

# KUALITAS PELAYANAN ANGKUTAN KOTA (ANGKOT) BERBASIS STANDAR PELAYANAN MINIMAL (SPM) TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG PADA WILAYAH KOTA BOGOR

Rizaldi Darmawan<sup>1</sup>, Titiek Tjahja Andari<sup>2</sup>, Endang Silaningsih<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas Djuanda, Indonesia

Corresponding author : [titiek.tjahja@gmail.com](mailto:titiek.tjahja@gmail.com)

---

## Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bagaimana penilaian konsumen pada indikator Standar Pelayanan Minimal (keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan dan keteraturan) terhadap kepuasan konsumen pada angkutan kota di wilayah Kota Bogor. Tujuan penelitian ini juga untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan berbasis Standar Pelayanan Minimal (keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan dan keteraturan) baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen pada angkutan kota di wilayah Kota Bogor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan dan keteraturan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen angkot Kota Bogor. Sedangkan hasil penelitian secara parsial menunjukkan variabel keselamatan, keterjangkauan dan keteraturan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen angkot Kota Bogor dan variabel keamanan dan kenyamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen angkot Kota Bogor.

**Kata Kunci:** Kualitas pelayanan, Standar pelayanan minimal, angkutan, Kepuasan Konsumen.

---

## I. PENDAHULUAN

Angkutan perkotaan (angkot) menurut Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 98 Tahun 2013 adalah angkutan dari satu tempat ke tempat lain dalam satu kawasan perkotaan dengan menggunakan mobil bus umum atau mobil penumpang umum yang terikat dalam trayek. Angkot merupakan salah satu jasa transportasi umum yang murah. Namun begitu, sebagai angkutan umum angkot diharapkan selalu memberikan kualitas pelayanan terbaik. Menurut (Algifari, 2016) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Kualitas pelayanan juga memiliki Standar Pelayanan Minimal (SPM), standar pelayanan minimal merupakan standar pelayanan minimal angkutan orang dengan kendaraan bermotor umum dalam trayek mengenai jenis dan mutu pelayanan yang berhak diperoleh setiap pengguna jasa angkutan. Indikator SPM ini meliputi keamanan, keselamatan, kenyamanan, kesetiaan, keterjangkauan dan keteraturan Berdasar enam indikator tersebut saling mendukung untuk dapat terwujudnya suatu kualitas pelayanan yang baik (Permenhub Nomor PM 98 Tahun 2013).

Kota Bogor merupakan salah kota di Provinsi Jawa Barat yang memiliki stigma selain sebagai kota hujan juga sebagai kota 1000 angkot. Menurut data dari Dinas Perhubungan Kota Bogor (2021), jumlah angkot di Bogor yang resmi tercatat adalah

3.412 unit kendaraan dengan rute keberangkatan sebanyak 23 trayek yang mengelilingi Kota Bogor dan sekitarnya. Berikut data jumlah armada dan jaringan pelayanan di Kota Bogor, sebagai berikut :

**Tabel 1 Jumlah Armada Dan Jaringan Pelayanan Angkutan Umum Di Wilayah Kota Bogor Pada Tahun 2020**

No	Nama Trayek	Jumlah Armada (Unit)	Presentase (%)
1	23 trayek Angkutan Kota (AK)	3.412	43,36
2	10 trayek Angkutan (Perkotaan) Antar Kota Dalam Provinsi (AKDP)	4.426	56,25
3	Koridor Angkutan Masal Trans Pakuan	30	38,12
<b>Jumlah Armada</b>		<b>7.868</b>	

Sumber : Dokumentasi Dishub Kota Bogor, 2021

Berdasar Tabel 1 jumlah armada angkutan umum yang ada di Kota Bogor sebanyak 7.868 unit armada, dimana angkot memberi kontribusi mencapai 43,36% dari seluruh pelayanan angkutan umum Kota Bogor. Banyaknya angkot di Kota Bogor membuat Kota Bogor distigmakan sebagai kota seribu angkot. Keberadaan angkot tersebar di sejumlah titik dan membuat kemacetan dimana-mana.

Pada saat ini kendaraan atau armada angkot milik beberapa koperasi jasa angkutan kota baik milik pribadi perseorangan maupun kerjasama dengan beberapa pemilik atau donatur yang memiliki visi dan misi yang sama untuk mendapatkan keuntungan. Berikut terdapat beberapa koperasi jasa angkutan kota di wilayah Kota Bogor, yaitu :

**Tabel 2 Hasil Pra Survey Keluhan Konsumen Tentang Pelayanan Angkot Bogor Berbasis Standar Pelayanan Minimal**

No	Indikator	Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan
1	Keamanan	Operator (supir) Angkot masih dibawah umur atau tidak memiliki SIM (Surat Izin Mengemudi)	6
2	Keselamatan	Operator (supir) Angkot ugal-ugalan terkadang tidak memikirkan keselamatan konsumen	13
3	Kenyamanan	Penumpang/konsumen melebihi kapasitas daya angkut penumpang	7
4	Keterjangkauan	Tarif yang tidak terintegrasi sehingga konsumen membayar mahal	5
5	Keteraturan	Terlalu banyak menghabiskan waktu untuk menunggu konsumen (ngetem)	9
<b>Jumlah Keluhan</b>			<b>40</b>
<b>Total Follower Instagram Konsumen</b>			<b>17.900</b>
<b>Persentase (%)</b>			<b>0,22</b>

Sumber: Dokumentasi Dishub Kota Bogor, 2021

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa tingkat keluhan konsumen selama periode tahun 2021 mencapai 0,22%. Berdasar Indikator Standar Pelayanan Minimal Angkutan Kota (SPM angkutan kota) menurut Permenhub Nomor PM 10 tahun 2012 diantaranya keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan dan keteraturan.

Dari latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian yang berjudul "Kualitas Pelayanan Angkutan Kota (Angkot) Berbasis Standar Pelayanan Minimal (SPM) Terhadap Kepuasan Penumpang Pada Wilayah Kota Bogor".

## II. METODOLOGI

(Alma, 2016) jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpusat, tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak. Menurut Selanjutnya, (Lupiyoadi, 2014) mengemukakan definisi jasa adalah selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan barang, melainkan suatu proses atau aktivitas di mana berbagai aktivitas tersebut tidak berwujud.

Berdasarkan definisi di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa jasa merupakan tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, jasa tidak bisa diraba dan dilihat tapi hanya bisa dirasakan bagi konsumen yang telah membelinya atau menggunakannya.

(Tjiptono, Pemasaran Jasa, 2014) Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Menurut (Lupiyoadi, 2014) fasilitas merupakan bukti fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan pelanggan. Ada dua jenis bukti fisik, yaitu: 1) Fasilitas utama (essential evidence), 2) Fasilitas pendukung (peripheral evidence).

Menurut (Algifari, 2016) pelayanan suatu bentuk yang diselenggarakan oleh penyedia layanan (produsen atau instansi pemerintah) kepada pengguna pelayanan tersebut. Pelayanan dapat berupa barang yang dihasilkan dari suatu proses produksi atau dapat pula berupa pelayanan yang ditawarkan. Menurut (Algifari, 2016) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Dari beberapa pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan yang harus dilakukan atau disediakan oleh penyedia jasa untuk mewujudkan harapan konsumen.

Untuk mengukur keberhasilan kualitas layanan angkutan kota dapat diukur dengan indikator standar pelayanan minimal (SPM) angkutan orang dengan kendaraan bermotor (PM 98 tahun 2013). Standar pelayanan minimal menurut Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM. 98 tahun 2013 yaitu:

- a. Keamanan : Keamanan, Identitas awak kendaraan, Lampu penerangan, Kaca film, Lampu isyarat tanda bahaya
- b. Keselamatan :Awak kendaraan, Sarana
- c. Kenyamanan :Daya angkut,Fasilitas kebersihan, Keterjangkauan
- d. Keteraturan : Informasi pelayanan, waktu

(Sunnyoto, 2016) Kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Pengertian kepuasan konsumen menurut (Keller, 2016) itu sendiri adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan

dengan membandingkan kinerja atau hasil produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan. Sedangkan menurut (Tjiptono, Total, Quality & Manajemen, 2016) mengatakan bahwa Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau norma kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen yaitu mengenai apa yang telah dirasakan konsumen atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang konsumen inginkan. Konsumen akan merasa puas bila keinginan konsumen telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yang di kuantitatifkan. Jenis datanya adalah data utama atau primer, data diperoleh melalui hasil kuesioner dari responden penelitian yang telah ditentukan. Kemudian data pendukung atau sekunder diperoleh dari perusahaan seperti dokumen jumlah armada atau angkutan umum yang dibawah pengelolaan Dinas Perhubungan Kota Bogor, struktur organisasi dan publikasi yang sudah dalam bentuk jadi.

### Operasional Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal, yaitu skala yang berbentuk peringkat atau rangking, antar peringkat jaraknya tidak sama (Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, 2017). Sebelum dilakukan pengujian dengan regresi berganda, perlu terlebih dahulu menggunakan skala pengukuran dalam data yang dikumpulkan masih skala ordinal. Secara lebih rinci operasionalisasi variable dapat dilihat pada table 3 berikut ini:

**Tabel 3 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Konsep Variabel	Sub Variabel	Konsep Sub Variabel	Indikator	Skala Ukur
Standar Minimal Kota (X)	Pelayanan Angkutan (X <sub>1</sub> )	Keamanan merupakan standar minimal yang harus dipenuhi untuk terbebasnya pengguna jasa dari gangguan perbuatan melawan hukum atau rasa takut. (Sumber: Permenhub Nomor PM. 10 tahun 2012 : 6)	1. Identitas Kendaraan 2. Identitas Awak Kendaraan 3. Lampu penerangan 4. Kaca Film 5. Lampu tanda isyarat bahaya	Ordinal
Standar Minimal orang kendaraan umum dalam trayek mengenai jenis dan mutu pelayanan yang berhak diperoleh setiap pengguna jasa angkutan. (Sumber: Permenhub Nomor PM. 98 Tahun 2013:2)	Keselamatan (X <sub>2</sub> )	Keselamatan merupakan standar minimal yang harus dipenuhi untuk terhindarnya dari risiko kecelakaan disebabkan oleh faktor manusia, sarana dan prasarana. (Sumber: Permenhub Nomor PM. 10 tahun 2012 : 6)	1. Awak kendaraan 2. Sarana	Ordinal
	Kenyamanan (X <sub>3</sub> )	Kenyamanan merupakan standar minimal yang harus dipenuhi untuk memberikan suatu kondisi nyaman, bersih, indah dan sejuk yang dapat dinikmati pengguna jasa.	1. Daya angkut 2. Fasilitas Kebersihan	Ordinal

(Sumber: Permenhub Nomor PM. 10 tahun 2012 : 7)

Keterjangkauan (X <sub>4</sub> )	Keterjangkauan merupakan standar minimal yang harus dipenuhi untuk memberikan kemudahan bagi pengguna jasa mendapatkan akses angkutan massal berbasis jalan dan tarif yang terjangkau. (Sumber: Permenhub Nomor PM. 10 tahun 2012 : 7)	1. Tarif	Ordinal
Keteraturan (X <sub>5</sub> )	Keteraturan merupakan standar minimal yang harus dipenuhi untuk memberikan kapasitas waktu pemberangkatan dan kedatangan mobil bus serta tersedianya fasilitas informasi perjalanan bagi pengguna jasa. (Sumber: Permenhub Nomor PM. 10 tahun 2012 : 8)	1. Informasi pelayanan 2. Waktu	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dengan membandingkan kinerja atau hasil produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan (Sumber: Kotler dan Keller, 2016:153)	1. Kesesuaian Harapan 2. Membeli Kembali ( <i>Re-Purchase</i> ) 3. Kesediaan Merekomendasikan (Menciptakan <i>Word Of Mouth</i> ) (Sumber: Tjiptono, 2019:101)	Ordinal

### Populasi dan Sampel

Jumlah populasi dalam riset ini yaitu penduduk Kota Bogor 1.043.070 jiwa pada tahun 2020. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Probability Sampling dengan prosedur Purposive Sampling. Menurut (Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, 2017) Probability Sampling dapat didefinisikan sebagai teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan menggunakan purposive sampling (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2017) menyatakan bahwa teknik purposive sampling merupakan suatu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu.

**Tabel 4 Penyebaran Kuesioner Penelitian**

No	Titik Lokasi	Jumlah Responden	Trayek Angkutan Kota
1	Tugu Kujang	25	01A, 06, 11, 13 dan 17
2	Depan Mall BTM	25	02, 03, 04, 05, 10, 18 dan 14
3	Terminal Merdeka	25	12, 15, 16 dan 20

---

Sumber: Data Diolah,  
2021

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda (multiple regression analysis) digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen dinaikkan atau diturunkan nilainya. Analisis regresi linear berganda sangat bermanfaat untuk meneliti pengaruh beberapa variabel yang berkorelasi dengan variabel yang diuji (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2017) Model analisis yang digunakan adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

$\alpha$  : Konstanta

$\beta$  : Koefisien Regresi

$\varepsilon$  : Faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian.

### Analisis Korelasi Berganda

Untuk menunjukkan arah serta kuatnya suatu hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen maka digunakan analisis korelasi berganda (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2017). Dalam hal ini mengukur kuat atau lemahnya hubungan antara keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan, keteraturan secara simultan terhadap keputusan konsumen.

### Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam rangka menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu nilai untuk mengukur besarnya kontribusi X terhadap variasi (naik / turunnya) Y, maka dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

### Uji Hipotesis

#### 1. Uji f

Uji ini menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model penelitian mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018) Adapun kriteria keputusan uji F sebagai berikut:

Bila Fhitung lebih kecil dari atau sama dengan FTabel ( $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ ) pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti keamanan (X1), keselamatan (X2), kenyamanan (X3), keterjangkauan (X4), dan keteraturan (X5) secara simultan tidak

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) Angkot Kota Bogor.

Bila  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{Tabel}$  ( $F_{hitung} \geq F_{Tabel}$ ) pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti keamanan (X1), keselamatan (X2), kenyamanan (X3), keterjangkauan (X4), dan keteraturan (X5) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) Angkot Kota Bogor.

## 2. Uji t

Uji t ialah uji signifikansi parameter individual yang akan menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Adapun kriteria keputusan uji t adalah sebagai berikut:

Untuk keamanan (X1) bila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari atau sama dengan  $t_{Tabel}$  ( $t_{hitung} \leq t_{Tabel}$ ) pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya keamanan (X1) tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Angkot Kota Bogor. Sedangkan apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{Tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{Tabel}$ ) pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya keamanan (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Angkot Kota Bogor.

Untuk keselamatan (X2) bila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari atau sama dengan  $t_{Tabel}$  ( $t_{hitung} \leq t_{Tabel}$ ) pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya keselamatan (X2) tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Angkot Kota Bogor. Sedangkan apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{Tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{Tabel}$ ) pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya keselamatan (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Angkot Kota Bogor.

Untuk kenyamanan (X3) bila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari atau sama dengan  $t_{Tabel}$  ( $t_{hitung} \leq t_{Tabel}$ ) pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya kenyamanan (X3) tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Angkot Kota Bogor. Sedangkan apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{Tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{Tabel}$ ) pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya kenyamanan (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Angkot Kota Bogor.

Untuk keterjangkauan (X4) bila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari atau sama dengan  $t_{Tabel}$  ( $t_{hitung} \leq t_{Tabel}$ ) pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya keterjangkauan (X4) tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Angkot Kota Bogor. Sedangkan apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{Tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{Tabel}$ ) pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya keterjangkauan (X4) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Angkot Kota Bogor.

Untuk keteraturan (X5) bila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari atau sama dengan  $t_{Tabel}$  ( $t_{hitung} \leq t_{Tabel}$ ) pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya keteraturan (X5) tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Angkot Kota Bogor. Sedangkan apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{Tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{Tabel}$ ) pada  $\alpha = 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya keteraturan (X5) mempunyai

pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Angkot Kota Bogor.

### III. HASIL DAN DISKUSI

#### Karakteristik Konsumen

Berdasarkan dari hasil pengumpulan data melalui kuesioner yang dilakukan dalam penelitian ini, maka diperoleh 100 sampel pengguna jasa angkot Kota Bogor, dengan rekapitulasi sebagai berikut:

**Tabel 5 Rekapitulasi Karakteristik Konsumen**

No	Jenis Karakteristik	Karakteristik Konsumen	Jumlah Konsumen	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Perempuan	59	59
2	Usia	17-24 Tahun	50	50
3	Pendidikan	SLTA	50	50
4	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	31	31
5	Pendapatan	Rp 2.000.000	43	43
6	Frekuensi	> 10 Kali Seminggu	55	55
7	Maksud Perjalanan	Lainnya (Belanja, Silaturahmi, dan lain-lainnya)	56	56

Sumber: Data diolah, 2022

Dari Tabel 5 tersebut dapat disimpulkan bahwa karakteristik konsumen yang mengisi kuesioner adalah didominasi oleh perempuan, berusia antara 17-24 tahun, yang banyak menggunakan angkot pelajar/mahasiswa, ada juga yang memiliki riwayat pendidikan terakhir SLTA dan pendapatan dibawah Rp 2.000.000, frekuensi menggunakan angkot Kota Bogor sebanyak >10 kali seminggu dengan maksud perjalanan untuk keperluan pribadi atau lainnya.

#### Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Keamanan

Keamanan dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel independen yang terdiri dari 5 indikator yaitu identitas kendaraan, identitas awak kendaraan, lampu penerangan, kaca film, dan lampu bahaya. Berikut ini adalah hasil analisis tanggapan para konsumen terkait indikator keamanan.

**Tabel 6 Penilaian Konsumen terhadap Variabel Keamanan**

No	Indikator	Penilaian Konsumen	Kriteria	Interpretasi
1	Identitas kendaraan	4,37	Sangat Baik	Sebagian besar konsumen sangat setuju jika identitas kendaraan dilengkapi dengan adanya nomor kendaraan dan nama trayek yang lebih membantu konsumen dalam memilih kendaraan mana yang akan ditumpangi.
2	Identitas Awak Kendaraan	3,81	Baik	Sebagian besar konsumen setuju, karena dengan awak kendaraan menggunakan pakaian seragam maka akan terlihat lebih rapih dapat dikenali oleh konsumen.
3	Lampu Penerangan	4,37	Sangat Baik	Sebagian besar dari konsumen menyadari keberadaan angkot Kota Bogor dengan



				lampu penerangan memberikan keamanan konsumen dalam perjalanan menggunakan angkot Kota Bogor.
4	Kaca Film	3,82	Baik	Sebagian besar dari konsumen angkot Kota Bogor setuju dengan adanya kaca film disetiap angkot, karena bisa menghambat cahaya matahari langsung masuk serta dapat membuat konsumen angkot tidak terlalu panas saat dalam perjalanan.
5	Lampu Tanda Bahaya	4,35	Sangat Baik	Sebagian besar dari konsumen menyadari adanya lampu tanda bahaya pada angkot Kota Bogor memberikan rasa keamanan untuk konsumen maupun pengendara lainnya.
<b>Rata – rata</b>		<b>4,14</b>	<b>Sangat Baik</b>	Sebagian besar konsumen angkot Kota Bogor merasakan keamanan yang sangat baik dengan adanya identitas kendaraan, identitas awak kendaraan, lampu penerangan, kaca film, dan lampu tanda bahaya yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa Lampu Penerangan mendapatkan nilai tertinggi (4,37) sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada indikator Identitas Awak Kendaraan (3,81) pada umumnya keamanan yang dilakukan angkot dapat dikatakan baik dan berhasil. Hal tersebut demikian terlihat pada skor rata-rata penilaian konsumen yaitu 4,14 yang berarti keamanan yang dilakukan pada angkot sudah baik.

### Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Keselamatan

Keamanan dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel independen yang terdiri dari 13 indikator yaitu Awak kendaraan Sub Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengoperasian Kendaraan pertama, Awak kendaraan Sub Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengoperasian Kendaraan Ke-dua, Awak kendaraan Sub Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengoperasian Kendaraan Ke-tiga, Awak kendaraan Sub Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengoperasian Kendaraan ke-empat, Awak kendaraan Sub Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengoperasian Kendaraan Ke-lima, Awak kendaraan Sub Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengoperasian Kendaraan Ke-enam, Awak kendaraan Sub kompetensi pertama, Awak kendaraan Sub kompetensi kedua, Awak kendaraan Sub kompetensi ke-tiga, Awak kendaraan Sub Kondisi fisik, Sarana peralatan keselamatan, Sarana fasilitas kesehatan, Sarana informasi tanggap darurat. Berikut ini adalah hasil analisis tanggapan para konsumen terkait indikator keselamatan.

**Tabel 7 Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Keselamatan**

No	Indikator	Penilaian Konsumen	Kriteria	Interpretasi
1	Awak kendaraan Sub Standar Operasional	4,42	Sangat Baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor sangat setuju jika pengemudi mengutamakan

	Prosedur (SOP) Pengoperasian Kendaraan pertama			keselamatan dan prosedur SOP demi untuk keselamatan konsumen.
2	Awak kendaraan Sub Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengoperasian Kendaraan Ke-dua	4,35	Sangat Baik	Hal ini menunjukkan bahwa konsumen angkot Kota Bogor sangat setuju jika konsumen membayar sesuai dengan jarak tempuh yang dilewati dan pengemudi juga meminta tarif sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan.
3	Awak kendaraan Sub Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengoperasian Kendaraan Ke-tiga	4,37	Sangat Baik	Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan dari konsumen angkot Kota Bogor sangat setuju jika pengemudi mengangkut konsumen tidak melebihi kapasitas untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.
4	Awak kendaraan Sub Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengoperasian Kendaraan Ke-empat	4,22	Sangat baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor sangat setuju jika pengemudi memindahkan konsumen jika terjadi kendaraan mogor, rusak, kecelakaan, atau atas perintah petugas tanpa ada biaya tambahan kerana itu merupakan bentuk tanggung jawab dari pihak penyedia jasa.
5	Awak kendaraan Sub Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengoperasian Kendaraan Ke-lima	4,26	Sangat Baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor sangat setuju jika pengemudi menggunakan lajur jalan yang telah ditentukan atau menggunakan lajur paling kiri, kecuali saat akan mendahului atau mengubah arah demi keselamatan bersama.
6	Awak kendaraan Sub Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengoperasian Kendaraan Ke-enam	4,05	Sangat Baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor setuju jika pengemudi menaikkan atau menurunkan konsumen di tempat yang ditentukan untuk keselamatan konsumen dan ketertiban berkendara.
7	Awak kendaraan Sub kompetensi pertama	4,16	Sangat baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor sangat setuju jika pengemudi Pengetahuan tentang rute yang dilayani, tata cara mengangkut orang, dan tata cara berlalu-lintas.
8	Awak kendaraan Sub kompetensi ke-dua	4,26	Sangat baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor sangat setuju jika pengemudi memiliki keterampilan mengemudi agar dapat mengendarai dengan baik untuk keselamatan konsumen dan pengguna jalan lainnya.

9	Awak kendaraan Sub kompetensi ke-tiga	4,20	Sangat baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor setuju jika pengemudi memiliki sikap yang ramah demi kenyamanan konsumen maupun pengemudi.
10	Awak kendaraan Sub Kondisi fisik	4,42	Sangat baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor sangat setuju jika pengemudi Badan dalam keadaan sehat mental dan Pemeriksaan kesehatan. Fisik serta tidak dalam pengaruh narkoba dan alkohol karena jika pengemudi memiliki tubuh yang sehat maka akan lebih fokus dan lebih baik saat berkendara namun jika sebaliknya pengemudi dalam keadaan tidak sehat atau mengkonsumsi alkohol maka akan menyebabkan resiko kecelakaan.
11	Sarana peralatan keselamatan	4,13	Baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor setuju jika setiap kendaraan memiliki fasilitas keselamatan dengan baik.
12	Sarana fasilitas kesehatan	4,00	Baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor setuju jika setiap kendaraan memiliki fasilitas kesehatan untuk mrngantisipasi jika terjadi kecelakaan.
13	Sarana informasi tanggap darurat	4,13	Baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor setuju jika informasi dalam keadaan darurat dan kontak pengaduan ditempel pada tempat yang strategis agar mudah dibaca oleh konsumen pada saat darurat.
<b>Rata – rata</b>		<b>4,22</b>	<b>Sangat Baik</b>	<b>Sebagian besar konsumen menyatakan bahwa memiliki keselamatan yang sangat baik karena pengemudi angkot Kota Bogor mematuhi peraturan sesuai dengan SOP dan mengemudi dengan keadaan kondisi fisik sehat.</b>

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa Awak Kendaraan mendapatkan nilai tertinggi (4,42) sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada indikator Sarana Sub Peralatan (4,00) pada umumnya keselamatan yang difasilitasi angkot dapat dikatakan baik dan berhasil. Hal tersebut demikian terlihat pada skor rata-rata penilaian konsumen yaitu 4,22 yang berarti keselamatan fasilitas kesehatan yang disediakan pada angkot sudah baik.

### Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Kenyamanan

Kenyamanan dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel independen yang terdiri dari 2 indikator yaitu fasilitas kebersihan dan daya angkut. Berikut ini adalah hasil analisis tanggapan para konsumen terkait indikator kenyamanan.

**Tabel 8 Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Indikator Kenyamanan**

No	Indikator	Penilaian Konsumen	Kriteria	Interpretasi
1	Fasilitas kebersihan	3,95	Baik	Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor memiliki opini agar fasilitas kebersihan di angkot Kota Bogor lebih diperhatikan dengan adanya tempat sampah didalam kendaraan.
2	Daya Angkut	4,39	Sangat Baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor sangat setuju jika pengemudi mengangkut konsumen sesuai dengan kapasitas karena akan membuat konsumen merasakan kenyamanan saat berada didalam angkot selama perjalanan.
<b>Rata – rata</b>		<b>4,17</b>	<b>Baik</b>	<b>Sebagian besar konsumen angkot Kota Bogor menyatakan kenyamanan baik dan merasakan kenyamanan jika pengemudi mengangkut konsumen sesuai dengan kapasitas.</b>

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa daya angkut mendapatkan nilai tertinggi (4,39) sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada indikator fasilitas kebersihan (3,95) pada umumnya kenyamanan diangkot dapat dikatakan baik dan berhasil. Hal tersebut demikian terlihat pada skor rata-rata penilaian konsumen yaitu 4,17 yang berarti kenyamanan yang diberikan angkot kepada konsumen sudah baik.

### Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Keterjangkauan

Keterjangkauan dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel independen yang terdiri dari 2 indikator yaitu keterjangkauan harga dan ketetapan harga. Berikut ini adalah hasil analisis tanggapan para konsumen terkait indikator keterjangkauan.

**Tabel 9 Penilaian Konsumen Terhadap Keterjangkauan**

No	Indikator	Penilaian Konsumen	Kriteria	Interpretasi
1	Tarif sub pertama (keterjangkauan harga)	4,26	Sangat Baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen sangat setuju jika tarif yang dibayarkan terjangkau dari berbagai kalangan manapun.
2	Tarif sub kedua (ketetapan harga)	4,38	Sangat Baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen sangat setuju jika tarif sub kedua yang dibayarkan sesuai dengan yang telah ditetapkan dari penyedia jasa.
<b>Rata – rata</b>		<b>4,32</b>	<b>Sangat Baik</b>	<b>Mayoritas konsumen angkot Kota Bogor memiliki keterjangkauan terhadap tarif yang</b>

---

telah ditetapkan atau tarif yang diminta oleh penyedia jasa.

---

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat bahwa ketetapan harga mendapatkan nilai tertinggi (4,38) sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada indikator keterjangkauan harga (4,26) pada umumnya indikator keterjangkauan dapat dikatakan baik dan berhasil. Hal tersebut demikian terlihat pada skor rata-rata penilaian konsumen yaitu 4,32 yang berarti keterjangkauan harga dan ketetapan harga yang diberikan angkot kepada konsumen sudah baik.

### Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Keteraturan

Keteraturan dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel independen yang terdiri dari 2 indikator yaitu informasi pelayanan dan waktu berhenti. Berikut ini adalah hasil analisis tanggapan para konsumen terkait indikator keteraturan.

**Tabel 10 Rekapitulasi Rekapian Penilaian Konsumen Terhadap Keteraturan**

No	Indikator	Penilaian Konsumen	Kriteria	Interpretasi
1	Informasi Pelayanan	4,25	Sangat Baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen sangat setuju jika setiap kendaraan memiliki papan informasi baik berbentuk selebaran yang ditempel pada setiap angkot Kota Bogor.
2	Waktu Berhenti	3,99	Baik	Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen angkot Kota Bogor sangat setuju karena dengan adanya keteraturan waktu pada saat berhenti akan membuat perjalanan tidak terhambat serta konsumen bisa sampai tepat pada waktu yang telah diperkirakan.
<b>Rata – rata</b>		<b>4,12</b>	<b>Baik</b>	<b>Mayoritas konsumen angkot Kota Bogor menyatakan bahwa keteraturan dengan indikator informasi pelayanan dan waktu berhenti angkot baik.</b>

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa informasi pelayanan mendapatkan nilai tertinggi (4,25) sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada indikator waktu berhenti (3,95) pada umumnya keteraturan diangkot dapat dikatakan baik dan berhasil. Hal tersebut demikian terlihat pada skor rata-rata penilaian konsumen yaitu 4,12 yang berarti keteraturan yang diberikan angkot kepada konsumen sudah baik.

### Tanggapan Konsumen Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel dependen yang terdiri dari 3 indikator yaitu kesesuaian harapan membeli kembali dan kesediaan merekomendasikan. Berikut ini adalah hasil analisis tanggapan para konsumen terkait indikator kepuasan konsumen.

**Tabel 11 Penilaian Konsumen Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen**

No	Indikator	Penilaian Konsumen	Kriteria	Interpretasi
----	-----------	--------------------	----------	--------------

1	Kesesuaian harapan	4,31	Sangat Puas	Mayoritas konsumen angkot Kota Bogor menyatakan bahwa kesesuaian harapan ketiga sub sangat baik dan sesuai dengan harapan dari konsumen,
2	Membeli kembali ( <i>re-purchase</i> )	3,88	Puas	Mayoritas konsumen angkot Kota Bogor menyatakan bahwa membeli kembali ( <i>re-purchase</i> ) dengan ketiga sub tersebut masih bisa diterima baik untuk menggunakan kembali jasa angkot Kota Bogor.
3	Kesediaan merekomendasikan ( <i>menciptakan word of mouth</i> )	3,89	Puas	Mayoritas konsumen angkot Kota Bogor menyatakan bahwa Kesediaan merekomendasikan ( <i>menciptakan word of mouth</i> ) dengan ketiga sub tersebut baik, hal tersebut juga akan menyebabkan meningkatnya konsumen angkot Kota Bogor.
<b>Rata – rata</b>		<b>4,02</b>	<b>Puas</b>	<b>Kepuasan konsumen angkot Kota Bogor baik, konsumen merasa puas berdasarkan kesesuaian harapan, membeli kembali (<i>re-Purchase</i>), kesediaan merekomendasikan (<i>menciptakan word of mouth</i>).</b>

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat bahwa kesesuaian harapan mendapatkan nilai tertinggi (4,31) sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada indikator membeli kembali (3,88) pada umumnya kepuasan konsumen yang diberikan kepada pihak angkot dikatakan baik dan berhasil. Hal tersebut demikian terlihat pada skor rata-rata penilaian konsumen yaitu 4,02 yang berarti kepuasan konsumen yang diberikan kepada pihak angkot sudah baik.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Bentuk persamaan dihitung menggunakan uji analisis regresi linear berganda. adapun persamaan tersebut adalah untuk mengetahui seberapa jauh atau besarnya pengaruh keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan, dan keteraturan terhadap kepuasan konsumen pada angkot di wilayah Kota Bogor. Hasil perhitungan dengan bantuan IBM SPSS 25 diketahui sebagai berikut.

**Tabel 12 Hasil Analisis Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,336	3,501		1,238	,219
	Keamanan	,228	,186	,121	1,226	,223
	Keselamatan	,185	,074	,287	2,503	,014
	Kenyamanan	,295	,353	,092	,835	,406
	Keterjangkauan	,865	,257	,250	3,365	,001
	Keteraturan	,905	,294	,278	3,075	,003

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 12 tersebut maka diperoleh suatu persamaan regresi dengan model sebagai berikut.

$$Y = 4,336 + 0,228X_1 + 0,185X_2 + 0,295X_3 + 0,865X_4 + 0,905X_5 + \epsilon$$

Hasil persamaan yang dihasilkan dapat diinterpretasikan sbagai berikut:

Nilai konstanta bernilai positif sebesar 4,336 yang artinya pada keamanan, keselamatan, kenyamanan, keteraturan, keterjangkauan tidak berubah ( $X_1, X_2, X_3, X_4$  dan  $X_5 = 0$ ) maka kepuasan konsumen angkot di Kota Bogor positif.

1. Sedangkan nilai faktor  $\beta_1$  keamanan ( $X_1$ ) memiliki koefisien regresi berganda positif sebesar 0,228 yang artinya apabila tingkat keamanan dinaikkan maka akan menaikkan tingkat kepuasan konsumen.
2. Sedangkan nilai faktor  $\beta_2$  keselamatan ( $X_2$ ) memiliki nilai koefisien regresi berganda positif sebesar 0,185 yang artinya apabila tingkat keselamatan dinaikkan maka akan menaikkan tingkat kepuasan konsumen.
3. Sedangkan nilai faktor  $\beta_3$  kenyamanan ( $X_3$ ) memiliki nilai koefisien regresi berganda positif sebesar 0,295 yang artinya apabila tingkat kenyamanan dinaikkan maka akan menaikkan tingkat kepuasan konsumen.
4. Sedangkan nilai faktor  $\beta_4$  keterjangkauan ( $X_4$ ) memiliki nilai koefisien regresi berganda positif sebesar 0,865 yang artinya apabila tingkat keteraturan dinaikkan maka akan menaikkan tingkat kepuasan konsumen.
5. Sedangkan nilai faktor  $\beta_5$  keteraturan ( $X_5$ ) memiliki nilai koefisien regresi berganda positif sebesar 0,905 yang artinya apabila tingkat keterjangkauan dinaikkan maka akan menaikkan tingkat kepuasan konsumen.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut diketahui bahwa variabel keamanan ( $X_1$ ), keselamatan ( $X_2$ ), kenyamanan ( $X_3$ ), keterjangkauan ( $X_4$ ), dan keteraturan ( $X_5$ ) bernilai positif, sehingga menunjukkan apabila kualitas pelayanan ditingkatkan akan diikuti dengan kenaikan kepuasan konsumen, semakin tinggi nilai ke-lima variabel maka kepuasan konsumen pada angkot akan semakin tinggi.

### Analisis Koefisien Korelasi

Besarnya korelasi atau hubungan antara variabel independen yang terdiri dari keamanan ( $X_1$ ), keselamatan ( $X_2$ ), kenyamanan ( $X_3$ ), keterjangkauan ( $X_4$ ), dan keteraturan ( $X_5$ ) dengan variabel dependen kepuasan konsumen ( $Y$ ) adalah dengan melihat  $R$ . Sedangkan determinasi ( $R^2$ ) atau sumbangan pengaruh keamanan ( $X_1$ ), keselamatan ( $X_2$ ), kenyamanan ( $X_3$ ), keterjangkauan ( $X_4$ ), dan keteraturan ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) dapat dilihat pada nilai  $R$  square. Adapun hasil nilai  $R$  dan  $R^2$  adalah sebagai berikut:

**Tabel 13 Hasil Analisis Korelasi Berganda**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,722 <sup>a</sup>	,521	,495	4,590

Predictors: (Constant), keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan, keteraturan  
 Dependent Variabel: Kepuasan konsumen  
 Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan perhitungan statistik tersebut dapat diketahui nilai R atau korelasi sebesar 0,722 yang menunjukkan korelasi atau hubungan dari variabel independen yang terdiri keamanan (X<sub>1</sub>), keselamatan (X<sub>2</sub>), kenyamanan (X<sub>3</sub>), keterjangkauan (X<sub>4</sub>), dan keteraturan (X<sub>5</sub>) dengan kepuasan konsumen (Y) memiliki korelasi yang kuat dan positif (0,601-0,8000), artinya ketika nilai variabel X mengalami peningkatan akan diikuti oleh meningkatnya nilai Y atau sebaliknya.

**Analisis Koefisien Determinasi**

Berdasarkan Tabel 12 hasil perhitungan dapat diketahui nilai Rsquare sebesar 0,521 atau 52,1%. Hal tersebut menunjukan bahwasannya persentase sumbangan pengaruh dari variabel keamanan (X<sub>1</sub>), keselamatan (X<sub>2</sub>), kenyamanan (X<sub>3</sub>), keterjangkauan (X<sub>4</sub>), dan keteraturan (X<sub>5</sub>) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 52,1% sedangkan sisanya sebesar 47,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini, seperti kualitas produk, emosional, harga dan biaya (Lupiyoadi, 2014)

**Uji F**

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel keamanan (X<sub>1</sub>), keselamatan (X<sub>2</sub>), kenyamanan (X<sub>3</sub>), keterjangkauan (X<sub>4</sub>), dan keteraturan (X<sub>5</sub>) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Untuk melihat pengaruh keamanan (X<sub>1</sub>), keselamatan (X<sub>2</sub>), kenyamanan (X<sub>3</sub>), keterjangkauan (X<sub>4</sub>), dan keteraturan (X<sub>5</sub>) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara statistik akan di uji hipotesisnya sebagai berikut:

H<sub>0</sub> : β<sub>i</sub> ≤ 0 :Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel keamanan, keselamatan, kenyamanan, keteraturan, keterjangkauan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

H<sub>a</sub> : β<sub>i</sub> > 0 :Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel keamanan, keselamatan, kenyamanan, keteraturan, keterjangkauan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Untuk membuktikan hipotesis statistika tersebut, maka hasil perhitungan uji F yang diperoleh melalui tabel Analisis Varians (Anova) adalah sebagai berikut.

**Tabel 14 Hasil Uji F**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 RegreSBion	2151,075	5	430,215	20,42	.000 <sup>b</sup>
Residual	1980,235	94	21,066	2	
Total	4131,310	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen



. Predictors: (Constant), keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan, keteraturan

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.56 bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 20,422 sedangkan  $F_{Tabel}$  perlu perhitungan dengan menggunakan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan  $f$  ( $df = n-k$ ) =  $100-5-1 = 94$ . Dengan melihat hasil dari derajat kebebasan maka didapatkan nilai  $F_{Tabel}$  sebesar 2,31 sehingga  $f_{hitung} > f_{Tabel}$  ( $20,422 > 2,31$ ) dan memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya dengan tingkat kepercayaan 95% atau sebesar  $= 0,05$ . Artinya secara simultan variabel keamanan (X1), keselamatan (X2), kenyamanan (X3), keterjangkauan (X4), keteraturan (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

### Uji t

Uji t dilakukan dengan melakukan perbandingan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) maka menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk melihat variabel keamanan (X1), keselamatan (X2), kenyamanan (X3), keterjangkauan (X4), dan keteraturan (X5) dan kepuasan konsumen (Y) maka dapat dilihat pada uji regresi secara parsial pada Tabel 11 di atas.

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat nilai  $t_{hitung}$  dan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  untuk untuk  $\alpha = 0,05$  dengan derajat kebebasan  $100 - 5 - 1 = 94$  sebesar 1,661. Dengan demikian diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 15 Rekapitulasi Pengujian Secara Parsial**

No	Variabel	$t_{hitung}$	Sig.	Kesimpulan
1	Keamanan	1,226	0,223	Tidak pengaruh positif dan signifikan
2	Keselamatan	2,503	0,014	Pengaruh positif dan signifikan
3	Kenyamanan	0,835	0,406	Tidak pengaruh positif dan signifikan
4	Keterjangkauan	3,365	0,001	Pengaruh positif dan signifikan
5	Keteraturan	3,075	0,003	Pengaruh positif dan signifikan

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 15, variabel independen yaitu keamanan (X1) dan kenyamanan (X3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), keselamatan (X2), keterjangkauan (X4), dan keteraturan (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  masing-masing variabel lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  variabel keterjangkauan (X3) menjadi variabel paling dominan dibandingkan variabel keamanan (X1), keselamatan (X2), keterjangkauan (X4), dan keteraturan (X5). Hal ini dikarenakan keterjangkauan (X3) memiliki nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dan didukung nilai probabilitasnya yang kecil, semakin kecil nilai probabilitas signifikan yang didapat maka akan semakin signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dinyatakan bahwa keamanan dan kenyamanan sudah memenuhi standar pelayanan angkot Kota Bogor untuk mencapai kepuasan konsumen.

Berbeda dengan variabel keselamatan, keterjangkauan, dan keteraturan berpengaruh kuat terhadap kepuasan konsumen angkot di Kota Bogor yang mana

sebaiknya instansi Dinas Perhubungan Kota Bogor dan koperasi penyedia jasa angkot di Kota Bogor harus lebih ketat melakukan peningkatan perhatian dan evaluasi untuk kualitas pelayanan pada pelayanan angkot Kota Bogor untuk mencapai kepuasan konsumen sehingga konsumen menjadikan angkot Kota Bogor sebagai moda transportasi umum utama penunjang kegiatan sehari-hari saat diluar rumah pengganti kendaraan pribadi.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan berbasis sistem minimal pelayanan terhadap kepuasan konsumen angkot Kota Bogor, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan atau penilaian konsumen terhadap keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan, keteraturan dan kepuasan konsumen:
  - a. Rata-rata penilaian konsumen terhadap keamanan berada pada kriteria baik dengan indikator identitas kendaraan, identitas awak kendaraan, lampu penerangan, kaca film, lampu tanda bahaya dengan penilaian baik. Adapun indikator identitas kendaraan dan lampu penerangan merupakan nilai tertinggi dengan penilaian sangat baik, sedangkan indikator identitas awak kendaraan merupakan nilai terendah.
  - b. Rata-rata penilaian konsumen terhadap keselamatan berada pada kriteria baik indikator awak kendaraan dan sarana memiliki nilai dengan rata-rata termasuk kategori sangat baik. Adapun indikator awak kendaraan merupakan nilai tertinggi yang artinya nilai tersebut dalam kategori sangat baik. Sedangkan indikator Sarana sub peralatan keselamatan merupakan nilai terendah artinya penumpang angkot Kota Bogor berpendapat bahwa setuju jika setiap kendaraan memiliki fasilitas kesehatan untuk mengantisipasi jika terjadi kecelakaan baik.
  - c. Rata-rata penilaian konsumen terhadap kenyamanan berada pada kriteria baik, variabel kenyamanan untuk indikator fasilitas kebersihan berupa tempat sampah dan kendaraan beroperasi mengangkut penumpang sesuai daya angkut yang diizinkan dengan nilai kenyamanan angkot Kota Bogor baik. Adapun indikator kendaraan beroperasi mengangkut penumpang sesuai daya angkut yang diizinkan nilai tertinggi dengan mendapatkan nilai kategori sangat baik. Sedangkan fasilitas kebersihan merupakan nilai terendah.
  - d. Rata-rata penilaian konsumen terhadap keterjangkauan berada pada kriteria baik, variabel keterjangkauan untuk indikator tarif memiliki nilai rata-rata yang keterjangkauan tarif angkot Kota Bogor sangat baik.
  - e. Rata-rata penilaian konsumen terhadap keteraturan berada pada kriteria baik, variabel keteraturan untuk indikator informasi pelayanan dan waktu berhenti dengan nilai yang artinya keteraturan angkot Kota Bogor baik. Adapun indikator informasi pelayanan nilai tertinggi dengan mendapatkan dalam kategori sangat baik. Sedangkan indikator waktu berhenti merupakan nilai terendah.

- f. Rata-rata penilaian konsumen terhadap kepuasan konsumen berada pada interpretasi sangat baik variabel kepuasan konsumen angkot Kota Bogor baik, penumpang merasa puas berdasarkan kesesuaian harapan, membeli kembali (*re-purchase*), kesediaan merekomendasikan (menciptakan *word of mouth*) dengan ukuran memiliki nilai kepuasan konsumen angkot Kota Bogor baik. Adapun indikator kesesuaian harapan merupakan nilai tertinggi dengan mendapatkan kategori sangat baik. Sedangkan indikator membeli kembali (*re-purchase*) merupakan nilai terendah dengan mendapatkan dengan intreperasi baik.
2. Keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan, dan keteraturan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen angkot Kota Bogor.
3. Keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan dan keteraturan secara parsial terhadap kepuasan konsumen angkot di Kota Bogor sebagai berikut:
  - a. Keamanan (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) angkot Kota Bogor.
  - b. Keselamatan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) angkot Kota Bogor.
  - c. Kenyamanan (X3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) angkot Kota Bogor.
  - d. Keterjangkauan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) angkot Kota Bogor.
  - e. Keteraturan (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) angkot Kota Bogor.

## REFERENSI

- Algifari. (2016). *Mengukur Kualitas Layanan cekatakan ke-1*. Yogyakarta: BPFE.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Keller, P. K. (2016). *Marketing Managemen. 15th Edition*. New York City: Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. Edisi ke-3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2016). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: Penerbit Medpress.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Total, Quality & Manajemen*. Yogyakarta: Andi.