X₅)

Rekapitulasi kualitas jasa PT Eka Sari Lorena Transport berdasarkan dimensi

Assurance diperoleh hasil yang ditunjukkan pada Tabel 14.

Berdasarkan tabel 14 disimpulkan bahwa kualitas jasa PT Eka Sari Lorena Transport dengan dimensi *Assurance* termasuk baik. Hal ini terlihat dari hasil rata-rata rekapitulasi yaitu 4,08 dengan interpretasi baik.

Tabel 13 Rekapitulasi dimensi *responsiveness*

Indikator	Mean	Interpretasi
Karyawan bersedia membantu penumpang.	4,10	Baik
Kemampuan sopir dalam menangani masalah gangguan	4,08	Baik
Kemampuan karyawan dalam menanggapi pengaduan penumpang	3,87	Baik
Rata-rata	4,02	Baik

Tabel 14. Rekapitulasi Dimensi *Assurance*

Indikator	Mean	Interpretasi
Memberikan rasa aman dan nyaman kepada penumpang.	4,24	Sangat baik
Keramahan dalam memberi penjelasan kepada penumpang.	3,97	Baik
Sopan santun karyawan dan kru bus.	4,04	Baik
Rata-rata	4,08	Baik

Kepuasan Konsumen (Y)

Rekapitulasi tanggapan responden terhadap kepuasan menggunakan jasa transportasi PT Eka Sari Lorena Transport berdasarkan dimensi Kepuasan konsumen diperoleh hasil yang ditunjukkan pada Tabel 15.

Tabel 15 Rekapitulasi dimensi kepuasan konsumen

Indikator	Mean	Interpretasi
Kualitas jasa yang diberikan kepada konsumen seimbang dengan tarif yang ditetapkan oleh PO Lorena.	3,93	Setuju/ Baik
Kualitas jasa yang diberikan PO Lorena kepada penumpang sesuai dengan yang diharapkan oleh penumpang.	3,37	Setuju/ Baik
Layanan yang diberikan PO Lorena lebih memuaskan dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.	3,79	Setuju/ Baik
Rata-rata	3,70	Baik

Berdasarkan tabel 15 disimpulkan bahwa tanggapan responden dalam menggunakan jasa transportasi PT Eka Sari Lorena Transport dengan dimensi Kepuasan Konsumen termasuk baik. Hal ini terlihat dari hasil rata-rata rekapitulasi dimensi kepuasan konsumen yaitu 3,70 dengan interpretasi setuju.

Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan Tabel 16, maka diperoleh suatu persamaan regresi dengan model taksiran sebagai berikut.

$$Y = -2,449 - 0,114X_1 + 0,303X_2 + 0,234X_3 + 0,387X_4 + 0,433X_5 + \epsilon$$

Dari persamaan regresi diketahui sebagai berikut:

$B_0 = -2,449$ adalah bilangan konstanta, artinya pada saat *tangible, empathy, reliability, responsiveness* dan *assurance* sebesar nol (X_1, X_2, X_3, X_4 dan $X_5 = 0$) dan tidak ada perubahan

maka kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport sebesar -2,449.

$b_1 = -0,114$ berarti memiliki nilai koefisien regresi berganda negatif sebesar 0,114. Hal ini mengandung arti bahwa setiap penambahan faktor *tangible* (X_1) maka diduga akan di ikuti dengan penurunan kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport (Y) dan X_2, X_3, X_4, X_5 tetap.

$b_2 = 0,303$ berarti memiliki nilai koefisien regresi berganda positif sebesar 0,303. Hal ini mengandung arti bahwa setiap penambahan faktor *emphaty* (X_2) maka diduga akan di ikuti dengan kenaikan kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport (Y) dan X_1, X_3, X_4, X_5 tetap.

$b_3 = 0,234$ berarti memiliki nilai koefisien regresi berganda positif sebesar 0,234. Hal ini mengandung arti

bahwa setiap penambahan faktor *reliability* (X_3) maka diduga akan di ikuti dengan kenaikan kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport (Y) dan X_1, X_2, X_4, X_5 tetap.

$b_4 = 0,387$ berarti memiliki nilai koefisien regresi berganda positif sebesar 0,387. Hal ini mengandung arti bahwa setiap penambahan faktor *responsiveness* (X_4) maka diduga akan di ikuti dengan kenaikan kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport (Y) dan X_1, X_2, X_3, X_5 tetap.

$b_5 = 0,433$ berarti memiliki nilai koefisien regresi berganda positif sebesar 0,433. Hal ini mengandung arti bahwa setiap penambahan faktor *assurance* (X_5) maka diduga akan di ikuti dengan kenaikan kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport (Y) dan X_1, X_2, X_3, X_4 tetap.

Tabel 16 Koefisien regresi dan uji signifikansi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2,449	2,116		-1,158	,250
x1	-,114	,074	-,126	-1,546	,125
x2	,303	,114	,221	2,652	,009
x3	,234	,102	,188	2,295	,024
x4	,387	,132	,284	2,937	,004
x5	,433	,132	,318	3,270	,002

a. Dependent Variable: Y

Analisis Korelasi Berganda

Untuk mengetahui sejauh mana keeratan hubungan antara kualitas jasa (X) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y), hasil pengujian Analisis Korelasi terdapat pada Tabel 17.

Dari hasil pengolahan data komputerisasi dengan korelasi menggunakan program SPSS versi 20, dapat dilihat nilai $R=0,706$. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel bersifat searah dan kuat,

artinya kenaikan nilai-nilai X (*tangible, emphaty, reliability, responsioveness* dan *assurance*) akan diikuti dengan kenaikan nilai-nilai Y (kepuasan penumpang), atau sebaliknya.

Besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dapat dilihat dari *R Square*, yang dapat dilihat pada (tabel 17) di atas diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*)= 0,498. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sebesar 49,8% terhadap kepuasan

konsumen dapat dijelaskan oleh variabel dimensi *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsioveness* dan *assurance* sedangkan sisanya sebesar 51,2% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti, seperti harga dan biaya.

Tabel 17 Pengujian koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,706 ^a	,498	,471	1,485

Keterangan: a. Predictors: (Constant), x5, x1, x3, x2, x4; b. Dependent Variable: Y

Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji-F)

Untuk menguji apakah secara simultan variabel *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsioveness* dan *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport, digunakan statistik Uji-F dengan hipotesis sebagai berikut.

Ho : $b_{1,2,3,4,5} \leq 0$: Kualitas jasa secara simultan tidak mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport.

Ha : $b_{1,2,3,4,5} > 0$: Kualitas jasa secara simultan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport.

Untuk menguji hipotesis statistik di atas digunakan Uji-F yang didapat melalui tabel Analisis Varians (ANOVA) seperti yang terlihat pada Tabel 18.

Dari (Tabel 18) dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} adalah 18,648 dan diperoleh nilai F_{tabel} untuk $\alpha = 0,05$ dengan derajat bebas $v_1 = 5$ dan $v_2 = 94$ adalah sebesar 2,31. Karena F_{hitung} lebih besar dibanding F_{tabel} maka Ho ditolak, dan Ha diterima. Aritinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh dari *tangible*, *emphaty*,

reliability, *responsioveness* dan *assurance* terhadap kepuan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport.

Tabel 18 Pengujian koefisien regresi secara simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	205,606	5	41,121	18,646	,000 ^b
1 Residual	207,304	94	2,205		
Total	412,910	99			

Keterangan: a. Dependent Variable: Y; b. Predictors: (Constant), x5, x1, x3, x2, x4.

Pengujian Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji-t)

Dari perhitungan didapat hasil pengujian untuk pengaruh secara parsial setiap variabel bebas yang terdiri dari *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsioveness* dan *assurance* terhadap kepuan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport dapat dilihat pada Tabel 19.

a. Pengaruh *Tangible* (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil perhitungan pada tabel didapat nilai t_{hitung} untuk *tangible* sebesar -1,546 dan dari t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat bebas (db)= 94 untuk pengujian satu sisi diperoleh nilai t_{tabel} (1,661). Dengan kriteria pengujian satu sisi pihak kanan (positif) adalah "tolak Ho jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ", karena nilai t_{hitung} untuk koefisien *tangible* lebih kecil dari t_{tabel} , yaitu t_{hitung} (-1,546) < t_{tabel} (1,661) maka pada tingkat signifikansi 5% Ho diterima dan Ha ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 95% tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan nyata antara variabel *tangible* dengan kepuan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport.

b. Pengaruh *Emphaty* (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil perhitungan pada tabel didapat nilai t_{hitung} untuk *emphaty* sebesar 2,652

dan dari t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat bebas (db)= 94 untuk pengujian satu sisi diperoleh nilai t_{tabel} (1,661). Dengan kriteria pengujian satu sisi pihak kanan (positif) adalah “tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ”, karena nilai t_{hitung} untuk koefisien *emphaty* lebih besar dari t_{tabel} , yaitu t_{hitung} (2,652) $>$ t_{tabel} (1,661) maka pada tingkat signifikansi 5% H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 95% terdapat pengaruh yang signifikan dan nyata antara variabel *emphaty* terhadap kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport.

c. Pengaruh *Reliability* (X_3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil perhitungan pada tabel didapat nilai t_{hitung} untuk *reliability* sebesar 2,295 dan dari t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat bebas (db)= 94 untuk pengujian satu sisi diperoleh nilai t_{tabel} (1,661). Dengan kriteria pengujian satu sisi pihak kanan (positif) adalah “tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ”, karena nilai t_{hitung} untuk koefisien *reliability* lebih besar dari t_{tabel} , yaitu t_{hitung} (2,295) $>$ t_{tabel} (1,661) maka pada tingkat signifikansi 5% H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 95% terdapat pengaruh signifikan dan nyata antara variabel *reliability* terhadap kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport.

d. Pengaruh *Responsiveness* (X_4) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil perhitungan pada tabel didapat nilai t_{hitung} untuk *responsiveness* sebesar 2,937 dan dari t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat bebas (db)= 94 untuk pengujian satu sisi diperoleh nilai t_{tabel} (1,661). Dengan kriteria pengujian satu sisi pihak kanan (positif) adalah “tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ”, karena nilai t_{hitung} untuk koefisien *responsiveness* lebih besar dari t_{tabel} , yaitu t_{hitung} (2,937) $>$ t_{tabel} (1,661) maka pada tingkat signifikansi 5% H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat

kepercayaan 95% terdapat pengaruh signifikan dan nyata antara variabel *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport.

e. Pengaruh *Assurance* (X_5) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil perhitungan pada tabel didapat nilai t_{hitung} untuk *assurance* sebesar 3,270 dan dari t_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat bebas (db)= 94 untuk pengujian satu sisi diperoleh nilai t_{tabel} (1,661). Dengan kriteria pengujian satu sisi pihak kanan (positif) adalah “tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ”, karena nilai t_{hitung} untuk koefisien *assurance* lebih besar dari t_{tabel} , yaitu t_{hitung} (3,270) $>$ t_{tabel} (1,661) maka pada tingkat signifikansi 5% H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 95% terdapat pengaruh signifikan dan nyata antara variabel *assurance* terhadap kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport.

f. Rekapitulasi Pengujian Secara Parsial (Uji-t)

Dengan kriteria pengujian satu sisi pihak kanan (positif) adalah “tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ”, karena nilai t_{hitung} untuk koefisien (X_1) lebih kecil dari t_{tabel} , yaitu t_{hitung} (-1,546) $<$ t_{tabel} (1,661) maka pada tingkat signifikansi 5% H_0 diterima dan H_a ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 95% tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel *tangible* terhadap kepuasan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport. Sedangkan untuk koefisien (X_2), (X_3), (X_4), (X_5) t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , yaitu t_{hitung} (2,652) $>$ t_{tabel} (1,661), t_{hitung} (2,295) $>$ t_{tabel} (1,661), t_{hitung} (2,937) $>$ t_{tabel} (1,661), t_{hitung} (3,270) $>$ t_{tabel} (1,661), maka pada tingkat signifikansi 5% H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 95% terdapat pengaruh signifikan dan positif secara parsial antara variabel (X_2), (X_3), (X_4) dan (X_5) terhadap kepuasan

konsumen PT Eka Sari Lorena Transport. Adapun rekapitulasi secara parsial (Uji-t) terdapat pada Tabel 20.

Tabel 19 Pengujian koefisien regresi secara parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2,449	2,116		-1,158	,250
Tangible	-,114	,074	-,126	-1,546	,125
Emphaty	,303	,114	,221	2,652	,009
Reliability	,234	,102	,188	2,295	,024
Responsiveness	,387	,132	,284	2,937	,004
Assurance	,433	,132	,318	3,270	,002

Keterangan: a. Dependent Variable: Y

Tabel 20 Rekapitulasi secara parsial (Uji-t)

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Ha	Ho
<i>Tangible</i>	1,546	1,661	Ditolak	Diterima
<i>Emphaty</i>	2,652	1,661	Diterima	Ditolak
<i>Reliability</i>	2,295	1,661	Diterima	Ditolak
<i>Responsiveness</i>	2,937	1,661	Diterima	Ditolak
<i>Assurance</i>	3,270	1,661	Diterima	Ditolak

2. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa nilai F_{hitung} adalah 18,648 dan diperoleh nilai F_{tabel} untuk $\alpha = 0,05$ dengan derajat bebas $v_1 = 5$ dan $v_2 = 94$ adalah sebesar 2,31. Karena F_{hitung} lebih besar dibanding F_{tabel} maka H_0 ditolak, dan H_a diterima. Artinya dengan tingkat kepercayaan 95% dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh dari *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* terhadap kepuan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport.
3. Untuk pengujian secara parsial dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas jasa *Tangibel* tidak terdapat pengaruh signifikan dan positif terhadap terhadap kepuan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport. Sedangkan pada dimensi kualitas jasa *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance* terdapat pengaruh signifikan dan positif terhadap terhadap kepuan konsumen PT Eka Sari Lorena Transport.
4. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai $R=0,706$. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel bersifat searah dan kuat, artinya kenaikan nilai-nilai X (*tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance*) akan diikuti dengan kenaikan nilai-nilai Y (kepuasan penumpang), atau sebaliknya.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut.

1. Tanggapan penumpang (responden) terhadap kualitas jasa yang diberikan oleh PT. Eka Sari Lorena Transport berdasarkan 5 dimensi kualitas jasa yang terdiri dari *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa PT Eka Sari Lorena Transport termasuk kategori baik.

Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh serta pengamatan langsung tentang kualitas jasa di PT Eka Sari Lorena Transport, maka ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan kualitas jasa agar lebih baik, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk lebih meningkatkan kualitas jasa, perlu diadakan program-program pelatihan terhadap supir dan pengawas khususnya pelatihan tentang jasa agar supir dan pengawas lebih memahami secara mendalam tentang pentingnya kualitas jasa.
2. Perusahaan perlu meninjau kembali dan memperhitungkan jumlah armada yang berangkat setiap harinya, hal ini bertujuan untuk mengantisipasi keterlambatan bus datang dan berdampak kepada jadwal pemberangkatan yang tidak tepat waktu sehingga mengecewakan penumpang.
3. Perusahaan perlu melakukan evaluasi secara berkala dengan melakukan survei penilaian tentang kepuasan penumpang agar hasil survei tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas jasa yang bertujuan memberikan kepuasan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta, Jakarta.

Dajan, Anto. 1996. *Pengantar Metode Statistik Jilid I dan II*, PT. Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta.

Dirgantoro, Crown. 2001. *Manajemen Stratejik (Konsep, Kasus, dan Implementasi)*, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.

Febrianto, Lucky. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Bus Damri Kota Semarang*, Skripsi, Universitas Gunadarma Jakarta.

Fraenkel, R.J & Wallen, N.C. 2006. *How to Design and Evaluate Research in Education*, Mc. Graw Hill, London.

Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Husein Umar, 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, PT Gramedia Pustaka, Jakarta.

Indriantoro, Nur & Supomo, Bambang. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua*, BFEE UGM, Yogyakarta.

Keluhan dan Komplain Penumpang. <http://www.lorena-transport.com/hubungi-kami/> di akses tanggal 13 Juli 2016.

Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, PT. Prenhallindo, Jakarta.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran 1, Edisi Milenium*, Prenhalindo, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat*, Jakarta.

Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Salemba Empat, Jakarta.

Madura, Jeff. 2001. *Pengantar Bisnis, Edisi Pertama*, Salemba Empat, Jakarta.

Moh. Nazir, 2003. *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Parasuraman, A. dkk. 1988. *Servqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*. *Journal of Retailing*, Vol. 64. pp 12-40.

PROFIL PERUSAHAAN. <http://www.lorenakarina.com/profile.html>. Di akses tanggal 13 Juli 2016.

Sarwono, Jonathan. 2003. *Panduan cepat dan Mudah SPSS21.*, Andy, Bandung.

- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. Metode Penelitian Survei, PT. Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta.
- Sugiyono, 2004. Metode Penelitian Bisnis, CV Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. 2005. Service, Quality & Satisfaction, Andy, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. Manajemen Jasa, Andy, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2006, Pemasaran Jasa, Bayumedia Publishing, Malang.
- Umar, Husein. 2005. Studi Kelayakan Bisnis (Edisi ketiga), PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Warsito, Hermawan. 1992. Pengantar Metodologi Penelitian. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.