



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN  
TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG PERUM DAMRI  
SUMATERA UTARA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains  
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

**DEPITA BR TARIGAN  
1715310049**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN  
2021**



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**N A M A** : DEPITA BR TARIGAN  
**NPM** : 1715310049  
**PROGRAM STUDI** : MANAJEMEN  
**JENJANG** : S-1 ( Strata Satu )  
**JUDUL SKRIPSI** : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Citra  
Perusahaan Terhadap Kepuasan Penumpang  
PERUM Damri SUMATERA UTARA

MEDAN, 23 Desember 2021

**KETUA PROGRAM STUDI**

(Bapak Husni Muharram Ritonga, BA.,MSc.M)



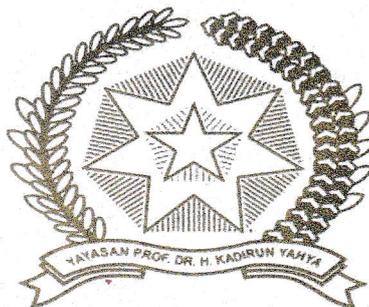
(Dr. Onny Medalinne,SH.M.Kn )

**PEMBIMBING I**

( M. Dharma Tuah Putra Nasution SE.,M.M,)

**PEMBIMBING II**

( Yossie Rossanty SE., M.M )



**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN**

**SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH PANITIA UJIAN  
SARJANA LENGKAP FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**

**PERSETUJUAN UJIAN**

**N A M A** : DEPITA BR TARIGAN  
**NPM** : 1715310049  
**PROGRAM STUDI** : MANAJEMEN  
**JENJANG** : S- 1 (Strata Satu)  
**JUDUL SKRIPSI** : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra  
Perusahaan Terhadap Kepuasan Penumpang  
PERUM Damri SUMATERA UTARA

MEDAN, 23 Desember 2021

**KETUA**

  
(Dr. Elfitra Desy Surya, S.E., M.M)

**ANGGOTA I**

  
(M. Dharma Tuah Putra Nasution SE., M.M)

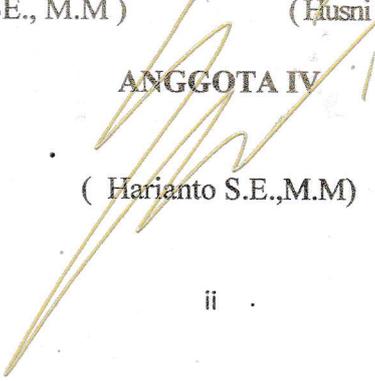
**ANGGOTA II**

  
(Yossie Rossanty SE., M.M)

**ANGGOTA III**

  
(Husni Muharram Ritonga, BA., MSc.M)

**ANGGOTA IV**

  
( Harianto S.E., M.M)

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Depita Br Tarigan  
NPM : 1715310049  
Fakultas/Program Studi : Sosial Sains / Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Penumpang PERUM Damri SUMATERA UTARA

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat)
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Universitas Pembangunan Panca Budi untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, 23 desember 2021



**Depita Br Tarigan**  
**NPM: 1715310049**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Depita Br Tarigan  
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 17 Desember 1999  
NPM : 1715310049  
Fakultas : Sosial Sains  
Program Studi : Manajemen  
Alamat : Kampung Tanjung

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya tidak akan lagi melakukan ujian perbaikan nilai di masa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 23 Desember 2021  
Yang membuat pernyataan



**Depita BR Tarigan**  
**NPM: 1715310049**



# UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

## FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

(TERAKREDITASI)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

(TERAKREDITASI)

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

(TERAKREDITASI)

PROGRAM STUDI ILMU HUKUM

(TERAKREDITASI)

PROGRAM STUDI PERPAJAKAN

(TERAKREDITASI)

### PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR\*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap

DEPITA BR TARIGAN

Tempat/Tgl. Lahir

KAMPUNG TANJUNG / 17 Desember 1999

Nomor Pokok Mahasiswa

1715310049

Program Studi

Manajemen

Konsentrasi

Manajemen Pemasaran

Jumlah Kredit yang telah dicapai

137 SKS, IPK 3.47

Nomor Hp

085270576589

Dengan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

No.	Judul
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Penumpang Perum DAMRI Sumatera Utara

Catatan : Disetujui Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul



\*Catatan : Tidak Perlu

Rektor I,

(Lalyo Pramono, S.E., M.M.)

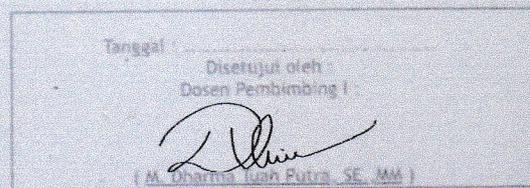
Medan, 17 Juni 2021

Permohonan

(Depita Br Tarigan)



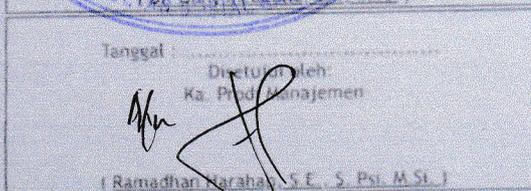
(M. Dharma (Iqbal Putra, SE, MM))



Tanggal

Disetujui oleh  
Dosen Pembimbing I

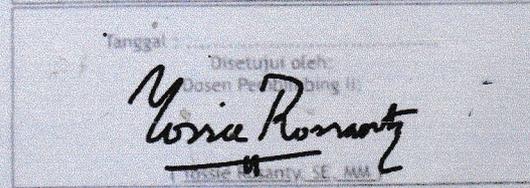
(M. Dharma (Iqbal Putra, SE, MM))



Tanggal

Disetujui oleh  
Ka. Prodi Manajemen

(Ramadhan Harahap, S.E., S.Psi, M.Si.)



Tanggal

Disetujui oleh  
Dosen Pembimbing II

(Yoris Romantzy, SE, MM)

No. Dokumen: FM-UPBM-18-02

Revisi: 0

Tgl. Efj: 22 Oktober 2018

Sumber dokumen: <http://mahasiswa.pancabudi.ac.id>

Dicetak pada: Kamis, 17 Juni 2021 19:22:32



**YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA**  
**PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI**  
Jl. Jend. Gatot Subroto KM. 4,5 Medan Sunggal, Kota Medan Kode Pos 20122

**SURAT BEBAS PUSTAKA**  
**NOMOR: 915/PERP/BP/2021**

Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan  
nama saudara/i:

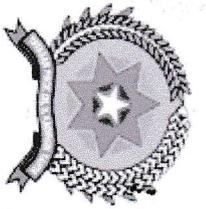
Nama : DEPITA BR TARIGAN  
M. : 1715310049  
Kelas/Semester : Akhir  
Jurusan : SOSIAL SAINS  
Fakultas/Prodi : Manajemen

Sejak tanggal 17 November 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku  
juga tidak lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 17 November 2021  
Diketahui oleh,  
Kepala Perpustakaan

  
  
Rahmad Budi Utomo, ST.,M.Kom

Revisi : 01  
Efektif : 04 Juni 2015



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

## UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

Jl. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 PO. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808

MEDAN - INDONESIA

Website : [www.pancabudi.ac.id](http://www.pancabudi.ac.id) - Email : [admin@pancabudi.ac.id](mailto:admin@pancabudi.ac.id)

### LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : DEPITA BR TARIGAN  
NPM : 1715310049  
Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu  
Dosen Pembimbing : Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution, SE.,MM  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Penumpang Perum DAMRI Sumatera Utara

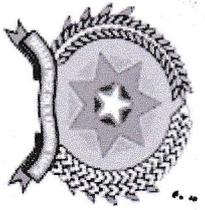
Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
11 Agustus 2021	ACC Seminar Proposa	Disetujui	
24 November 2021	ACC Sidang Meja Hijau	Disetujui	
09 Februari 2022	ACC JILID LUX	Disetujui	

Medan, 15 Februari 2022

Dosen Pembimbing,



Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution, SE.,MM



YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

## UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

Jl. Jend. Gatot Subroto KM 4,5 P.O. BOX 1099 Telp. 061-30106057 Fax. (061) 4514808  
MEDAN - INDONESIA  
Website : [www.pancabudi.ac.id](http://www.pancabudi.ac.id) - Email : [admin@pancabudi.ac.id](mailto:admin@pancabudi.ac.id)

### LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : DEPIITA BR TARIKAN  
NPM : 1715310049  
Program Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu  
Dosen Pembimbing : Yossie Rosanty, SE, MM  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap kepuasan Penumpang Perum DAMRI Sumatera Utara

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
17 Juni 2021	Tolong perbaikan sesuai file yang saya kirim. Ikuti pedoman penulisan skripsi UNPAB	Revisi	
22 Juni 2021	Tolong diperbaiki ya	Revisi	
01 Juli 2021	Tolong diperbaiki ya depita	Revisi	
12 Juli 2021	Tolong diketik ulang dengan menggunakan kata-kata sendiri.	Revisi	
04 Agustus 2021	ACC Seminar Proposal	Disetujui	
27 Oktober 2021	Tolong dibuat bab 4 dan 5 seperti yang file yang saya kirimkan ke Whatsapp	Revisi	
18 November 2021	Acc Sidang Meja Hijau	Disetujui	
09 Februari 2022	ACC Jilid lux	Disetujui	

Medan, 15 Februari 2022

Dosen Pembimbing,



## SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa saurat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir/ Skripsi/Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan.

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.



Erhan Mubarak Ritonga, BA., MSc

No. Dokumen : PM-UJMA-06-02	Revisi : 00.	Tgl Eff : 23 Jan 2019
-----------------------------	--------------	-----------------------

Plagiarism Detector v. 1921 - Originality Report 11/26/2021 10:20:15 AM

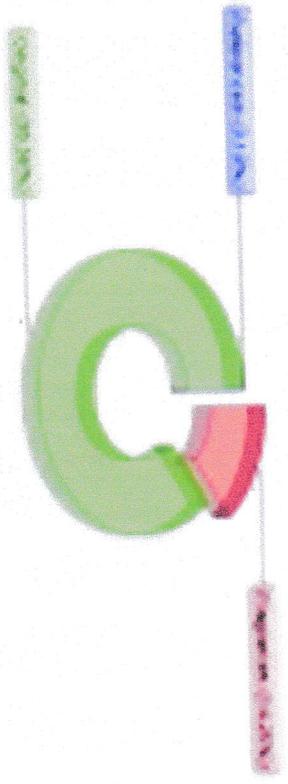
Author: DEBITA BIR TARISAN\_171010019 MANUJEBEN SOCA  
Institution: Universitas Pembangunan Pancasila Budi

- 1. Comparison: Passed
- 2. Check type: Internet Check
- 3. [url\_and\_src\_string] [pos\_and\_src\_value]

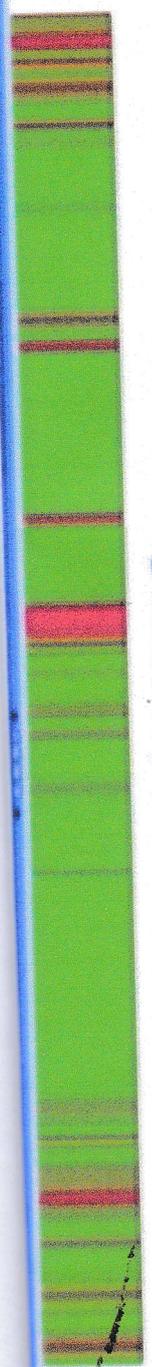


Original document text analysis

- 1. Similarity Check



- 1. Comparison: Passed



Hal : Permohonan Meja Hijau

Medan, 15 Februari 2022  
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan  
 Fakultas SOSIAL SAINS  
 UNPAB Medan  
 Di -  
 Tempat

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DEPITA BR TARIGAN  
 Tempat/Tgl. Lahir : Kp. Tanjung / 17 Desember 1999  
 Nama Orang Tua : PAKSA TARIRIGAN  
 N. P. M : 1715310049  
 Fakultas : SOSIAL SAINS  
 Program Studi : Manajemen  
 No. HP : 085270576589  
 Alamat : Dusun Iv Kampung Tanjung

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap kepuasan Penumpang Perum DAMRI Sumatera Utara**, Selanjutnya saya menyatakan :

1. Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
2. Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indek prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
3. Telah tercap keterangan bebas pustaka
4. Terlampir surat keterangan bebas laboratorium
5. Terlampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
6. Terlampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
7. Terlampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
8. Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk penguji (bentuk dan warna penjilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangi dosen pembimbing, prodi dan dekan
9. Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
10. Terlampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
11. Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
12. Bersedia melunaskan biaya-biaya uang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	1,000,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,750,000
<b>Total Biaya</b>	<b>: Rp.</b>	<b>2,750,000</b>

Ukuran Toga :

M

Diketahui/Disetujui oleh :

Hormat saya



Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn  
 Dekan Fakultas SOSIAL SAINS



DEPITA BR TARIGAN  
 1715310049

Catatan :

- 1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila ;
  - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
  - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.

## ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh secara positif dan parsial maupun secara simultan terhadap kepuasan penumpang pada Perum Damri. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh penumpang pada penumpang Damri yang akan menuju ke Bandara Kualanamu yang dari titik keberangkatan dari kota Medandengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden. Data yang diperoleh merupakan hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang kemudian diolah melalui aplikasi pengolahan data SPSS. Hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang dengan nilai  $t_{hitung}$  dari variabel kepuasan penumpang sebesar 4,117 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000; citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang dengan nilai  $t_{hitung}$  dari variabel 1,804 sebesar dengan  $t_{tabel}$  1,661 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004; dengan nilai  $t_{hitung}$  dari variabel kepuasan penumpang 13,016 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F-hitung sebesar 13,016 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

**Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepuasan Penumpang.**

## **ABSTRAK**

*This study is a quantitative study that aims to determine whether service quality and company image have a positive and partial or simultaneous effect on passenger satisfaction at Perum Damri. The population in this study are all passengers on Damri passengers who will go to Kualanamu Airport from the departure point from the city of Medan with a total sample of 100 respondents. The data obtained is the result of distributing questionnaires to respondents which are then processed through the SPSS data processing application. The results of research and data processing show that service quality partially has a positive and significant effect on passenger satisfaction with the tcount value of the passenger satisfaction variable of 4.117 with a significance level of 0.000; company image partially has a positive and significant effect on passenger satisfaction with the tcount value of the variable 1.804 with ttable 1.661 with a significance level of 0.004; with the tcount value of the passenger satisfaction variable 13,016 with a significance level of 0,000. Service quality and corporate image simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction with an F-count value of 13.016 with a significance level of 0.000.*

**Keywords:** *Service Quality, Company Image and Passenger Satisfaction.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah yang Maha Esa atas segala rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Penumpang Perum DAMRI Sumatera Utara**”. Ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi untuk memperoleh gelar strata (S1) Ekonomi Manajemen. Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., MM., selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Ibu Dr. Onny Medalinne, SH.M.Kn., selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Husni Muharram Ritonga, BA.,MSc.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Bapak Muhammad Dharma Tuah Putra Nasution SE.,M.M., Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk member arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Yossie Rossanty SE., M.M Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan mengenai ketentuan penulisan skripsi sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan rapi dan sistematis.

6. Kepada Dosen dan Karyawan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
7. Kedua orang tua saya yang saya cintai dan memberikan dukungan moril, materil beserta doa dan dukungannya kepada penulis hingga selesainya skripsi saya ini.
8. Kepada Bapak pimpinan dan staff di perusahaan Perum Damri yang telah memberikan kesempatan buat saya untuk meneliti di perusahaan Perum Damri yang berada di Kota Medan.
9. Dan seluruh angkatan Manajemen 2017 yang selalu mendukung dan selalu berkerja bersama-sama dalam menyelesaikan tugas skripsi serta seluruh pihak yang telah membantu penyusunan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini yang disebutkan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Terima Kasih.

Medan ,23 Desember 2021

**Depita Br Tarigan**

**NPM : 1715310049**

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>SURAT PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN UJIAN MEJA HIJAU .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATAPENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
E. Keaslian Penelitian.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
A. Landasan Teori.....	15
1. Kualitas Pelayanan.....	15
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
b. Dimensi Kualitas pelayanan dan dasar-dasar pelayanan .....	16
c. Faktor-faktor Kualitas Pelayanan .....	20
d. Indikator Kualitas Pelayanan .....	22
e. Prinsip prinsip Kualitas Pelayanan .....	22
2. Citra Perusahaan .....	24
a. Pengertian Citra Perusahaan .....	24
b. Strategi Mempertahankan Citra Perusahaan .....	25
c. Faktor-faktor Citra Perusahaan .....	26
d. Indikator Citra Perusahaan.....	27
e. Hal hal yang dapat Merusak Citra Perusahaan .....	27
3. Kepuasan Penumpang.....	28
a. Pengertian Kepuasan Penumpang.....	28
b. Pengukur Kepuasan Pelanggan.....	30
c. Faktor-faktor Kepuasan Penumpang.....	31
d. Indikator Kepuasan Penumpang .....	31
e. Pengukuran Kepuasan Penumpang.....	32
B. Penelitian Terdahulu .....	33
C. Kerangka Konseptual.....	36
D. Hipotesis .....	36

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	39
1. Tempat Penelitian .....	39
2. Waktu Penelitian.....	39
C. Definisi Operasional dan Pengukur Variabel.....	40
1. Definisi Operasional Variabel.....	40
2. Pengukur variabel .....	41
D. Populasi dan Sample/Jenis dan Sumber Data .....	42
1. Populasi.....	42
2. Sample.....	43
3. Jenis dan Sumber Data.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
1. Wawancara.....	44
2. Kuesioner .....	44
3. Observasi.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	45
1. Uji Kualitas Data.....	45
2. Uji Asumsi Klasik.....	46
3. Regresi Linier Berganda .....	47
4. Uji Hipotesis .....	48
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	 <b>50</b>
A. Hasil Penelitian .....	50
1. Sejarah Umum Perusahaan Perum Damri.....	50
2. Struktur Organisasi Perum Damri.....	54
3. Deskripsi Karakteristik Responden.....	56
4. Analisis Deskriptif Penilaian Responden.....	58
B. Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	68
C. Uji Asumsi Klasik.....	71
D. Uji Kesesuaian ( Regresi Linier Berganda) .....	75
E. Uji Hipotesis .....	76
F. Pembahasan.....	79
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	 <b>85</b>
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran .....	85
 <b>Daftar Pustaka .....</b>	 <b>87</b>
 <b>Lampiran</b>	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dampak pandemi covid 19 memukul perusahaan transportasi tak terkecuali perusahaan umum Perum Damri Sumatera Utara. Saat ini usaha transportasi sudah sangat terpuruk karena tidak dapat beroperasi lagi dengan normal akibat penyebaran virus covid 19. Para pengusaha jasa transportasi juga sudah tidak lancar beroperasi mendukung langkah presiden dalam melarang mudik agar dapat mempercepat pemulihan penyebaran virus covid 19. Semakin majunya perkembangan zaman membuat persaingan pada bidang jasa transportasi menjadi ketat sehingga membuat perusahaan jasa transportasi tetap bertahan demi keberlangsungan perusahaan. Sementara itu jasa transportasi tidak dapat dipisahkan dari kalangan masyarakat luas, kendaraan transportasi mempermudah masyarakat dalam beraktivitas sehari-harinya. Begitu besar peran jasa transportasi dalam kehidupan masyarakat sehingga membuat bisnis dalam bidang jasa khususnya transportasi meningkat.

Sebagian besar masyarakat di Indonesia khususnya Sumatera Utara, menggunakan transportasi darat untuk menolong melaksanakan sebagian besar kegiatan umum semacam bekerja, bersekolah maupun liburan. Transportasi umum yang sering digunakan dalam perihal ini merupakan bus perum damri yang berperan untuk membawakan penumpang ke tempat tujuan, baik dalam kota maupun antar kota.

Sumatera Utara adalah kota yang ikut andil dalam menyumbang mobilitas penduduk yang tiap- tiap wilayah dengan beragam tujuan, baik buat kepentingan bisnis, pembelajaran ataupun liburan. Pemakaian bis selaku transportasi universal jadi salah satu upaya buat memencet tingkatan kemacetan di kota sumatera ini. Hal tersebut pasti sangat didukung baik oleh pemerintah ataupun penduduk dari tiap- tiap daerah bila tingkatan keamanan serta pelayanan yang diberikan baik. Tetapi dalam kenyataannya masih banyak sebagian industri penyediaan jasa transportasi( bus) yang tidak membagikan mutu layanan serta keamanan yang baik, sehingga menimbulkan banyak orang yang lebih memilah memakai jasa transportasi lain maupun kendaraan individu.

Sementara perjalanan naik Bus Damri Kualanamu atau Bus Damri Bandara Kualanamu diberangkatkan Rute. Rute perjalanan yang saya ambil bus Damri Amplas ke Bandara Kualanamu:

Rute perjalanan Damri Amplas ke Kualanamu (Bandara) : Amplas – Tol Amplas – Tol Tanjung Morawa – Simpang Kayu besar – Bandara Kualanamu.
--

Pada tahun 2021 saya melakukan penelitian ini. Memang pada tahun ini masih beroperasi karena tahun 2021 masih berjalan. Tahun 2021 juga mengalami penurunan penumpang pada perum Damri, baik ditahun 2020 dan 2021 masih berjalannya dampak covid 19 yang menyebabkan penurunnya minat penumpang perum Damri karna semaraknya dampak covid 19 pada Indonesia.

Dampak yang terjadi pada Bus Damri akibat pandemi covid 19 dapat mempengaruhi jasa Bus Damri dimana mengakibatkan Kualitas Pelayanan dan Citra perusahaan menurun pada minat masyarakat menaiki Bus Damri. Tingkat Kepuasan yang dialami penumpang Bus DAMRI dapat diketahui pada fluktuasi dari pencapaian bus damri dibawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Pencapaian Target Penumpang Bus Damri Medan 2018-2020**

Tahun	Target (Orang)	Realisasi (Orang)	Pencapaian %
2018	716.08	706.00	98.59%
2019	222.41	217.10	97.61%
2020	147.72	103.29	69.92%

Berdasarkan table 1.1 diatas dapat kita lihat bersama-sama Pencapaian Target Penumpang Bus Damri yang belum mencapai 100%. Ditahun 2018 bisa kita lihat Target Penumpang masih mengalami peningkatan. Pada Tahun 2019 Target Penumpang masih mengalami peningkatan dan pada Tahun 2020 Target Penumpang pada menurun akibat dampak dari pandemi covid 19 yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat pada Bus Damri dikarenakan masyarakat waspada pada takut penularan covid 19.

Sepanjang masa pandemik covid 19 pemerintah menghasilkan himbauan mengenai protokol kesehatan untuk warga yang berkegiatan di tempat maupun yang memakai sarana universal. Protokol ini pula berlaku pada bisnis transportasi universal dalam kasus ini merupakan bis. Protokol kesehatan dalam pemakaian bis wajib betul- betul dijalankan serta diawasi dengan baik guna menghindari terbentuknya penularan virus. Pelaksanaan

protokol kesehatan sendiri dijalankan buat membagikan rasa nyaman untuk pengguna bis universal tanpa mengabaikan kualitas dari pelayanan yang diberikan, dimana kepuasan dari pelanggan ialah salah satu aspek yang jadi citra dari suatu industri jadi baik. Mengingat perihal tersebut, maka penelitian ini mengambil judul mengenai tingkatan kepuasan pengguna terhadap layanan bus umum di Sumatera Utara.

Bus Damri usaha yang bergerak di bidang jasa transportasi di perum damri cabang medan yang terletak di jl. Damai No.19 km 10 Medan Sumatera Utara. Berdasarkan tabel 1.2 dibawah menunjukkan bahwa penumpang perum damri sumatera utaraterdapat jumlah yang naik turun atau fluktuasi dari bulan kebulan, sedangkan pada masa pandemi covid 19 damri dari bulan april sampai desember cenderung mengalami penurunan jumlah penumpang, keadaan tersebut mengindikasikan bahwa meningkat kepuasan pada kemauan damri dan menurunnya kepuasan penumpang pada perum damri sumatera utara. Setelah dilakukan survey awal pada penumpang perum damri dapat dilihat hasilnya sebagai berikut

**Tabel 1.2**  
**Daftar Keluhan Bus Damri Medan 2021**

No.	Keluhan	Waktu/Tanggapan	Tanggapan
1.	“saya penumpang Damri dari amplas – bandara kualanamu. Saya ketidak tepatan jadwal keberangkatan sore (14 februari 2021) bus damri kelas bisnis yang saya tumpangi terlambat 20 menit. Selain itu bus mengalami kemogokan	16 februari 2021	Hingga saat ini belum ada tanggapan dari pihak damri terkait keluhan ini.

	di daerah pakam hingga berjam jam. Karna mogok itu para penumpang harus menunggu sampai bus selesai diperbaiki. Karna mogok itu saya hamper kehilangan teransaksi bisnis saya. Bus yang tidak layak jalan kena masih dipergunakan”.		
2	“Saya penumpang Damri dari carefour – bandara kualanamo. Pada keberangkatan sore (16 februari 2021) bus damri kelas bisnis yang saya tumpangi terlambat 20 menit. Mohon tindak lanjutnya dari perum damri agar pelayanannya lebih baik lagi.	18 februari 2021	Hingga saat ini belum ada tanggapan dari pihak damri terkait keluhan ini.

Pendapat dari para ahli tjiptono (2012) menyatakan kepuasan atau ketidakpuasan penumpang merupakan perasaan yang senang atau kekecewaan masyarakat yang disebabkan oleh para kinerja jasa transportasi yang dirasakan para penumpang, dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan ketidakpuasan penumpang memunculkan resiko dan reaksi dari para penumpang atas jasa transportasi yang dihasilkan tidak memenuhi harapan dan memuaskan harapan para penumpang.

faktor yang mempengaruhi kepuasan penumpang pada jasa transportasi bus damri datang dari kualitas pelayanan itu datang dari petugas jasa transportasi bus damri sendiri para pegawai perusahaan, karena persepsi penumpang jasa transportasi bus damri banyak dipengaruhi dari kualitas

pelayanannya. Maka pastikan memberikan kualitas pelayanan yang paling terbaik, jasa transportasi bus damri terlaksanakan dengan kualitas pelayanan yang baik, jasa transportasi terlaksanakan dengan kualitas pelayanan yang terbaik. dilakukan oleh Igor (2013) yang telah membuktikan bahwa sebuah kualitas dalam pelayanan dapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian tersebut selaras dengan Albertus (2012) yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dalam penilaian penumpang adanya kualitas pelayanan, dimana dapat memuaskan keinginan penumpang . kualitas pelayanan menjadi faktor yang dapat menentukan masyarakat dalam pemilihan jasa transportasi terhadap bus damri yang digunakan penumpang. Kepuasan penumpang akan terpenuhi apabila kualitas pelayanan jasa transportasi bus damri yang diberikan sesuai dengan keinginan para penumpang bus damri. Kualitas jasa dan kepuasan penumpang merupakan suatu hal yang memiliki hubungan yang sama. Harapan penumpang terhadap kualitas pelayanan didasari oleh suatu evaluasi yang kognitif pada masa jangka panjang terhadap jasa perusahaan, sedangkan kepuasan pelanggan adalah sebuah emosiaonal masyarakat pada jangka pendek dimana adanya pengalaman terhadap penggunaan jasa tertentu.

Penilaian kualitas pelayanan dalam jasa pelayanan, dalam bentuk jasa transportasi yang dalam prinsip dalam taggung jawab kualitas pelayanan. Yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan penumpang, jasa pelayanan dengan adanya keahlian seseorang untuk memberikan pelayanan

yang terbaik demi kepuasan terhadap penumpang dengan standar yang telah diciptakan perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan paling penting untuk perusahaan. Dikarena mempengaruhi perusahaan terhadap kepuasan penumpang, diartikan dalam kepuasan penumpang setelah membandingkan hasil kinerja yang ia rasakan dengan harapan.

Perbandingan yang dapat dijadikan sebagai ukuran yang dirasakan penumpang dapat dijadikan sebagai suatu dasar disaat melakukan penilaian pada tingkat kepuasan tertentu yang diharapkan oleh kedua belah pihak antara penumpang dengan perusahaan yang dapat menguntungkan satu sama lain. Kepuasan dapat dijadikan sebagai tingkat penilaian kinerja perusahaan apakah yang sudah dilaksanakan sesuai dengan harapan perusahaan atau tidak. Sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan dapat berfungsi sebagai perbandingan kinerja dengan harapan. Setiap penumpang dapat merasakan satu diantara tiga tingkatan kepuasan pada umumnya. Pertama, bila kinerja sesuai dengan keinginan atau harapan, maka penumpang akan merasa puas. Kedua, bilamana kinerja sesuai dengan keinginan atau harapan, maka penumpang akan merasa puas. Ketiga, bila kinerja melampaui dari keinginan atau harapan, maka yang dirasakan yaitu sangat merasa puas.

Permasalahan yang terjadi pada kasus pemasaran tidak hanya berbicara sekedar tentang kualitas pelayanan pada sebuah jasa transportasi yang dirasakan oleh pengguna jasa bus damri tetapi juga berbicara tentang cara memberikan sebuah kualitas pelayanan yang baik sehingga kepuasan

yang diterima dapat lebih optimal. Dengan terpenuhinya kepuasan penumpang dalam perusahaan tentu akan membuat berkembangnya dalam upaya mempertahankan perusahaan. Upaya yang dilakukan dalam memuaskan para penumpang jasa bus damri perusahaan harus dapat mengetahui harapan atau keinginan penumpang dan juga tentang bagaimana penumpang bisa berkeinginan terhadap kualitas pelayanan yang dapat diperoleh perusahaan. Perusahaan juga harus dapat mengetahui faktor yang dirasakan penumpang terhadap kualitas terhadap pelayanan jasa transportasi padabus damri. Berikut merupakan beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap suatu kualitas pelayanan, yaitu kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga pengalaman konsep diri, sikap, dll.

Kepuasan merupakan suatu perasaan senang/kecewa seseorang yang yang dapat dijadikan sebagai perbandingan antara kinerja dan harapan. Pelanggan menilai tingkat kepuasan atau tidak puas dapat dilakukan penilaian setelah jasa transportasi selesai digunakan informasi penilaian dapat dijadikan sebagai pembaharuan tanggapan penumpang terhadap kualitas jasa, namun pada kualitas jasa tidak hanya berbicara tentang pengalaman yang dirasakan (Love Loce, 2011:96). Suatu tingkat kepuasan dapat diketahui dengan melakukan perbandingan antara sebuah penilaian yang diberikan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. (Kotler dalam Tjiptono, 2012:24).

Perbedaan terhadap penilaian pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan yang memberikan jasa dan harapan dari pelanggan dapat memberikan kesenjangan yang mana dengan adanya kesenjangan ini dapat

terpenuhinya harapan pelanggan atau tidak. Oleh karena itu, prioritas utama perusahaan yaitu jaminan kualitas secara khusus dilakukan oleh perusahaan jasa yang bisa dijadikan sebagai pengukuran apakah terdapatnya suatu keunggulan daya saing yang dimiliki oleh perusahaan.

Citra perusahaan ialah suatu kesan dan perasaan dimana gambaran publik terhadap sebuah perusahaan yang dapat berhubungan dengan bisnis maupun kualitas pelayanan yang dengan sengaja diadakan dan dijadikan sebagai cerminan dari identitas suatu perusahaan atau organisasi. Adanya citra perusahaan ini berdasarkan dari pengalaman konsumen terhadap perusahaan, citra perusahaan dapat mempengaruhi pikiran konsumen baik secara fisik seperti jasa atau mulut. Citra perusahaan yang baik dapat menciptakan minat konsumen dalam menggunakan suatu produk jasa dari perusahaan, sehingga bisa diperbaikinya tanggapan buruk konsumen terhadap perusahaan.

Memperbaiki citra perusahaan dapat dilakukan berdasarkan pengetahuan maupun pengalaman dari orang lain. Citra yang dimiliki oleh perusahaan dapat ditampilkan dalam bentuk iklan dengan cara menulis dan disampaikan dalam bentuk cerita yang dapat mengikuti suasana hati pembaca serta cara penyampaian dengan jelas.

Kesan yang diciptakan oleh perusahaan dapat diperoleh dari produk atau jasa yang ditawarkan kepada pengguna produk atau jasa, citra perusahaan merupakan bagian dari penilaian konsumen, baik penilaian yang dilakukan oleh konsumen yang potensial ataupun yang merasa kecewa.

Citra perusahaan kesan dari konsumen terhadap perusahaan yang dibentuk dalam memproses informasi dari berbagai sumber informasi dari sesama konsumen, seperti menggambarkan pengalaman dalam menggunakan jasa dari perusahaan. Citra perusahaan sangat berarti untuk industri serta akan mempengaruhi terhadap kualitas jasa yang dipengaruhi citra perusahaan.

Citra perusahaan merupakan kesan yang diperoleh konsumen bersumber pada pengalaman yang pernah dirasakan para konsumen. Terjadinya citra perusahaan dalam benaknya para konsumen ketika para konsumen memperhatikan informasi yang mengenai perusahaan serta bagaimana pengalamannya atas pengguna jasa perusahaan yang dihasilkan oleh perusahaan, hingga para penumpang jasa transportasi bus damri hendak memiliki citra positif atas industri jasa transportasi bus damri serta pada saat seperti itu terjadinya suatu citra perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka penelitian ini akan memfokuskan dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Penumpang PERUM DAMRI SUMATERA UTARA”**

### **B. Identifikasi Masalah**

Maka dapat diidentifikasi masalah mengenai kualitas pelayanan dan citra perusahaan yang terdapat di bus DAMRI sebagai berikut :

- 1) Persepsi yang negatif pada kualitas pelayanan masyarakat terdapat aroma yang tidak sedap seperti merokok di dalam bus

- 2) Penumpang belum puas di salah satunya terdapat di dalam bus damri tidak ada toilet di dalam bus. Jika penumpang merasa ingin buang air kecil penumpang menahan sampai ditujuan
- 3) Kurangnya citra perusahaan pemahaman masyarakat mengenali bus damri, banyak yang menganggap bus damri adalah seperti angkot padahal di dalam bus damri termasuk bus yang mewah.

### **C. Rumusan Masalah**

Dari beberapa uraian diatas, berikut rumusan masalah pada penelitian ini antara lain:

- 1) Bagaiman kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang pengguna jasa transportasi perum damri angkutan umum sumatera utara
- 2) Bagaiman citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang pengguna jasa transportasi perum damri angkutan umum sumatera utara
- 3) Bagaiman pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi perum damri angkutan umum sumatera utara

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

- 1) Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang Perum Damri Sumatera Utara

- 2) Untuk mengetahui apakah citra perusahaan secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang Perum Damri Sumatera Utara
- 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang Perum Damri Sumatera Utara

## **2. Manfaat Penelitian**

- 1) Bagi perusahaan

Menurut saya penelitian yang saya teliti ini berguna bagi manajemen pemasaran perusahaan dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan jusul saya yaitu kualitas pelayanan dan citra perusahaan sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan.

- 2) Bagi Penulis

Menurut saya juga penelitian yang saya teliti ini dapat menambah wawasan terutama pada diri sendiri dan menjadi bekal buat saya untuk menerapkan ilmu pemasaran yang sudah saya pelajari untuk menghadapi dunia kerja selanjutnya.

- 3) Bagi peneliti lain

Sebagai bahan masukan dan sumber informasi dalam melakukan penelitian yang serupa dengan topik dan diharapkan peneliti lainnya bisa melakukan penelitian yang lebih baik dari penelitian terdahulu.

#### 4) Bagi Universitas

Semoga penelitian yang saya teliti diharapkan menambah wawasan dan menjadi bahan referensi bagi pembaca terutama bagi fakultas Sosial Sains khususnya terutama dalam bidang pemasaran jasa.

### **E. KEASLIAN PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian Intan Sari (2018), Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri Palembang”. Sedangkan penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara”.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, terlihat pada:

#### 1. Variabel Penelitian

Penelitian terdahulu menggunakan 3 (tiga) variabel bebas (Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi) serta 1 (satu) variabel terikat (Kepuasan Pengguna Jasa Transportas). Sedangkan penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel bebas yaitu (Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan) serta 1 (satu) variabel terikat yaitu (Kepuasan Penumpang).

#### 2. Jumlah Observasi/Sampel (n)

Penelitian terdahulu menggunakan sampel berjumlah 100 Kuesioner. Sedangkan penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 100 Kuesioner.

### 3. Waktu Penelitian

Penelitian terdahulu dilakukan tahun 2018 sedangkan penelitian ini tahun 2021.

### 4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian terdahulu Bus Damri Palembang. Sedangkan penelitian ini dilakukan di Perum Damri Sumatera Utara (Cabang Medan).

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kualitas Pelayanan**

###### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan ialah sebagai salah satu syarat keberhasilan dalam perusahaan terutama di bidang jasa transportasi. Karena, kualitas pelayanan dapat dilihat sebagai suatu komponen yang harus sangat di wujudkan oleh perusahaan. Yang disebabkan Karena kualitas pelayanan sangat besar pengaruhnya dalam menarik minat penumpang transportasi dan bisa mengakibatkan berkurangnya minat penumpang terhadap transportasi sehingga membuat penumpang berpindah dengan menggunakan jasa dari perusahaan lain. Adanya pesaing lain maka semakin banyaknya pilihan penumpang dalam menentukan pilihan maka perusahaan menjadi semakin sulit dalam mempertahankan penumpang terutama penumpang lama bus damri. Oleh sebab itu perusahaan perum damri harus selalu semaksimal mungkin meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan. Kotler dan Stanton dalam M. Adam (2015:2) menerangkan bahwa jasa ialah suatu hal yang tak terlihat atau tidak terdapatnya wujud nyata yang mana dapat mempengaruhi harapan atau keinginan dari konsumen itu sendiri.

Mutu pelayanan yang dicoba dengan baik semacam “ pada perum damri” kepada penumpang dia bertabiat ramah tamah, murah senyum. Dengan karakter kita yang sopan penumpang tentu bahagia dengan mutu pelayanan “ industri damri”, sebab industri damri senantiasa mengutamakan

kepuasan penumpang, supaya meyakinkan industri damri itu industri dalam pengelolaan yang baik.

Seluruh organisasi memiliki target dalam menempuh harapan dimasa yang akan datang, seluruh target tersebut diharapkan bawa member peningkatan yang berarti atau industri. Peningkatan yang mempunyai arti dapat dilihat dari ketercapaiannya pasar yang diinginkan. Tercapainya pemasaran terjalin sebab kualitas yang memadai, tanggapan konsumen terhadap produk juga sangat baik. Pastinya dengan adanya prinsip terhadap kualitas, diharapkan peranan karyawan jadi perihal yang absolut serta berarti pada kesimpulannya tujuan dari seluruh itu merupakan terciptanya kepuasan pelanggan.

Pelayanan, seluruh industri paling utama industri damri apabila strategi pemasaran semacam mutu pelayanan bagus tentu bawa kemajuan pada industri damri. Kemajuan industri mutu pelayanan itu semacam etika yang telah dipaparkan semacam etika/ karakter ramag tamah. Sehingga penumpang tentu merasa puas, serta tentu penumpang hendak bahagia dengan strategi pemasaran industri damri, serta penumpang yang telah sempat merasakan kepuasan dengan mutu pelayanan hendak memasarkan kepara kerabat, sahabat, dll kalau strategi pemasaran industri damri sangat baik.

### **b. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Beberapa dimensi dalam perhitungan kualitas pelayanan menurut Berry dan Parasuraman (2013:197), yaitu:

- 1) Bukti langsung (*tangibels*), contoh fasilitas fisik dengan peralatan yang lengkap dan memuaskan seperti AC dan toilet.
- 2) Keandalan (*reliability*), contoh pelayanan yang memuaskan seperti pelayanan dengan kepribadian yang ramah dan sopan.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*), seperti penumpang yang naik bus damri dengan penumpang membawa banyak barang dan karyawan membantu menaikkan kebagasi bus.
- 4) Jaminan (*assurance*), seperti para staff menyakinkan bahwa bus damri melaksanakan perjalanan dengan baik selalu mematuhi lalu lintas.
- 5) Empati, para staff selalu melakukan komunikasi yang baik seperti penumpang ingin naik ke bus para karyawan selalu dengan komunikasi berbicara dengan lemah lembut.

Dalam melayani penumpang, karyawan harus selalu dapat memahami sifat atau kepribadian penumpang. Jika penumpang memiliki sifat kasar dengan nada yang besar karyawan tidak boleh marah atau menindas penumpang tersebut dengan tidak terima diperbuat seperti itu. Karyawan harus selalu ingat semboyan perusahaan dimana harus dapat mengutamakan kepuasan penumpang itu sendiri. jadi karyawan harus dapat lemah lembut dalam menghadapi penumpang.

Dalam pelayanan konsumen karyawan perusahaan harus dapat memperhatikan kepribadian konsumennya, yang mana hal ini dapat dilakukan dikarenakan sifat masing-masing manusia sangat berbeda yang mana dipengaruhi oleh beberapa hal antara lain suku, agama, pendidikan,

pengalaman dan lainnya. Berikut beberapa sifat konsumen yang harus dipahami oleh karyawan atau perusahaan:

- 1) Konsumen dianggap sebagai raja artinya harus melayani konsumen seperti raja namun dalam batas etika perusahaan.
- 2) Terpenuhinya keinginan dan kebutuhan konsumen, yang artinya harus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
- 3) Tidak ingin berdebat dan disinggung, pemberi jasa harus dapat bersikap sangat bijak dalam melayani konsumen dalam memberikan pendapat sehingga konsumen tidak merasa tersinggung
- 4) Konsumen berharap perhatian, pemasar harus dapat memberi perhatian penuh terhadap konsumensupaya mereka memiliki rasa puas terhadap pelayanan yang diberikan pemasar.
- 5) Konsumen merupakan sumber pendapatan bagi perusahaan, pemasaran merupakan tombak dari pendapatan bagi perusahaan.

Etiket pelayanan sendiripun memiliki ketentuan tersendiri dalam mengaturnya ketentuan inipun memiliki hubungan erat terhadap pelayanan yang saling mendukung yang berarti jika terdapat suatu aspek yang terabaikan maka komponen lain dari pelayanan ini pun juga menjadi terabaikan. Etiket dalam sebuah pelayanan harus dapat dilakukan oleh setiap bagian yang ada didalam suatu perusahaan itu sendiri sehingga pelayanan yang telah diberikan dapat sempurna.

Etiket dalam pelayanan harus dapat dilakukan oleh semua bagian didalam perusahaan sehingga pelayanan yang diberikan dapat sempurna. Beberapa ketentuan umum yang terdapat dalam etiket antara lain sikap dan

perilaku, cara berpakaian, penampilan, gerak-gerik, gaya berbicara dan ketentuan etika secara umum.

Perusahaan yang ingin dianggap baik oleh konsumen sangat banyak. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa suatu pelayanan yang sempurna dimata pelanggan akan meningkatkan *image* perusahaan, sehingga suatu *image* harus bisa dibangun oleh perusahaan dengan sebaik mungkin sesuai dengan harapan dan keinginan para pelanggan.

### **c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan sesuai dengan parasurnaman di lupiyoadi (2013; 216-217) untuk mengevaluasi kualitas layanan pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut:

#### **1. *Tangibles* / Bukti Langsung**

*Tangibles* adalah bukti nyata tentang kepedulian dan kekhawatiran yang akan menumbuhkan penyedia *image*, terutama bagi konsumen baru untuk menilai kualitas layanan. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisik akan mempromosikan ketidaksetaraan, atau bahkan merusak *image* perusahaan..

#### **2. *Reliability* / Keandalan**

Keandalan atau keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk melakukan layanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan sesegera mungkin. Pentingnya dimensi ini adalah bahwa kepuasan konsumen

akan berkurang jika layanan yang disediakan tidak sesuai dengan janji..

3. *Responsiveness* / Ketanggapan

*Responsiveness* atau Daya Tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat atau tanggap. Daya Tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau menimbulkan kerugian konsumen dengan segera.

4. *Assurance* / Jaminan

*Assurance* atau Jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap risiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlihat langsung menangani konsumen.

5. *Emphaty* / Empati

*Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan atau kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan akses yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan

oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

#### **d. Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry 2011:46 terdapat dimensi pengukuran kualitas pelayanan antara lain sebagai berikut:

- 1) *Tangibles* (berwujud) :pelayanan yang berwujud secara fisik seperti computer, ruangan tunggu, dan tempat pemberian informasi.
- 2) *Realibility* (kehandalan) :kemampuan atau keandalan dalam memberikan suatu pelayanan yang dapat dipercaya.
- 3) *Responsivess* (ketanggapan) :kemampuan dalam memberikan pelayanan secara cepat dan sesuai dengan keinginan.
- 4) *Assurance* (jaminan) :hal yang dimiliki untuk menumbuhkan harapan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan.
- 5) *Emphaty* (empati) :sikap peduli kepada pelanggan.

#### **e. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan**

Menurut Walkons yang dikutip di Saleh (2010: 105), ada enam prinsip utama kualitas layanan yang harus di perhatikan oleh perusahaan untuk mempromosikan *image* yang baik dari perusahaan dan untuk dapat menerapkan kualitas yang baik sebelum konsumen.. Enam prinsip utama kualitas layanan meliputi:

### 1. Kepemimpinan

Strategi Kualitas perusahaan harus memiliki inisiatif dan komitmen dari manajemen sampai ke puncak keberhasilan. Manajemen adalah puncak seorang pemimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Dengan adanya kepemimpinan dari manajemen yang baik, maka untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

### 2. Pendidikan

Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan meliputi : konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

### 3. Perencanaan

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

### 4. *Review*

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konsisten dalam terus menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

## 5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi Perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya dari Perusahaan seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum dan lainnya..

## 6. Penghargaan dan Pengakuan

Penghargaan dan pengakuan adalah aspek penting dari implementasi strategi kualitas. Setiap pembelian yang lebih baik harus dihargai dan prediksinya diakui. Dengan demikian, ini dapat meningkatkan motivasi, pekerjaan moral, kebanggaan dan perasaan seluruh dunia dalam organisasi, yang secara bergantian mungkin. Besar berkontribusi pada bisnis dan pelanggan yang dilayani.

## **2. Citra perusahaan**

### **a. Pengertian Citra Perusahaan**

Citra perusahaan digunakan untuk mempengaruhi pola pikiran pelanggan melalui kombinasi iklan, publisitas, bentuk fisik, dari mulut ke mulut, dan berbagai pengalaman secara aktual selama penggunaan barang dan jasa. Dari pernyataan bahwa pelanggan sedang mempertimbangkan kemampuannya .bahwa perusahaan harus mempengaruhi persepsi mereka tentang apa yang ditawarkan dan akan berdampak pada perilaku pembelian Pelanggan.

Citra perusahaan digunakan sebagai alat dalam mempengaruhi pikiran pelanggan dengan cara memberikan iklan, kata mulut, bentuk fisik, humas, dan dari pengalaman lainnya selama pemakaian barang atau jasa. Citra perusahaan menurut Bill Canton (2012) yaitu sebuah kesan dan perasaan, atau gambaran umum dari masyarakat luas kepada perusahaan itu sendiri. Kesan merupakan suatu hal yang secara sengaja diciptakan terhadap suatu produk dan jasa yang diberikan penawaran kepada konsumen. Setiap citra perusahaan tetap mempunyai hubungan terhadap nama suatu bisnis, variasi dari produk, ideology, tradisi dan sebuah kesan dari kualitas sehingga dapat dikomunikasikan oleh karyawan yang dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan.

Dari definisi para ahli di atas bahwa citra perusahaan merupakan sebuah kesantersendiri yang terdapat didalam diri konsumen terhadap perusahaan itu sendiri.

### **b. Strategi Mempertahankan Citra Perusahaan**

Ada beberapa strategi perusahaan dalam mempertahankan citranya antara lain:

1. Strategi dalam penentuan suatu produk sesuai terhadap citra perusahaan, perusahaan memiliki strategi dalam penjualan barang atau jasa dalam suatu produk tertentu.
2. Menentukan target pasar, disesuaikan dengan citra perusahaan, hal ini memiliki kaitan erat dengan target konsumen yang diharapkan perusahaan.

3. Strategi penetapan harga. Penetapan harga mempunyai tujuan dalam peningkatan tanggapan konsumen kepada seluruh produk yang ditawarkan kepada konsumen.
4. Strategi pelayanan jasa atau service, bertujuan untuk pelayanan yang baik yang diberikan kepada konsumensehinga konsumen merasa puas denga adanya pelayanan yang diberikan perusahaan.
5. Strategi penanganan keluhan pada kunsumen, hal ini bertujuan untuk menangani berbagai keluhan konsumen baik dari seg pelayanan.

### **c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Cirta Perusahaan**

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi dalam citra perusahaan menurut Tjiptono Fandy 2017.

- a. Pelayanan, ialah hal utama yang dapat berpengaruh terhadap citra perusahaan yang sangat berperan penting dalam membangun citra perusahaan dihadapan pelanggan
- b. Fasilitas, yang dapat dijadikan sebagai alat penunjang yang memiliki pengaruh kuat terhadap konsumen, adanya fasilitas yang baik dan mencukupi maka konsumen akan merasa nyaman sehingga dapat mengakibatkan adanya citra positif perusahaan.
- c. Kualitas, dijadikan sebagai ukuran suatu produk dalam memenuhi persayratan

#### **d. Indikator Pembentukan Citra Perusahaan**

Menurut Shirley Harrison di Sella Kurnia Sari (2012: 14) menyatakan bahwa informasi lengkap tentang citra perusahaan termasuk empat indikator sebagai berikut.:

- 1) Kepribadian: semua karakteristik perusahaan yang dipahami publik dan sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab social yang sangat tinggi.
- 2) Reputasi: Hak yang telah dilakukan perusahaan dan telah diyakini publik menyangkut pada sasaran berdasarkan pengalaman itu sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah nama yang baik.
- 3) Nilai : Nilai-nilai milik para bisnis sebaliknya budaya perusahaan, seperti sikap manajemen yang peduli dengan pelanggan, karyawan yang memenuhi permintaan dan keluhan pelanggan.
- 4) identitas perusahaan: Komponen memfasilitasi pengenalan tujuan publik kepada perusahaan-perusahaan seperti logo, warna dan slogan.

#### **e. Hal-hal yang Dapat Merusak Citra Perusahaan**

Selain aspek-aspek yang dapat mempertahankan citra perusahaan. Perusahaan asuransi juga harus menghindari hal-hal yang dapat merusak gambar. Perusahaan ini mencakup perusahaan:

- 1) Produk yang dijual tidak mematuhi apa yang dipromosikan. Masalahnya adalah kualitas produk yang dijual atau ditawarkan.
- 2) Layanan yang disediakan tidak dapat memuaskan pelanggan. Hal yang berarti bahwa layanan yang ditemukan oleh pelanggan tidak memuaskan. Contoh pelanggan yang cepat, peringatan dan ramah.
- 3) Produk yang diusulkan tidak memenuhi kebutuhan pelanggan atau tidak pada target. Masalahnya adalah produk yang dijual atau ditawarkan tidak memenuhi kebutuhan pelanggan.
- 4) Bonus yang diusulkan tidak terjangkau oleh pelanggan. Diharapkan adalah harga premi ditentukan terlalu mahal, hanya untuk beberapa kalangan.

### **3. Kepuasan Penumpang**

#### **a. Pengertian Kepuasan Penumpang**

Kepuasan menurut Sutanton dan Khaerul Uman (2013:277) yaitu suatu perasaan yang dimiliki individu setelah membandingkan kinerja suatu produk ataupun jasa yang di rasakan sesuai dengan harapan pelanggan atau konsumen. Kepuasan pelanggan ialah suatu evaluasi perusahaan terhadap pelayanan yang diberikan kepada masyarakat luas. Sedangkan ketidakpuasan merupakan suatu hal yang harus diperbaiki oleh perusahaan dalam meningkatkan pelayanan demi kepuasan pelanggan. Kepuasan penumpang juga menjadi faktor penentu dalam tingkat keberhasilan maju atau tidaknya suatu perusahaan.

kepuasan merupakan suatu rasa senang atau puas yang dimiliki seseorang dari beberapa kesimpulan terhadap produk dan harapannya.

Kepuasan pelanggan juga berkaitan dengan keunggulan suatu pelayanan yang diberikandengan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Menurut Yazid seperti dikutip Nursalam (2012:327) terdapat enam faktor yang mengakibatkan adanya rasa tidak puas pelanggan dengan prosuk tertentu antara lain:

1. Tidak sesuainya harapan denganrealita
2. Pelayanan dalam menikmati jasa tidak memuaskan
3. Kurang memuaskan perilaku personel
4. Kondisi fisik lingkunga yang tidak menunjang
5. Harga yang tinggi, disebabkan jarak tempuh yang jauh, harga yang tidak sesuai dan banyaknya waktu yang terbuang.
6. Tidak sesuainya promosi dan iklan

Berikut beberapa kepuasan pelanggan yang dapat diidentifikasi menurut M.Nur Nasution (2013:102) yang mengungkapkan bahwa terdapat tiga jenis golongan pelanggan angara lain sebagai berikut:

1. Pelanggan internal merupakan seseorang yang ada dilingkungan perusahaan dan adanya pengaruh didalam pekerjaan dan perusahaan.
2. Pelanggan antara adalah pelnggan sebagai perantara antara pengguna produk dengan yang menawarkan produk.
3. Pelanggan eksternal merupakan pembeli akhir atau dengan kata lain sebagai pengguna produk

Berdasarkan pengertian kepuasan yang telah dijelaskan diatas maka kepuasan pelanggan merupakan sebuah penilaian dari konsumen yang

diberikan kepada perusahaan terhadap jasa yang telah digunakan oleh pelanggan itu sendiri.

### **b. Pengukur Kepuasan Pelanggan**

Cara mengetahui jika pelanggan puas atau tidak puas perlu digunakan alat ukur untuk menentukan kepuasan konsumen. Menurut buhari alma (2016) terdapat beberapa metode dalam mengukur kepuasan pelanggan antara lain:

1. *Complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran), sebuah kotak saran yang digunakan sebagai media yang diletakkan pada lokasi tertentu yang strategis atau yang mudah di jangkau.
2. *Ghost shopping* (pembeli bayangan), menjadikan seseorang sebagai *ghost shoppers* yang bisa berpura-pura menjadi pelanggan dari produk tertentu dari perusahaan. memakai produk dan melaporkan temuannya yang terkait dengan kelemahan dan kekuatan produk.
3. *Lost customer analysis* (analisa pelanggan yang lari), mengetahui penyebab pelanggan berpindah pada produk lain. Metode ini bermaksudkan untuk mengidentifikasi masukan dan melakukan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.
4. *Customer satisfaction surveys* (survey kepuasan pelanggan), survey melakukan berbagai survey baik melalui email, telepon, pos dan wawancara langsung.

### **c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Fandy Tjiptono (2016:295) terdapat beberapa faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan seorang konsumen antara lain:

1. Kualitas produk, kepuasan pelanggan akan suatu produk sebagai bahan evaluasi pelanggan dalam peningkatan pelayanan perusahaan
2. Harga, sebuah produk dengan kualitas sama tetapi dengan menggunakan harga yang relative murah.
3. Kualitas pelayanan, adanya kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.
4. Faktor emosional, adanya rasa kagum dan bangga pelanggan terhadap suatu produk atau merek tertentu.
5. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan dalam mendapatkan suatu produk, yang lebih puas terhadap suatu produk.

### **d. Indikator Kepuasan Konsumen**

Menurut Rondonuwu dan Komaling (2017) ada beberapa hal yang menjadi indikator pengukuran kepuasan konsumen:

1. Terpenuhi harapan konsumen, tercukupnya harapan dan kebutuhan dari suatu produk barang dan jasa
2. Sikap atau keinginan menggunakan produk, adanya keinginan pelanggan dalam menggunakan produk dari hasil pengalaman langsung mengenai produk. Atau dengan informasi secara lisan yang didapatkan dari orang lain atau dari hasil iklan.

3. Merekomendasikan kepada pihak lain, memberikan informasi kepada pihak lain berdasarkan pengalaman.
4. Kualitas layanan, memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen
5. Loyal, adanya kesetiaan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa tertentu.
6. Reputasi yang baik, adanya nama baik perusahaan terhadap produk yang digunakan.

#### **e. Pengukuran Kepuasan Penumpang**

Pengukuran Kepuasan Konsumen merupakan hal penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Pengukuran Kepuasan Konsumen merupakan suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Meskipun belum ada konsensus mengenai cara mengukur kepuasan konsumen, sejumlah studi menunjukkan bahwa ada 3 aspek penting yang perlu ditelaah dalam rangka pengukuran kepuasan konsumen, antara lain :

1. Kepuasan General atau Keseluruhan (*Overall Satisfaction*), yakni kepuasan secara keseluruhan konsumen setelah menggunakan produk atau jasa.
2. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectation*), yakni tingkat kesesuaian antara kinerja dengan ekspektasi.

3. Perbandingan dengan Situasi Ideal (*Comparison to Ideal*), yaitu kinerja produk dibandingkan dengan produk ideal menurut persepsi konsumen.

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Tabel 2.1**

### Penelitian Terdahulu

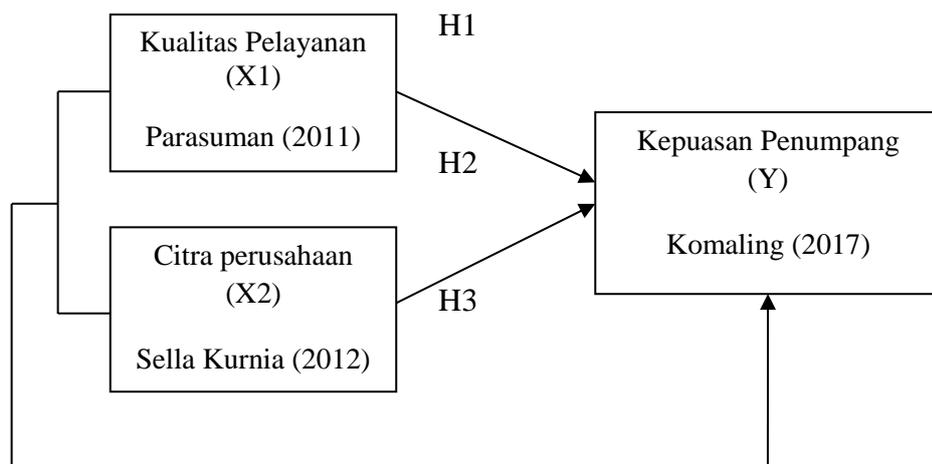
No.	Peneliti (tahun)	Judul Peneliti	Variabel yang diteliti	Metode Peneliti	Hasil Peneliti
1.	Lucky Fibrianto (2011)	Analisis Pengaruh kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan bus damri kota semarang	Bukti fisik ( $X_1$ ) Keandalan ( $X_2$ ) Daya tanggap ( $X_3$ ) Jaminan ( $X_4$ ) Empati ( $X_5$ )  Loyalitas pelanggan ( $Y$ )	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan para penumpang.
2.	Putri Handayani Hasibuan (2016)	Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pengguna jasa damri	Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) Harga ( $X_2$ ) Lokasi ( $X_3$ )  Kepuasan ( $Y$ )	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan para penumpang
3.	Nofi Cahyani (2015)	Pengaruh citra perusahaan, relationship marketing dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan	Citra perusahaan ( $X_1$ ) Relationship marketing ( $X_2$ ) Kualitas pelayanan ( $X_3$ )	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki efek positif dan bermakna pada kepuasan pelanggan.

			Loyalitas pelanggan (Y)		
4.	M Karyadi (2018)	Pengaruh kualitas pelayanan inti dan kualitas pelayanan periferan terhadap kepuasan konsumen bus damri bandar lampung	Kualitas pelayanan inti ( $X_1$ ) Pelayanan periferan ( $X_2$ )  Kepuasan konsumen (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki efek positif dan bermakna pada kepuasan pelanggan.
5.	Elisa Desy Rinda Putri (2018)	Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli	Kualitas produk ( $X_1$ ) Harga ( $X_2$ )  Keputusan pembelian (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki efek positif dan bermakna pada kepuasan pelanggan.
6.	Ruth Yanti Djakaria (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap pengambilan keputusan pembelian asia fashion	Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) Harga ( $X_2$ ) Promosi ( $X_3$ )  Pengambilan keputusan pembelian konsumen (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan adalah pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
7.	Putri Ayu Ningsih (2019)	Pengaruh harga dan pelayanan konsumen terhadap keputusan pembelian ban mobil bridgestone pad acv.iniban	Harga ( $X_1$ ) Pelayanan konsumen ( $X_2$ )  Keputusan pembelian (Y)	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki efek positif dan bermakna pada kepuasan pelanggan.

8.	Wida Komariyati (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah KC	Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) Citra perusahaan ( $X_2$ )  Loyalitas ( $Y$ )	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas mempengaruhi kepuasan pelanggan
9.	Intan Sari (2018)	Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi bus damri palembang	Kualitas pelayanan ( $X_1$ ) Harga ( $X_2$ ) Lokasi ( $X_3$ )  Kepuasan ( $Y$ )	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki efek positif dan bermakna pada kepuasan pelanggan.

*Sumber data diambil tahun 2021*

### C. Kerangka Konseptual



*Sumber data diambil tahun 2021*

**Gambar 3.1** Kerangka Konseptual

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis ialah sebuah jawaban sementara yang dilakukan pada penelitian ini. Sugiyono (2017) hipotesis merupakan suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah, dimana sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenaran dari data empirik yang terkumpul

H1 :Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara.

H2 :Citra Perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara.

H3 :Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pencarian kuantitatif Menurut Sugiono (2017: 14) adalah metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme yang menggunakan penelitian pada populasi tertentu. Penelitian ini adalah investasi / asosiatif kuantitatif di mana penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menafsirkan pengaruh yang dihasilkan antara variabel yang akan diperiksa dengan hubungan dan tujuan dalam presentasi gambar, fakta dan presisi yang lebih terstruktur. Pada hubungan antara Variabel dipelajari.

Menurut Sugiyono (2017:57) kuantitatif asosiatif/deskriptif merupakan suatu penelitian yang bertujuan dalam mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Ada tiga bentuk bentuk hubungan antara lain hubungan yang simetris, hubungan yang kausal, dan hubungan yang interaktif atau timbal balik. Kuantitatif merupakan suatu bentuk dari teori atau hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistic dengan menggunakan pengukuran secara linier yang dapat menjelaskan hubungan secara kausal antara variable dimana hasil yang akan keluar setelah dilakukan uji olah data adalah diterima atau ditolak.

Pendekatan ini dapat diamati secara seksama dengan memperhatikan aspek-aspek tertentu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, sehingga data primer dapat diperoleh yang dapat menunjang penyusunan laporan penelitian ini. Data yang akan didapat pada penelitian ini dapat diolah,

dianalisis dan dapat diproses dengan menggunakan teori-teori yang telah dipelajari, sehingga gambaran mengenai objek yang akan diteliti dapat dengan mudah diperjelas, sedangkan dari gambaran objek tersebut dapat diambil kesimpulan tentang masalah yang akan diteliti. Sedangkan pendekatan asosiatif dapat digunakan dalam menjawab rumusan masalah pada penelitian ini serta dapat melakukan pengujian hipotesis apakah hipotesis yang di berikan dapat diterima atau di tolak.

## B. Tempat dan Waktu Penelitian

### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Perum DAMRI Medan Sumatera Utara yang bergerak di bidang jasa transportasi yang beralamatkan di Jl. Damai No.19 Km. 10 Medan.

### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai dari bulan februari 2021 hingga sampai penelitian ini selesai dilaksanakan yang dapat dijelaskan ada tabel 3.1 berikut ini

**Tabel 3.1 Kegiatan Penelitian**

No	Kegiatan	Oktober 2020				Desember 2020				Juli 2021				Agustus 2021				September 2021				Oktober 2021				Des 2021	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Pengajuan Judul																										
2	Penulisan Proposal																										
3	Perbaikan ACC Proposal																										
4	Seminar Proposal																										
5	Pengolahan Data																										
6	Penyusunan skripsi																										
7	Bimbingan Skripsi																										
8	Sidang Meja Hijau																										

*Sumber data diambil tahun 2021*

### C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

#### 1. Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas pelayanan (X1)	Kualitas layanan adalah kualitas atau kualitas kepatuhan dengan persyaratan yang harus ditentukan dengan jelas sehingga semua orang tahu apa yang diharapkan.	Kualitas layanan menyatakan bahwa layanan pada dasarnya adalah sesuatu yang tidak berwujud, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.	1. <i>Tangibles</i> (berwujud) 2. <i>Realibility</i> (kehandalan) 3. <i>Responsivess</i> (ketanggapan) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Emphaty</i> (Empati)  Parasuman (2011)	Likert
Citra perusahaan (X2)	Gambar perusahaan diperlukan untuk mempengaruhi pikiran pelanggan, berkat kombinasi prikidan, hubungan masyarakat, bentuk fisik, kata-kata dan berbagai pengalaman nyata saat menggunakan barang / jasa.	Citra perusahaan adalah kesan, sensasi, deskripsi masyarakat atau publik kepada perusahaan, kesan sengaja dibuat dari suatu produk atau layanan yang ditawarkan.	1. Kepribadian 2. Reputasi 3. Nilai 4. Indentitas perusahaan  (Sella Kurnia Sari 2012)	Likert
Kepuasan penunpan g (Y)	Kepuasan adalah perasaan seseorang setelah muncul kinerja produk atau layanan	Kepuasan adalah kesenangan dari seseorang yang berasal dari perbandingan	1. Terpenuhi harapan konsumen 2. Sikap atau keinginan menggunakan produk	Likert

	yang terlihat seperti harapan, kepuasan pelanggan adalah penilaian yang dibeli dengan tepat ketika alternatif yang dipilih setidaknya memberikan hasil yang sama atau di luar ekspektasi pelanggan.	antara kesenangan kegiatan suatu produk dengan harapannya.	3. Merekomendasikan kepada pihak lain 4. Kualitas layanan 5. Loyal 6. Reputasi yang baik 7. Lokasi  (Komaling 2017)	
--	---	--	---	--

*Sumber data diambil tahun 2021*

## 2. Pengukuran Variabel

Sugiyono (2017:60) Menyatakan bahwa variabel pencarian adalah semua yang telah ditentukan oleh para peneliti untuk belajar dan mendapatkan informasi tentang itu. Dalam penelitian ini, ada dua variabel termasuk variabel independen dan dependen..

### 1. Variabel Bebas

Sugiyono (2017:61), menyatakan bahwa variabel bebas merupakan suatu variabel yang dapat mempengaruhi suatu variabel terikat. Variabel independen yang digunakan didalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan (X1)
- b. Citra Perusahaan (X2)

### 2. Variabel Terikat

Sugiyono (2017:61), menyatakan bahwa variabel terikat merupakan suatu variabel yang dapat dipengaruhi atau variabel yang menjadi

akibat yang disebabkan adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Penumpang (Y).

#### **D. Populasi dan Sampel/jenis dan sumber data**

##### **1. Populasi**

Sugiyono (2011:80), menyatakan bahwasannya populasi menyatakan suatu wilayah menyatakan yang terdiri dari objek atau subjek tertentu yang memiliki suatu kualitas dan karakter tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian untuk ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penumpang atau pelanggan yang menggunakan jasa bus Perum DAMRI dengan jumlah penumpang sebanyak 1000 orang pelanggan atau penumpang bus Perum DAMRI

##### **2. Sampel**

Sugiyono (2012:116), menyatakan bahwa sampel pada penelitian ini merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dalam populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penumpang bus Perum Damri Medan dan untuk mendapatkan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10% dimana perhitungannya dapat dilakukan seperti berikut ini.

$$n = \frac{N}{1 + (Ne)^2} n = \frac{1000}{1 + (1000 \times 0.1)^2} n = \frac{1000}{1 + (100)^2} n = 99.90 (100)$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

$N = \text{Populasi}$

$e = \text{Error, } 10\% (0,1)$

### **3. Jenis dan Sumber Data**

#### **a. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer suatu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber. Data primer pada penelitian ini diambil dari data penumpang Perum DAMRI Sumatera Utara secara langsung dengan menggunakan kuesioner yang akan dibagikan kepada penumpang Perum DAMRI. Kalangan penumpang perum DAMRI yaitu orang tua, remaja yang menggunakan jasa bus DAMRI.

#### **b. Sumber Data**

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu dengan menggunakan data primer. Data primer pada penelitian ini merupakan data yang diambil langsung dari sumbernya tanpa perantara. Data primer memerlukan pengolahan lebih lanjut agar dapat digunakan sebagai sumber penelitian.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data pada penelitian ini merupakan sebuah langkah yang paling utama dalam penelitian, dimana tujuan utama dari penelitian ini yaitu untuk mendapatkan data (Sugiyono 2017). Berikut cara memperoleh data pada penelitian ini antara lain:

1. Wawancara

Dilakukan kepada penumpang bus DAMRI medan

2. Kuesioner

Sebuah pertanyaan yang dibuat peneliti dalam mendapatkan data yang akan dibagikan kepada penumpang bus DAMRI Medan

3. Observasi

Merupakan pengumpulan data dengan memerhatikan obyek yang diteliti secara langsung.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert. Sugiyono (2017:79) menyatakan bahwa skala likert merupakan variabel yang diukur dan dijabarkan menjadi indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam menyusun suatu item dan instrumen yang menggunakan skala likert gradasi dari sangat positif menjadi negative. Berikut skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu antara lain:

**Tabel 3.3 Skala Likert Kuesioner**

Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber : Sugiyono (2021)*

## **F. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Kualitas Data**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas menurut Sugiyono (2017:83) ialah suatu ukuran yang dapat menunjukkan suatu tingkat kesalahan alat ukur. Uji validitas dapat

digunakan dalam mengetahui suatu kuesioner yang dipakai sah atau tidak dalam penelitian ini. Uji validitas digunakan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{table}$  dengan tingkat signifikan yang digunakan yaitu 5% dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dimana  $n$  merupakan jumlah suatu sampel. Jika  $r_{hitung} > r_{table}$  maka pertanyaan atau indikator yang digunakan dapat dikatakan valid dan sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{table}$  maka pertanyaan yang digunakan dari indikator tersebut tidak valid.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur suatu kuesioner yang menjadi indikator suatu variabel. Uji reliabilitas dapat diketahui dari besarnya nilai *cronbach alpha* dengan nilai lebih besar dari 0,60. Untuk mengetahui ketidak konsisten suatu indikator dapat disebabkan karena perbedaan cara menjawab masing-masing item pertanyaan.

**Tabel 3.4 Interpretasi Nilai r**

Koefesien r	Kategori
0,000 s/d 0,199	Sangat lemah
0,200 s/d 0,399	Lemah
0,400 s/d 0,599	Cukup kuat
0,600 s/d 0,799	Mendekati sempurna
0,800 s/d 1,000	Sempurna

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan ini mengetahui nilai suatu model pada regresi yang terdapat pada variabel dependen dan juga variabel independen-nya yang dapat berdistribusi normal atau mendekati normal. Sugiyono (2017:86) menyatakan bahwa uji normalitas merupakan hal yang digunakan untuk

mengetahui suatu kuesioner reliabel dimana jawaban atas suatu kuesioner tetap atau konsisten. Untuk mengetahui suatu kuesioner konsisten atau tidak dapat dilihat dengan besaran hasil uji *kolmogrof-smirnof* (K-S) dengan menggunakan tingkat signifikan suatu data sebesar 5% (0,05) sehingga apabila nilai *Asymp.sig* (2-tailed) diatas 5% maka variabel residual suatu data berdistribusi normal.

### **b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear antara variabel independen dalam suatu model regresi. Ghozali (2016) menyatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat. Pada penelitian ini uji multikolinieritas menggunakan nilai *variabel inflation factor* (VIF). Pada model regresi. Suatu variabel dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai suatu koefisien korelasi antara variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60. Jika nilai dari tolerance yang rendah sama dengan nilai  $VIF = 1$  atau 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heterokedastisitas merupakan suatu keadaan dimana dapat terjadinya ketidak samaan variabel, residual dalam semua pengamatan pada suatu model regresi mensyaratkan tidak terjadinya masalah heterokedastisitas.

Metode yang digunakan dalam pengujian metode ini antara lain, uji *scatter plot*, *uji glejser*, bila suatu nilai korelasi kurang tingkat signifikannya

kurang dari 0,5 maka telah terjadi heterokedastisitas, dan sebaliknya jika nilai lebih dari 0,5 maka suatu model regresi tidak terjadinya hetero.

### 3. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu hubungan yang terdiri dari dua variabel atau lebih. Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai suatu variabel dependen, apabila suatu variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan maka dapat diketahui arah hubungan antara suatu variabel independen dengan variabel dependen. Persamaan pada regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y : Variabel dependen

a : Konstanta

b : Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan

X : variabel independen antara lain: X1 : kualitas pelayanan, X2 : Citra perusahaan

e = Error

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui secara parsial atau sendiri sendiri seberapa jauh hubungan suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai Hipotesis yang digunakan dalam pengajuan ini yaitu antara lain:

Ho : Diduga variabel (Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan) tidak memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Penumpang secara parsial.

Ha : Diduga variabel (Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Penumpang secara parsial.

### **b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh suatu variabel secara simultan atau bersama sama antara variabel dependen dan independen.

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

Ho: $b_1:b_2=0$  yang artinya variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan, secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada Perum Damri Sumatera Utara.

H<sub>1</sub>: $b_1:b_2\neq 0$  yang artinya variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan, secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan penumpang pada PERUM DAMRI SUMATERA UTARA

### **c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) *Adjusted R Square* ialah untuk mengetahui kemampuan suatu model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai suatu variabel pada uji ini yaitu mulai dari nol dan satu. Bila nilai suatu *adjusted R<sup>2</sup>* dalam uji terdapat nilai negative, maka nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dapat dianggap bernilai 0. Bila  $R^2 = 1$ , maka semua titik pada

pengamatan berada tepat pada suatu garis regresi. Baik buruknya suatu nilai persamaan pada regresi dapat ditentukan oleh  $R^2$  yang memiliki nilai antara nol dan satu.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Sejarah Umum Perusahaan Damri**

DAMRI adalah singkatan dari Djawatan Angkoetan Motor Repoebluk Indonesia (ER, EYD: Jawatan Angkutan Motor Republik Indonesia) yang dibentuk berdasarkan Maklumat Kementerian Perhubungan RI No.01/DAMRI/46 tanggal 25 November 1946 dengan tugas utama menyelenggarakan angkutan penumpang dan barang di atas jalan dengan menggunakan kendaraan bermotor. Dalam perkembangan selanjutnya sebagai Perusahaan Umum (Perum), nama DAMRI tetap diabadikan sebagai brand mark dari Badan Usaha Milik Negara (BUMN) ini yang hingga saat ini masih tetap konsisten menjalankan tugasnya sebagai salah satu penyelenggara jasa angkutan penumpang dan barang dengan menggunakan bus dan truk.

Hingga saat ini, DAMRI memiliki jaringan pelayanan tersebar hampir di seluruh wilayah Republik Indonesia. Dalam kegiatan usahanya DAMRI menyelenggarakan pelayanan angkutan kota, angkutan antarkota dalam provinsi, angkutan kota antarprovinsi, angkutan khusus bandar udara, angkutan pariwisata, angkutan logistik, angkutan keperintisan, dan angkutan lintas batas negara.

Pada tahun 1943, terdapat dua usaha angkutan di zaman pendudukan Jepang yaitu Jawa Unyu Zigyosha (ジャワ運輸自動車) yang mengkhususkan diri pada angkutan barang dengan truk, gerobak atau cikar, dan juga terdapat Jidousha Sokyoku (自動車総局 Jidousha Soukyoku) yang melayani angkutan Penumpang dengan kendaraan bermotor atau bus. Pada tahun 1945, setelah Indonesia merdeka, di bawah pengelolaan Departemen Perhubungan RI, Jawa Unyuu Jidousha berubah nama menjadi Djawatan Pengangkutan untuk angkutan barang dan Jidousha Sokyoku beralih menjadi Djawatan Angkutan Darat untuk angkutan penumpang. Pada 25 November 1946, kedua jawatan itu digabungkan berdasarkan Maklumat Menteri Perhubungan RI No.01/DAM/46 sehingga dibentuklah "Djawatan Angkutan Motor Repoeblik Indonesia", disingkat DAMRI, dengan tugas utama menyelenggarakan pengangkutan darat dengan bus, truk, dan angkutan bermotor lainnya. Tugas tersebut menjadikan semangat kesejarahan DAMRI yang telah memainkan peranan aktif dalam kiprah perjuangan mempertahankan kemerdekaan melawan agresi Belanda di Jawa.

Tahun 1961, terjadi peralihan status DAMRI menjadi Badan Pimpinan Umum Perusahaan Negara (BPUPN) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 233 Tahun 1961, yang kemudian pada tahun 1965 BPUPN dihapus dan DAMRI ditetapkan menjadi Perusahaan Negara (PN).

Tahun 1982, DAMRI beralih status menjadi Perusahaan Umum (PERUM) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 1984 serta dengan Peraturan

Pemerintah No. 31 Tahun 2002 dan berkelanjutan hingga saat ini, di mana PERUM DAMRI diberi tugas dan wewenang untuk menyelenggarakan jasa angkutan umum untuk penumpang dan atau barang di atas jalan dengan kendaraan bermotor. Saat ini, DAMRI merupakan salah satu perusahaan yang dimiliki pemerintah di bawah Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Bandar Udara Internasional Kualanamu (bahasa Inggris: Kualanamu International Airport) (IATA: KNO, ICAO: WIMM), sering salah eja sebagai 'Kuala Namu dan disingkat secara tidak resmi KNIA adalah sebuah Bandar Udara Internasional yang melayani Kota Medan, Sumatra Utara. Bandara ini terletak di Kabupaten Deli Serdang, 23 km arah timur dari pusat kota Medan. Bandara ini adalah bandara terbesar ketiga di Indonesia (setelah Soekarno–Hatta Jakarta dan yang baru Bandar Udara Internasional Kertajati Majalengka, Jawa Barat. Lokasi bandara ini merupakan bekas areal perkebunan PT Perkebunan Nusantara II Tanjung Morawa yang terletak di Beringin, Deli Serdang, Sumatra Utara. Pembangunan bandara ini merupakan bagian dari MP3EI, untuk menggantikan Bandar Udara Internasional Polonia yang telah berusia lebih dari 85 tahun. Bandara Kualanamu diharapkan dapat menjadi bandara pangkalan transit internasional untuk kawasan Sumatra dan sekitarnya. Bandara ini mulai beroperasi sejak 25 Juli 2013 meskipun ada fasilitas yang belum sepenuhnya selesai dikerjakan.

**a. Bus Damri Kualanamu**

Trayek : Bandara Kualanamu – Amplas Medan

Tarif : Rp. 10.000,- / orang

Jadwal Operasional : 04.30 WIB – 22.00 WIB (berangkat setiap 30 menit)

Lama Perjalanan : ±45 Menit (kondisi jalan lancar)

Rute : Bandara Kualanamu -> Sp. Kayu Besar -> Tol Tj Morawa -> Tol Amplas

Trayek : Bandara Kualanamu – Medan Fair Plaza

Tarif : Rp. 15.000,- / orang

Jadwal Operasional : 04.30 WIB – 22.00 WIB (berangkat setiap 30 menit)

Lama Perjalanan : ±60 menit (kondisi jalan lancar)

Rute : Bandara Kualanamu -> Sp. Kayu Besar -> Tol Tj Morawa -> Tol Amplas -  
> Jl. SM Raja -> Jl Juanda -> Jl. Sudirman -> Jl. S. Parman -> Jl. Iskandar Muda -  
> Jl. Gatot Subroto -> Medan Fair Plaza

#### **b. Bus ALS Kualanamu**

Trayek : Bandara Kualanamu – Binjai

Tarif : Rp. 30.000,- / orang

Jadwal Operasional : 03.00 WIB – 22.00 WIB (berangkat setiap 30 menit)

Lama Perjalanan : ± 1 – 2 jam (tergantung kondisi jalan)

Rute : Bandara Kualanamu -> Sp. Kayu Besar -> Terminal Amplas -> Jl. Sisingamangaraja -> Simpang Marendal -> Jl. AH Nasution (Asrama Haji) -> Simpang Pos -> Ring Road -> Pondok Kelapa -> Jl. Gatot Subroto -> Terminal Binjai

Trayek : Bandara Kualanamu – Ring Road Tarif : Rp. 15.000,- / orang

Jadwal Operasional : 04.30 WIB – 22.00 WIB (berangkat setiap 30 menit)

Lama Perjalanan : ± 1 jam (tergantung kondisi jalan)

Rute : Bandara Kualanamu -> Sp. Kayu Besar -> Terminal Amplas -> Jl. Sisingamangaraja -> Simpang Marendal -> Jl. AH Nasution (Asrama Haji) -> Simpang Pos -> Ring Road

#### **c. Bus ALMASAR Kualanamu**

Trayek : Bandara Kualanamu – Cemara Tarif : Rp. 15.000,- / orang

Jadwal Operasional : 04.30 WIB – 22.00 WIB

Lama Perjalanan : ± 45 menit (tergantung kondisi jalan)

Rute : Bandara Kualanamu -> Sp. Kayu Besar -> Tol Belmera -> Cemara

#### **d. Bus PARADEP Kualanamu**

Trayek : Bandara Kualanamu – Pematang Siantar Tarif : Rp. 50.000,- / orang

Jadwal Operasional : 04.30 WIB – 22.00 WIB

Lama Perjalanan : ± 2 – 3 jam (tergantung kondisi jalan)

## 2. Struktur Organisasi



**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perum DAMRI Medan**  
Sumber : Perum DAMRI Medan

### a. Visi dan Misi Perusahaan Umum Perum DAMRI Kantor Cabang Medan

Adapun visi dan misi Perusahaan Umum Perum DAMRI Kantor Cabang Medan adalah sebagai berikut:

**“Visi:** “Menjadi penyedia jasa angkutan jalan yang aman, terjangkau, berkinerja unggul, andalan masyarakat Indonesia dan regional Asean.

**” Misi:**

- 1) Menyajikan layanan angkutan jalan berkelas dunia World Class Land Transport Provider yang aman Safe, berkualitas prima High Quality Service dan terjangkau Customer Satisfaction di Indonesia dan regional Asean.

- 2) Menjalankan prinsip pengelolaan perusahaan yang baik Good Corporate Governance dalam rangka memenuhi harapan stakeholder.
- 3) Mendorong tumbuhnya kegiatan ekonomi sosial, budaya nasional serta regional Asean, sekaligus menjaga keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

**b. Integritas Perusahaan Umum Perum DAMRI Kantor Cabang Medan**

Perusahaan Umum Perum DAMRI sebagai salah satu penyedia layanan jasa angkutan jalan bagi masyarakat memiliki integritas yang harus dipegang teguh oleh seluruh pegawai Perusahaan Umum Perum DAMRI yang tersebar di berbagai wilayah ataupun cabang termasuk Perusahaan Umum Universitas Sumatera Utara Perum DAMRI Kantor Cabang Medan. Tujuh integritas Perusahaan Umum Perum DAMRI tersebut ialah:

- 1) Jujur Keselarasan antara pemikiran, perkataan, dan perbuatan, menghindari benturan kepentingan, menjunjung tinggi kepercayaan dan integritas, mengakui kesalahan serta menyampaikan segala sesuatu sesuai dengan fakta.
- 2) Tanggung Jawab Menerima amanah dan menjalankan tugas serta kewajiban yang diberikan: menuntaskan pekerjaan hingga hasil yang ditentukan.
- 3) Visioner Memiliki keyakinan dalam mewujudkan rencana serta cita-cita, ingin selalu menyempurnakan dan menjadi yang terbaik.
- 4) Disiplin Konsisten terhadap rencana yang telah dibuat dan menjalankan sesuai ketentuan, tidak berhenti berupaya hingga mencapai hasil yang diinginkan dalam jangka waktu yang telah ditetapkan.

- 5) Kerjasama Mengoptimalkan potensi yang dimiliki untuk mencapai tujuan bersama, saling mendukung menyelesaikan tugas bersama sesuai dengan pembagian tanggung jawab yang telah disepakati. Universitas Sumatera Utara.
- 6) Adil Bersikap dan mengambil keputusan secara proporsional, mengapresiasi dan menghukum sesuai dengan ketentuan.
- 7) Peduli Memahami kondisi pihak lain dan ikut merasakan kesulitan yang dihadapi, berinisiatif membantu dan menyelesaikan masalah atau pekerjaan.

### 3. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang akan diuraikan berikut ini mencerminkan bagaimana keadaan responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir.

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1. Jenis Kelamin**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Laki-Laki	55	55,8	44,2	44,2
	Perempuan	45	44,2	55,8	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)*

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa berdasarkan jenis kelamin para penumpang Bus Damri yang menjadi responden yang berjenis kelamin Pria berjumlah 55 orang atau 55% 55.8 sedangkan yang berjumlah Perempuan sebanyak 45 orang atau 44.2% responden.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2. Usia Konsumen**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	25 - 30 Tahun	32	32.4	32.4	53.8
	31 - 45 Tahun	43	43.8	43.8	86.8
	46 - 50 Tahun	25	23.8	23.8	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)*

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen Bus Damri yang menjadi responden berusia 25 – 30 tahun, yaitu sebanyak 32 orang atau sebesar 32.4% dari total responden, 31-45 tahun sebanyak 43 orang atau 43.8 % dan yang berusia 46-50 tahun sebanyak 25 orang atau 23.8 %.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.3. Pendidikan Terakhir**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	SMU	12	11,8	11,8	12.0
	D3	32	31,6	31,6	30.8
	S1	48	48,7	48,7	57.2
	S2	8	7,9	7,9	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)*

Pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa jumlah konsumen Bus Damri yang menjadi responden memiliki pendidikan terakhir SMU yaitu sebanyak 12 orang atau 11,8%, dan yang memiliki pendidikan D3 sebanyak 32 orang atau 31,6%, dan yang tamatan S1 sebanyak 48 orang atau 48,7% serta yang memiliki pendidikan samapai jenjang S2 sebanyak 8 Orang atau 7,9%.

## d. Karakter responden Berdasarkan status Pekerjaan

**Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan**

Pekerjaan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masih sekolah/kuliah	8	8,7	22,7	22,7
	Bekerja	62	62,5	62,5	77,3
	Tidak Bekerja	30	28,8	28,8	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Pada tabel 4.4 diatas, menunjukkan bahwa mayoritas konsumen penumpang Bus Damri yang menjadi responden berdasarkan status pekerjaan adalah , yaitu sebanyak 100 orang, sedangkan yang masih kuliah atau pendidikan sebanyak 8 orang atau 8.7%, dan yang sedang bekerja atau karyawan sebanyak 62 orang atau 62.5% sedangkan yang sudah tidak bekerja sebesar 30 orang atau 28.8% responden.

## e. Karakter Responden Berdasarkan berapa kali berkunjung di Bus damri

**Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Berkunjung Di Bus damri**

Lama Berlangganan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25 thn	27	27,2	27,2	42,8
	26-30 thn	21	21,1	21,1	78,9
	31-35 thn	22	21,6	21,6	86,6
	36-40 thn	18	17,7	17,7	78,4
	41-45 thn	5	5,5	5,5	94,5
	46 >	7	6,9	6,9	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Pada tabel 4.5 diatas, bahwa mayoritas konsumen penumpang Bus Damri sebanyak 100 orang yang di antaranya usia 20-25 tahun sebesar 27 orang atau 27,2% responden, dan untuk usia 26-30 tahun sebanyak 21 orang atau 21,1% responden, sedangkan untuk usia 31-35 tahun sebanyak 22 orang atau 21,6% responden , dan untuk usia 36-40 tahun sebanyak 18 orang atau 17,7% responden

dan usia 41-45 tahun sebanyak 5 orang atau 5,5% responden, dan untuk usia 46 ke atas sebanyak 7 orang atau sebesar 6,9% responden.

### A. Analisis Deskriptif (Distribusi Penilaian Responden)

Gambaran responden penelitian dapat dilihat pada hasil analisis deskriptif berupa tabel frekuensi. Masing-masing butir pernyataan setiap variabel harus diisi oleh responden yang berjumlah 100 orang.

**Tabel 4.6 Kriteria Penilaian Pernyataan Responden**

No.	Score Mean	Kriteria
1	0 – 1,9	Sangat Buruk
2	2 – 2,9	Buruk
3	3 – 3,9	Cukup Baik
4	4 – 4,9	Baik
5	5	Sangat Baik

Berdasarkan table 4.6 Variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dibentuk oleh 5 (lima) indikator yang terdiri dari Pelayanan ( $X_{1.1}$ ), Tanggapan ( $X_{1.2}$ ), Keramahan ( $X_{1.3}$ ), Cepat Tanggap ( $X_{1.4}$ ), Merespon ( $X_{1.5}$ ). Gambaran lengkap tanggapan responden untuk masing-masing indikator secara lengkap dapat dilihat pada tabel berikut ini:

#### a) Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

**Tabel 4.7. Pernyataan Kualitas Pelayanan  $X_1$ .**

ItemPernyataan	STS		TS		N		S		SS		Mean	Ket
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Apakah dengan pelayanan yang di berikan oleh Bus damri sudah dapat di wujudkan dengan harapan para penumpang	3	3,2	15	15,3	8	7,8	38	37,7	36	36,0	3,55	S
Bagaimana ketanggapan petugas dalam melayani pelanggan dengan baik.	-	-	17	17,0	32	32,0	34	32,0	17	17,0	3,62	S

Apakah keramahan dan cara bicara petugas Damri sangat memuaskan.	15	14.8	12	12.1	15	14.7	21	21.2	37	37.2	3,35	S
Apakah informasi yang di berikan sesuai dengan harapan para penumpang	-	-	21	23.1	25	27.5	43	44.0	11	5.4	3.38	S
Apakah karyawan atau petugas Damri , apakah menerima respon baik yang di sampaikan oleh penumpang	-	-	22	22.0	33	32.9	28	28.3	16	16.8	3.51	S

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui distribusi jawaban untuk variabel Kualitas Pelayanan yang disebarakan pada 100 penumpang yaitu:

- 1) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Apakah dengan pelayanan yang di berikan oleh Bus damri sudah dapat di wujudkan dengan harapan para penumpang) menunjukkan bahwa terdapat 36 atau (36.0%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 37 penumpang (37.7%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 8 penumpang (7.8%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 15 penumpang (15,3%). Penumpang yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 penumpang atau ( 3.2%) , sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 1 adalah 3,55. Berdasarkan jawaban dari penumpang tersebut dapat disimpulkan bahwa penumpang setuju saya sering mendapatkan pelayanan yang di berikan oleh Bus Damri.
- 2) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Bagai mana ketanggapan petugas dalam melayani pelanggan dengan baik.) menunjukkan bahwa terdapat 17 atau (12.7%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 34 penumpang (39.4%),

penumpang yang menjawab netral sebanyak 32 penumpang (35.2%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 17 penumpang (12.7%)., sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 2 adalah 3,62. Berdasarkan jawaban dari penumpang tersebut dapat disimpulkan bahwa penumpang melihat ketanggapan para petugas Bus Damri dalam melayani penumpang.

- 3) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Apakah keramahan dan cara bicara petugas Damri sangat memuaskan.) menunjukkan bahwa terdapat 37 atau (37.2%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 21 penumpang (21.2%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 15 penumpang (14.7%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 12 penumpang (12.1%). Penumpang yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 15 penumpang atau (14.8%) , sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 3 adalah 3,35. Berdasarkan jawaban dari penumpang tersebut dapat disimpulkan bahwa penumpang setuju mendapatkan keramahan para petugas kepada penumpang Bus damri.
- 4) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Apakah informasi yang di berikan sesuai dengan harapan para penumpang) menunjukkan bahwa terdapat 11 atau (5.4%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 43 penumpang (44.0%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 25 penumpang (27.5%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 21 penumpang (33.1%)., sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 4 adalah 3,38 Berdasarkan jawaban dari penumpang tersebut dapat disimpulkan bahwa penumpang setuju

sering mendapatkan informasi yang sangat akurat terhadap petugas dari Bus Damri.

- 5) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Apakah karyawan atau petugas Damri , apakah menerima respon baik yang di sampaikan oleh penumpang) menunjukkan bahwa terdapat 17 atau (16.8%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 28 penumpang (28.3%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 33 penumpang (32.9%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 22 penumpang (22.0%)., sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 5 adalah 3,51 Berdasarkan jawaban dari penumpang tersebut dapat disimpulkan bahwa penumpang menyatakan tidak setuju sering mendapatkan respon yang sangat baik terhadap petugas dari Bus Damri.

#### b) Variabel Citra Perusahaan( X<sub>2</sub> )

**Tabel 4.8 Pernyataan Citra Perusahaan X<sub>2</sub>**

ItemPernyataan	STS		TS		N		S		SS		Mean	Ket
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Bagi saya Bus Damri secara Efisiensi memiliki reputasi yang baik.	-	-	20	20.1	33	32.8	32	32.2	15	14.9	3,81	S
Bagi saya Bus Damri secara Efisiensi memiliki nilai lebih dibandingkan Bus Yang lainnya lainnya.	1	1.1	21	20.8	28	28.1	35	35.2	15	14.8	3,50	S
Bagi saya Bus Damri secara Efisiensi memiliki kualitas yang baik.	-	-	18	17.6	33	32.9	27	26.8	22	22.7	3,41	S
Bus Damri secara Efisiensi selalu bertanggung jawab terhadap segala hal yang ditemui oleh	-	-	15	15.3	30	30.0	39	39.9	14	14.8	3.46	S

pelanggan.												
------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui distribusi jawaban untuk variabel Citra Perusahaan yang disebarakan pada 100 penumpang yaitu:

- 1) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Bagi saya Bus Damri secara Efisiensi memiliki reputasi yang baik.) menunjukkan bahwa terdapat 20 atau (20.1%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 32 penumpang (32.2%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 32 penumpang (32.8%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 20 penumpang (20.1%). Penumpang , sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 1 adalah 3,81 Berdasarkan jawaban dari penumpang tersebut dapat disimpulkan bahwa penumpang banyak menyatakan setujudan menyatakan Bus damri secara efisiensi memiliki reputasi yang baik.
- 2) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Bagi saya Bus Damri secara Efisiensi memiliki nilai lebih dibandingkan Bus Yang lainnya.) menunjukkan bahwa terdapat 15 atau (14.8%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 35 penumpang (35.2%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 28 penumpang (28.1%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 21 penumpang (20.8%)., penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 penumpang (1.1%). Penumpang sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 2 adalah 3,50 Berdasarkan jawaban dari penumpang yang menyatakan nilai setuju bahawa Bus damri memiliki nilai lebih dari Bus yang lain.

- 3) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Bagi saya Bus Damri secara Efisiensi memiliki kualitas yang baik.). menunjukkan bahwa terdapat 22 atau (22.7%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 27 penumpang (26.8%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 33 penumpang (32.9%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 18 penumpang (20.8%)., penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 1 penumpang (17.6%). Penumpang sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 3 adalah 3,41 Berdasarkan jawaban dari penumpang yang menyatakan nilai tidak setuju bahawa Bus damri memiliki kualitas yang kurang baik.
- 4) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Bus Damri secara Efisiensi selalu bertanggung jawab terhadap segala hal yang ditemui oleh pelanggan) menunjukkan bahwa terdapat 16 atau (14.8%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 39 penumpang (39.9%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 30 penumpang (30.0%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 21 penumpang (20.8%)., penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 15 penumpang (15.3%). Penumpang sedangkan Nilai *mean* daripernyataan 4 adalah 3,46 Berdasarkan jawaban dari penumpang yang menyatakan nilai setuju bahawa Bus damri bertanggung jawab atas segala sesuatu yang ada di dalam Bus tersebut.

**c) Variabel Kepuasan Penumpang ( Y )**

**Tabel 4.9 Pernyataan Kepuasan Penumpang Y1.**

ItemPernyataan	STS		TS		N		S		SS		Mean	Ket
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Apakah kualitas dari pelayanan jasa yang di berikan oleh petugas Perum Damri sudah sesuai dengan harapan Penumpang	-	-	15	14.6	34	33.6	28	28.3	23	23.5	3,45	S
Bagaimana menurut anda kualitas dari harga atau fasilitas tempat sudah sesuai dengan harapan penumpang	-	-	17	16.7	29	29.8	36	35.8	18	17.7	3,50	S
Harga atau jasa yang di berikan oleh Bus damri apakah anda sudah merasakan puas atas pelayanannya	-	-	20	20.4	35	34.8	31	30.6	14	14.2	3,44	S
Bagaimana pelayanan yang di berikan oleh pelanggan dengan system online pembeian tiket , apakah anda sudah merasa nyaman	-	-	13	12.6	31	31.2	38	37.5	18	18.7	3.46	S
Apakah sudah cocok menurut anda cara iklan yang di sampaikan oelh Bus damri	-	-	16	16.2	28	27.6	31	30.7	25	25.5	3.44	S
Fasilitas yang dimiliki oleh Bus Damri secara Efisiensi membuat saya puas	-	-	16	16.1	29	29.3	34	33.7	21	20.9	3.62	S
Karyawan Bus Damri secara Efisiensi selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan	-	-	18	17.8	28	28.1	31	30.9	23	22.8	3.27	S

*Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)*

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui distribusi jawaban untuk variabel Kepuasan Penumpang yang disebarkan pada 100 penumpang yaitu:

- 1) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Apakah kualitas dari pelayanan jasa yang di berikan oleh petugas Perum Damri sudah sesuai dengan harapan Penumpang ) menunjukkan bahwa terdapat 23 atau (23.5%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 28 penumpang (28.3%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 34 penumpang (33.6%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 15 penumpang (14.6%). Penumpang , sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 1 adalah 3,45 Berdasarkan jawaban dari penumpang tersebut dapat disimpulkan bahwa penumpang banyak menyatakan kurang setuju atas pelayanan jasa yang di berikan oleh perum Damri.
- 2) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Bagaiman menurut anda kualitas dari harga atau fasilitas tempat sudah sesuai dengan harapan penumpang) menunjukkan bahwa terdapat 18 atau (17.7%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 36 penumpang (35.8%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 29 penumpang (29.8%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 17 penumpang (16.7%)., sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 2 adalah 3,60 Berdasarkan jawaban dari penumpang yang menyatakan nilai setuju kualitas dan harga sudah sesuai dengan harapan dari penumpang Bus Damri.
- 3) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Harga atau jasa yang di berikan oleh Bus damri apakah anda sudah merasakan puas atas pelayanannya) menunjukkan bahwa terdapat 14 atau (14.2%) penumpang

yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 31 penumpang (30.6%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 35 penumpang (34.8%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 20 penumpang (20.4%)., sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 3 adalah 3,44 Berdasarkan jawaban dari penumpang yang menyatakan nilai tidak setuju berdasarkan harga dan jasa yang di berikan oleh Bus Damri yang belum sesuai dengan harapan penumpang.

- 4) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Bagaimana pelayanan yang di berikan oleh pelanggan dengan system online pembeian tiket , apakah anda sudah merasa nyaman ) menunjukkan bahwa terdapat 18 atau (18.7%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 38 penumpang (37.5%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 31 penumpang (31.2%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 13 penumpang (12.6%)., sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 4 adalah 3,74 Berdasarkan jawaban dari penumpang yang menyatakan nilai setuju berdasarkan keputusan konsumen untuk pembelian tiket dan pelayanan secara online sangat di butuhkan saat sekarang ini dan penumpang dinyatakan puas.
- 5) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Apakah sudah cocok menurut anda cara iklan yang di sampaikan oleh Bus damri) menunjukkan bahwa terdapat 25 atau (25.5%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 31 penumpang (30.7%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 28 penumpang (27.6%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 16 penumpang

(16.2%)., sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 5 adalah 3,44 Berdasarkan jawaban dari penumpang yang menyatakan nilai setuju berdasarkan keputusan konsumen untuk menyatakan penumpang sangat cocok pemasangan iklan yang di berikan oleh Bus Damri.

- 6) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Fasilitas yang dimiliki oleh Bus Damri secara Efisiensi membuat saya puas) menunjukkan bahwa terdapat 21 atau (20.9%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 34 penumpang (33.7%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 29 penumpang (29.3%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 16 penumpang (16.1%)., sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 6 adalah 3,62 Berdasarkan jawaban dari penumpang yang menyatakan setuju berdasarkan keputusan konsumen bahwa fasilitas yang di miliki oleh Bus damri sudah merasakan puas atas fasilitas yang di berikan.
- 7) Distribusi jawaban penumpang untuk pernyataan (Karyawan Bus Damri secara Efisiensi selalu memperhatikan kebutuhan pelanggan ) menunjukkan bahwa terdapat 23 atau (23.8%) penumpang yang menjawab sangat setuju, penumpang yang menjawab setuju sebanyak 31 penumpang (30.9%), penumpang yang menjawab netral sebanyak 28 penumpang (28.1%), penumpang yang menjawab tidak setuju sebanyak 18 penumpang (17.8%)., sedangkan Nilai *mean* dari pernyataan 7 adalah 3,27 Berdasarkan jawaban dari penumpang yang menyatakan nilai setuju berdasarkan keputusan konsumen tentang perhatian petugas Bus Damri sehingga penumpang di nyatakan sangat puas.

## B. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam daftar angket yang telah disajikan pada responden maka perlu dilakukan uji validitas. Apabila validitas setiap pertanyaan lebih besar ( $>$ ) 0,30, maka butir pertanyaan dianggap valid.

**Tabel 4.10 Uji Validitas ( X1 ) Kualitas Pelayanan**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17.22	4.194	.587	.744
X1.2	17.28	3.941	.662	.719
X1.3	17.53	4.191	.553	.753
X1.4	17.45	3.301	.643	.728
X1.5	17.44	4.512	.424	.790

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui hasil akhir dari output SPSS pada variabel Kualitas Pelayanan(X1) setelah dilakukan pengolahan data pada kolom nilai *corrected item-total correlation*. Hasil dari uji validitas sebanyak 5 butir pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan di katakan valid (sah) dikarenakan nilai koefisiennya lebih besar  $>$  0,30.

**Tabel 4.11. Uji Validitas (X<sub>2</sub>) Citra Perusahaan**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	11.93	3.096	.405	.541
X2.2	12.00	2.707	.595	.400
X2.3	12.22	3.224	.387	.555
X2.4	12.69	3.024	.354	.676

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui hasil akhir dari output SPSS

padavariabel Citra Perusahaan (X2) setelah dilakukan pengolahan data padakolom nilai *corrected item-total correlation*. Hasil dari uji validitas sebanyak 4 butir pernyataan pada variabel Citra Perusahaan di katakan valid (sah) dikarenakan nilai koefisiennya lebih besar  $> 0,30$ .

**Tabel 4.12. Uji Validitas (Y) Kepuasan Penumpang**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	26.15	6.755	.619	.768
Y1.2	26.17	6.890	.593	.773
Y1.3	26.34	6.550	.508	.786
Y1.4	26.30	6.475	.558	.776
Y1.5	26.32	6.745	.472	.792
Y1.6	26.26	6.497	.507	.787
Y1.7	26.48	6.757	.561	.776

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui hasil akhir dari output SPSS padavariabel Kepuasan Penumpang (Y) setelah dilakukan pengolahan data padakolom nilai *corrected item-total correlation*. Hasil dari uji validitas sebanyak 7 butir pernyataan pada variabel Kepuasan Penumpang di katakan valid (sah) dikarenakan nilai koefisiennya lebih besar  $> 0,30$ .

**Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1) Ciptra Perusahaan ( X2 ) dan Kepuasan Penumpang ( Y )**

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas pelayanan	46.95	20.573	.595	.355	.684
Citra Perusahaan	52.40	22.586	.600	.360	.692
Kepuasan Penumpang	38.01	16.111	.624	.390	.668

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas dapat kita ketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk seluruh variabel penelitian Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Penumpang adalah  $> 0,60$  maka dapat dikatakan hasil uji reliabilitas keseluruhan variabel handal (reliabel).

### C. Uji Asumsi Klasik

#### a. Hasil Uji Normalitas

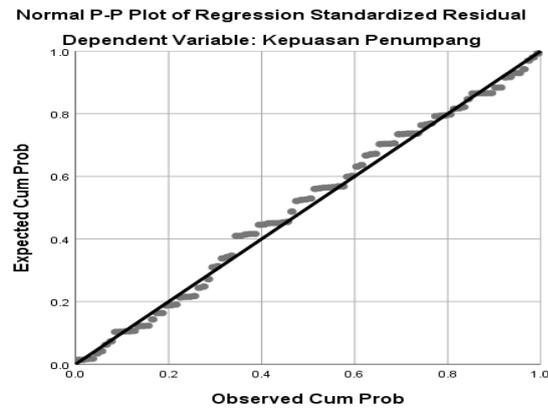
Tabel 4.14 Hasil Uji Kolmogorove-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.31494038
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.032
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.14 diketahui bahwa nilai Asymp.Sig. (2-tailed) 0,200  $> 0,05$  nilai signifikan sisehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

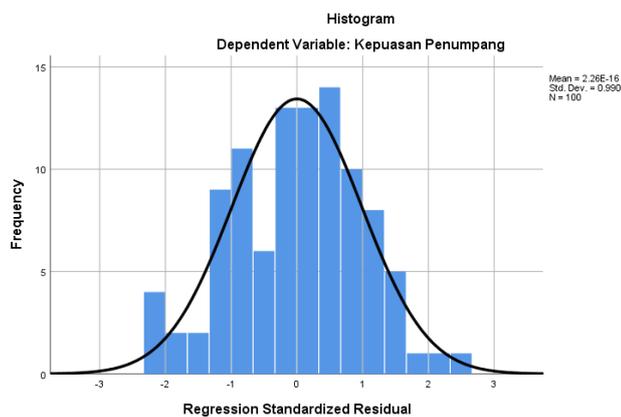
### 1) Hasil PP-Plot Uji Normalitas



**Gambar4.2 PP-PlotUjiNormalitas**

Berdasarkan Gambar 4.14 PP-Plot Uji Normalitas di atas grafik Histogram menuju kecembungan seimbang di tengah dan titik-titik PP-Plot berada diantara garis diagram maka data dinyatakan normal.

### 2) Hasil Histogram Uji Normalitas



**Gambar 4.3 Histogram Uji Normalitas**

Berdasarkan Gambar 4.7 uji grafik normal PP-Plot grafik histogram digunakan untuk melihat hasil uji normalitas. Gambar di atas sesuai dengan ketentuan uji normalitas yang menyatakan bahwa data dikatakan normal jika garis membentuk lonceng dan di tengah maka

berdistribusi normal.

## b. Hasil Uji Multikolienaritas

**Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolienaritas**

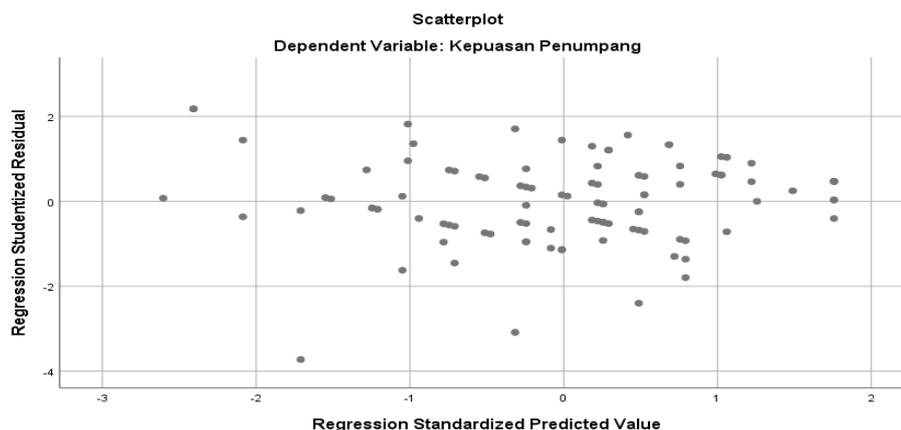
Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.231	2.253		5.872	.000		
	Kualitas pelayanan	.430	.111	.355	3.863	.000	.745	1.34
	Citra Perusahaan	.497	.125	.365	3.973	.000	.745	1.34

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui bahwa hasil uji multikolinearitas untuk variabel Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepuasan Penumpang memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 maka penelitian ini dinyatakan terbebas dari masalah multikolinearitas.

## c. Hasil Uji Hetersokedastisitas



**Gambar 4.4 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan Gambar 4.8 *Scatterplot* menunjukkan sebaran data tidak terlalu membentuk pola-pola tertentu dan tidak pula terlalu menyebar maka data

dinyatakan terbebas dari masalah heteroskedastisitas

#### D. Hasil Regresi Linear Berganda ( Uji Kesesuaian )

Model analisis data yang digunakan untuk mengetahui besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan terhadap Keputusan Penumpang pada penumpang Bus Damri menuju Kualanamu Deli serdang adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Penumpang (*Dependent Variabel*)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi Berganda (*Multiple Regression*)

$X_1$  = Kualitas Pelayanan (*Independent Variabel*)

$X_2$  = Citra perusahaan (*Independent Variabel*)

$\epsilon$  = *Error term*

**Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.231	2.253		5.872	.000
	Kualitas pelayanan	.430	.111	.355	3.863	.000
	Citra Perusahaan	.497	.125	.365	3.973	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.16. persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini dirumuskan dengan:

$$Y = -13.231 + 0,430 + 0,497 + \epsilon$$

1. Jika segala sesuatu pada variabel-variabel bebas dianggap 0 (nol) maka nilai dari kepuasan penumpang (Y) adalah sebesar 13.231

2. Jika terjadi peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka kepuasan penumpang akan meningkat sebesar 0,430 atau sebesar 43.0%.
3. Jika terjadi peningkatan Citra Perusahaan sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Penumpang akan meningkat sebesar 0,497 atau sebesar 49.7%.

## E. Hasil Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikan Simultan (UjiF)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh dari Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penumpang pada tingkat kepercayaan (*Confidence Interval*) atau level pengujian hipotesis 5%.

**Tabel 4.17 Uji Signifikan Simultan (UjiF)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	339.574	2	169.787	31.043	.000 <sup>b</sup>
	Residual	530.536	97	5.469		
	Total	870.110	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang						
b. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas pelayanan						

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat diketahui Uji F menghasilkan  $F_{hitung} 31.043 > F_{tabel} 1,76$  ( $n-k-1$  pada  $k = 100-4-1 = 95$  sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Penumpang Sehingga hipotesis sebelumnya diterima.

### b. Uji Signifikan Parsial (Ujit)

Uji Parsial menunjukkan seberapa jauh variabel bebas Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Penumpang. Untuk mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan, dilakukan uji parsial (Uji t).

**Tabel 4.18. Uji Parsial ( Uji t )**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	5.872	.000
	Kualitas pelayanan	3.863	.000
	Citra Perusahaan	3.973	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa angka-angka variabel bebas saling mempengaruhi variabel terikat

Terima Ho (tolak Ha) apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $Sig\ t > \alpha 5\%$ .

Tolak Ho (terima Ha) apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $Sig\ t < \alpha 5\%$ .

#### 1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang

Nilai t hitung Kualitas Pelayanan sebesar  $3.863 > 1,76$  ( $n-k = 100-4 = 96$  pada  $0,05/ 5\%$ ) dan signifikan  $0,000 < 0,05$ , sehingga Ha diterima dan Ho ditolak, maka Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang.

#### 2) Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Penumpang

Nilai t hitung Citra Perusahaan sebesar  $3.973 > 1,76$  ( $n-k = 100-4 = 96$  pada  $0,05/5\%$ ) dan signifikan  $0,000 < 0,05$ , sehingga Ha diterima dan Ho ditolak, maka Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang.

### c. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel terikatnya dalam satuan persentase. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasinya adalah:

**Tabel 4.19 Uji Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632 <sup>a</sup>	.572	.685	.927
a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang				

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat diketahui perolehan nilai *Adjusted R square* 0,685 dapat disebut koefisien determinasi, hal ini berarti 0,685 atau (68,5%) Kepuasan Penumpang dapat diperoleh dan di jelaskan oleh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan sedangkan sisanya sebesar 31,5% dijelaskan oleh variabel diluar model yang tidak diteliti.

## F. Pembahasan

Dalam penelitian ini, pembahasan dilakukan melalui kajian untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan berdasarkan metode analisis regresi linier berganda.

### 1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang

Berdasarkan hasil uji-t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3.863 dengan tingkat probabilitas (sig) adalah 0,000, Jika dibandingkan pada  $t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$ , berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig < 0,05$ ,  $t_{hitung} 3.863 > t_{tabel} 1,76$  dan  $sig 0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang teruji dan dapat diterima. Arah positif menunjukkan bahwa setiap ada peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan, akan menyebabkan meningkatnya kepuasan penumpang .

Penelitian ini juga dilakukan oleh Erwina Safitri dan Minarti Rahayu dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan (2015). Kualitas pelayanan merupakan pemahaman bahwa kinerja yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai yang sempurna bagi pelanggan dan tidak dimiliki diinginkannya sesuai dengan kinerja pelayanan yang di dapat. Pada era globalisasi yang mempengaruhi modernitas dan kemajuan teknologi memiliki dampak terhadap persaingan yang semakin ketat demi mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang dilakukan perusahaan agar dapat bertahan dan memperoleh kepercayaan pelanggan. Pelayanan tidak hanya sekedar untuk melayani, tetapi merupakan upaya untuk membangun suatu kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling

menguntungkan. Pola konsumsi dangaya hidup pelanggan menuntut perusahaan harus mampu meberikan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang berkualitas adalah bagaimana mengerti keinginan pelanggan dan senantiasa memberikan nilai tambah dimata pelanggan .

Menurut Wyckof dalam Fandy Tjiptono (2014:268), kualitas pelayanan meruupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan (expected service) dan pelayanan yang dipersepsikan (perceived service). Implikasinya, baik buruknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

## **2) Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Penumpang**

Berdasarkan hasil uji-t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3.973 dengan tingkat probabilitas (sig) adalah 0,000, Jika dibandingkan pada  $t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$ , berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $sig < 0,05$ ,  $t_{hitung} 3.973 > t_{tabel} 1,76$  dan  $sig 0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang teruji dan dapat diterima. Arah positif menunjukkan bahwa setiap ada peningkatan citra perusahaan yang dilakukan, akan menyebabkan meningkatnya kepuasan penumpang .

Penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Wida Komariyati (2019) dan Yayang Gustiana (2019) yang juga melakukan penelitian terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang dengan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan atau

penurunan variabel kualitas pelayanan akan berdampak searah dengan peningkatan atau penurunan variabel kepuasan penumpang. Apabila semakin baik kualitas pelayanan yang dilakukan maka semakin baik juga kepuasan pada penumpang.

Citra kerap kali diartikan sebagai kesan, gambaran atau persepsi masyarakat dari adanya pengalaman, kepercayaan, dan pengetahuan dari masyarakat itu sendiri terhadap suatu perusahaan. Setiap perusahaan mempunyai citra yang disadari atau tidak telah melekat pada perusahaan tersebut. Tidak sedikit barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan memiliki citra yang kuat di benak pelanggannya. Sangat penting bagi perusahaan untuk memiliki citra yang baik, untuk itu organisasi harus dapat mengembangkan citra yang sesuai dengan rencana organisasi tersebut. Citra perusahaan merupakan salah satu bagian terpenting yang dimiliki oleh suatu perusahaan baik perusahaan besar maupun kecil. Menurut Fandy Tjiptono (2014:269) Citra korporasi (*corporate image*) merupakan faktor penting dalam sebagian besar jasa yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap kualitas melalui berbagai cara. Jika penyedia jasa memiliki citra positif di dalam benak pelanggan, kesalahan minor yang terjadi sangat mungkin dimaafkan. Sebaliknya jika citra organisasi negative, maka dampak dari setiap kesalahan kerap kali jauh lebih besar ketimbang bila citranya positif. Dalam kaitannya dengan persepsi kualitas, citra dapat dipandang sebagai filter yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas keseluruhan.

Penelitian ini telah dilakukan sebagaimana langkah-langkah penelitian ilmiah yang baik, namun demikian penelitian ini memiliki keterbatasan yang memerlukan penyempurnaan di masa yang akan datang, yaitu penelitian ini hanya pada bus damri yang berada di kota medan, khususnya pada pelanggan yang berada di kota medan

dan sekitarnya, sehingga tidak menutup kemungkinan membatasi generalisasi hasil penelitian terhadap kualitas pelayanan citra perusahaan terhadap kepuasan penumpang.

### **3) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Penumpang pada Perum Damri Kota Medan**

Hasil menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar  $5.872 > F_{tabel}$  sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 1,76 yang dapat dilihat pada  $\alpha = 0,05$  (lihat lampiran tabel F). Probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka hipotesis sebelumnya adalah diTerima  $H_a$  atau hipotesis diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Sari (2018), Prasetio (2012) Apriyani (2017) dan Panjaitan (2016), dimana harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menyatakan bahwa semakin harga suatu produk maupun jasa sesuai dengan kualitas suatu produk atau jasa maka kepuasan yang dirasakan pelanggan akan semakin nyaman . Semakin tinggi kualitas pelayanan atau citra perusahaan yang di berikan maka , maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan dari produk dan jasa tersebut dapat dikatakan, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dari suatu perusahaan. Kualitas pelayanan yang membuat para pelanggan merasa puas yaitu dengan memberikan pelayanan yang lebih dan citra perusahaan yang baik sehingga pelanggan merasa terpenuhi keinginannya maka kepercayaan pelanggan atau ingin melakukan kunjungan ulang atau ingin berkunjung kembali. sehingga Membangkitkan kepercayaan pelanggan, yang memberikan rasa aman bagi para pelanggan ketika pelanggan melakukan

transaksi dan karyawan mereka dengan sangat sopan, inilah yang membuat pelanggan merasa baik.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan, maka diperoleh beberapa kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang pada Perum Damri Medan.
2. Citra Perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang pada Perum Damri Medan.
3. Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang pada Perum Damri Medan.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat dijadikan masukan untuk manajemen Perum Damri Medan.

1. Perusahaan hendaknya memberikan pelayanan yang lebih baik salah satunya memberikan layanan yang ekstra , dan seharusnya perusahaan memberikan perbaikan tentang kerusakan pada Ac di dalam Bus sehingga pelanggan merasa nyaman dan aroma dalam Bus setidaknya harus wangi dan nyaman. Dan memberikan tempat air di dalam toilet Bus sehingga pelanggan saat buang air kecil merasa nyaman.

2. Perusahaan Perum Damri seharusnya memberikan *image* kepada konsumen yang berkunjung, bahwa Bus Damri bukan seperti angkutan umum lain seperti angkot yang tidak ada AC nya sehingga memberikan efek jera untuk berkunjung di Bus Damri. Serta Bus Damri berikan pelayanan dan fasilitas lain yang membuat pengunjung atau penumpang nyaman untuk menggunakan jasa Perum damri.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih maju dari penelitian sebelumnya sehingga banyak ilmu ilmu yang di dapat dalam penelitian selanjutnya .mempersiapkan diri dalam proses pengambilan, pengumpulan data dan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Albertus. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanana Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Manajemen Volume 1. Nomor 1, Halaman 1-9
- Berry, Pasaruanan. Dalam Alif 2011. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Bandung : Alfabeta.
- Berry, Zeithalm dan Pasaruanan. Dalam Adam 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta.
- Buchari Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta.
- Canton, Bill. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung : PT Remaja Roesdakarya.
- Elisa Desy Rinda Putri. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Fndy Tjiptono. 2016. *Pemasaran Jasa, Prinsip Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset*, Yogyakarta.
- Hidayat, S. E., Rafiki, A., & Nasution, M. D. T. P. (2021). Halal industry's response to a current and post-COVID-19 landscape and lessons from the past. *Journal of Islamic Marketing*.
- Hidayat, S. E., Rafiki, A., & Nasution, M. D. T. P. (2021). Bibliometric Analysis and Review of Halal Tourism. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(2), 177-194.
- Igor. 2013. *Pekerjaan anda Bagaimana Mendapatkannya Bagaimana Mempertahankannya*. Alih Bahasa : Monica. Solo. Dabara
- Intan Sari. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri Palembang*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Kotler, Tjiptono. 2012. *Marketing Manajemen Analisis, Planing Implementation and Control*, edisi rev. Prentice-Hall Inc.
- Lovelock, Christoper H. dan Wright, Lauren K. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lucky Fibrianto. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Bus Damri Kota Semarang*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- M. Karyadi. 2018. *Pengaruh Komitmen Terhadap Kepuasan Kerja Driver Grab Bike di Kota Palembang*. Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

M. Nur Nasution. 2013. *Manajemen Mutu Terpadu*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.

Nasution, M. D. T. P., & Azmin, A. A. (2018). Consumer Acceptance Of Trustworthy E-Commerce: An Extension Of Technology Acceptance Model. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(6), 1-13. Nofi Cahyani. 2015. *Pengaruh Citra Perusahaan, Relationship Marketing Fakultas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Putri Handayani Hasibuan. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Damri*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Rononuwu Komalig, *Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March pada PT wahana Wirawan Manado*. *Jurnal EMBA*, vol. 1, No.4

Ruth Yanti Djakaria. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Suasana toko Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Asia Fashion*. Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Ramli, R., Nuzuliati, A. N., MI, I., & APU, S. (2018). Innovative Technology in Increasing the Value-added of the Remnants of Fishing Trawlers in Bagan Percut Village, Percut Sei Tuan. *Int. J. Civ. Eng. Technol*, 9(10), 42-49.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2012. *Statistik Untuk Penelitian, cetakan kelima*, Bandung : CV

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif : Untuk Penelitian Yang Bersifat : Eksploratif, Enterprentif, dan Konstruktur*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta. CV

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : CV Alfabeta

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : CV Alfabeta.

- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, R&D*. Bandung : CV. Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung Alfabeta
- Sutanto, Khaerul Uman. 2013. *Pengaruh Kepuasan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan CV*. Intaf Lumajang. AGORA,22
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Pemasaran Strategik*. Edisi Ke-3. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed.3, Yogyakarta, Andi.
- Wida Komariyati. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah Kc Madiun*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Yazid. 2012. *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasi*, edisi ke 2, Penerbit EKONISIA, Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.