

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN
HARGA TIKET TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG
PERUM DAMRI SUMATERA UTARA**

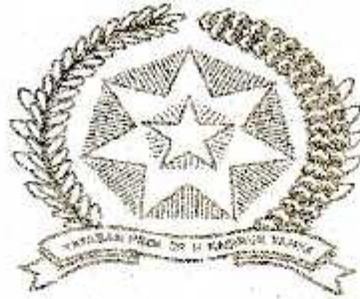
SKRIPSI

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

Oleh :

AFNIAFRIYANI
1715310186

**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 : AFNI AFRIYANI
NPM : 1715310186
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S-1 (Strata Satu)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang PERUM Damri SUMATERA UTARA

MEDAN, 09 Desember 2021

KETUA PROGRAM STUDI

(Husni Muharran Ritonga, BA, MSc.M)



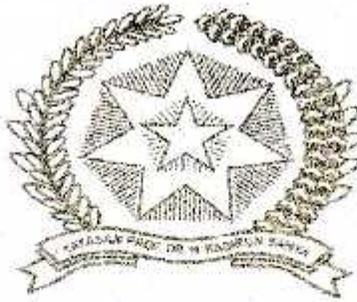
(Dr. Conny Medarita, SH, M.Kn)

PEMBIMBING I

(Dr. Desi Astuti, SE, MM)

PEMBIMBING II

(Harianto, S.E., M.M)



FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN

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

PERSETUJUAN UJIAN

N A M A : AFNI AFRIYANI
NPM : 1715310186
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S-1 (Strata Satu)
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan
Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang
PFRUM Damri SUMATERA UTARA

MEDAN, 09 Desember 2021

KETUA


(Drs. Mamuntun Pakpahan, M.M)

ANGGOTA I


(Dr. Desi Astub, SE., MM)

ANGGOTA II


(Harianto, S.E., M.M)

ANGGOTA III


(Husni Muhammad Ritunga, BA, M.Sc, M)

ANGGOTA IV


(Dewi Nurmesari Pane, SE., MM)



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI FAKULTAS SOSIAL SAINS

JALAN DURI 8438003 PANCA BUDI - KOTA NEGERI

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM STUDI AKUNTANSI PROGRAM STUDI ILMU HUKUM PROGRAM STUDI PERUBAHAN	(TERAKREDITASI) (TERAKREDITASI) (TERAKREDITASI) (TERAKREDITASI) (TERAKREDITASI)
--	---

PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap
 Tempat, Tgl. Lahir
 Nomor Papan Mahasiswa
 Program Studi
 Akademik
 Alamat Rumah yang terdapat
 Nomor HP

APRI ARDIYATI
 NIDAM : 22 April 1998
 1713210148
 Manajemen
 Universitas Pembangunan
 Panca Budi, Jl. Duri 8438003
 087740040107

Dengan ini saya mengajukan judul tesis/skripsi/tugas akhir sebagai berikut:

No.	Judul
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Persepsi Perawat Dalam Kampanye Covid

*(Materi yang tidak tertera pada formulir ini adalah...)

*Silahkan mengisi data berikut:

[Signature]
 (Nama Lengkap, S.P., S.K.M.)

Tanggal: 17 Juni 2021
 Persepsi
[Signature]
 (Nama Lengkap)

Tanggal: 17 Juni 2021 Disetujui oleh Dekan Fakultas (Nama Lengkap, S.P., S.K.M.)	Tanggal: 17 Juni 2021 Disetujui oleh Dosen Pembimbing I (Nama Lengkap, S.P., S.K.M.)
Tanggal: 17 Juni 2021 Disetujui oleh As. Pemb. Manajemen (Nama Lengkap, S.P., S.K.M.)	Tanggal: 17 Juni 2021 Disetujui oleh Dosen Pembimbing II (Nama Lengkap, S.P., S.K.M.)

No. Berkas: 1713210148-01	Revisi: 0	Tgl. Dpt. 17 Juni 2021
---------------------------	-----------	------------------------

Sumber: <http://mahasiswa.upb.ac.id>

Diketik pada: PANCA, 17 Juni 2021 18:03:37

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Afni Afriyani
NPM : 1715310186
Fakultas/Program Studi : Sosial Sains / Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Tiket 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, 09 Desember 2021



Afni Afriyani
NPM: 1715310186

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Afni Afriyani
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 22 April 1998
NPM : 1715310186
Fakultas : Sosial Sains
Program Studi : Manajemen
Alamat : Jalan Samanhudi No.60 Kec Medan Maimun

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, 09 Desember 2021
Yang membuat pernyataan



Afni Afriyani
NPM: 1715310186

Nomor : /UM.001/SKU/15/GM/II-2021
Klasifikasi : Penting
Lampiran : -
Perihal : Izin Mengadakan Riset/ Penelitian.

Medan, 16 Februari 2021

Kepada,
Yth. Dekan Bidang Akademik
Fakultas Sosial Sains
Univ. Pembangunan Panca Budi
Di -
M E D A N

1. Menindaklanjuti Surat Dekan Bidang Akademik Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Nomor : 881/17/R/2021 tanggal 05 Februari 2021, perihal Izin permohonan Riset/ Penelitian, Bersama ini disampaikan bahwa kami menyetujui Mahasiswa/i tersebut dibawah ini :

NO	NAMA	NIM	JURUSAN
1	AFNI AFRIYANI	1715310186	Manajemen

Untuk mengadakan Riset guna penyusunan Skripsi dengan judul :
"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TIKET TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG PERUM DAMRI SUMATERA UTARA".

2. Berkaitan dengan butir 1 (satu) diatas, bahwa Mahasiswa/i tersebut diberikan izin mengadakan Penelitian dalam penyusunan Skripsi/Tesis tersebut dan agar dapat mengikuti ketentuan/peraturan yang berlaku di perusahaan, dan setelah selesai agar 1 (satu) buku copy hasil penelitian diserahkan ke Perusahaan.
3. Demikian, disampaikan untuk diketahui dan dimaklumi.

**AN. GENERAL MANAGER,
MANAGER KEU, SDM & ADM. UMUM**



WENDRI

Tembusan, Yth :

1. Para Manager Perum DAMRI Cab. Medan;
2. Para Koord. Perum DAMRI Cab. Medan.

**SURAT BEBAS PUSTAKA
NOMOR: 916/PERP/BP/2021**

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

: AFNI AFRIYANI

: 1715310186

Semester : Akhir

: SOSIAL SAINS

Prodi : Manajemen

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

Medan, 17 November 2021

Diketahui oleh,
Kepala Perpustakaan



Dokumen: FM-PERPUS-06-01

: 01

Ekstern : 04 Juni 2015

Permohonan Meja Hijau

Medan, 26 November 2021
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
 Fakultas SOSIAL SAINS
 UNPAB Medan
 Di -
 Tempat

Yang hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AFNI AFRIYANI
 Tgl. Lahir : MEDAN / 22/04/1998
 Orang Tua : SUMARYO
 No. HP : 1715310186
 Jurusan : SOSIAL SAINS
 Prodi Studi : Manajemen
 No. Absen : 0877-0049207
 Alamat : Jl. Samanhudi No 60

Bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Tiket terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara**, Selanjutnya saya menyatakan :

Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan

Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indek prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.

Telah tercap keterangan bebas pustaka

Tersampir surat keterangan bebas laboratorium

Tersampir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih

Tersampir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.

Tersampir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar

Skripsi sudah dijinjil 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

Soft Copy Skripsi dislipin di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)

Tersampir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)

Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkes di masukan kedalam MAP

Bersedia memunaskan biaya-biaya yang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan rincian sbb :

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

Ukuran Toga :

M

Ditandatangani/Diikuti oleh :

Hormat saya



Afni Afriyani, S.H., M.Kn
 Fakultas SOSIAL SAINS



AFNI AFRIYANI
 1715310186

1.1

1. Surat permohonan ini sah dan berlaku bila :

- o a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
- o b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan

2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (astri) - Mhs.yos.

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

AFNI AFRİYANI

: N^o 5310186

: Manajemen

: Grata Satu

: Dr. Desi Astuti, SE., MM

: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang Perum Dairi Sumatera Utara

Pembahasan Materi	Status	Keterangan
amar proposal	Disetujui	
dan meja hijau	Disetujui	
pajak	Disetujui	

Medan, 11 Februari 2022

Dosen Pembimbing,



Dr. Desi Astuti, SE., MM

LEMBAR BUKTI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AFNI AFRIYANI
NPM : 1715310186
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Sarjana Satu
Dosen Pembimbing : Hananto, SE.,MM.
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara

Tanggal	Pembahasan Materi	Status	Keterangan
24 Juni 2021	Acc seminar proposal	Disetujui	
22 November 2021	ACC Sidang Meja Hijau	Disetujui	
13 Januari 2022	Acc Jilid L.jk	Disetujui	

Medan, 11 Februari 2022
Dosen Pembimbing.



Hananto, SE.,MM.

SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka LPMU UNPAB menerangkan bahwa surat 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



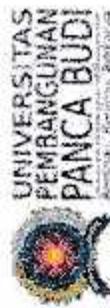
Effy Nurfitriani, BA., MSc

Dokumen : PM-UJMA-06-02	Revisi : 00	Tgl Eff : 23 Jan 2019
-------------------------	-------------	-----------------------

Analyzed document: Naslawati_1715910055_Manajemen.docx Uploaded to: Universitas Pembangunan Panca Budi_License03

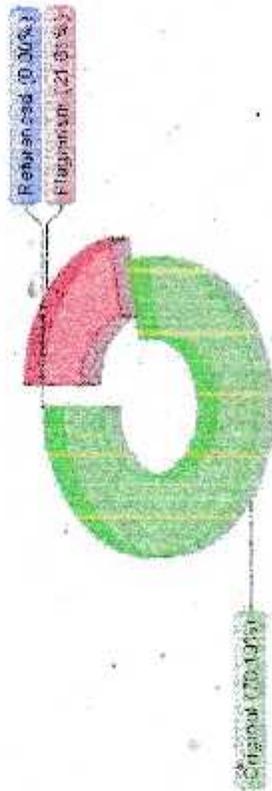
[Copy/Paste Paper](#) [Rewrite](#) [Download Image](#) [Id](#)

[Check Type](#) [Internet Check](#)



Detailed document analysis:

[Plagiarism Check](#)



[Download Report](#)



[Top Sources of Plagiarism](#) 7



ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan harga tiket berpengaruh secara 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 Medan dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden. Data yang diperoleh merupakan hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang kemudian diolah melalui aplikasi pengolah 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 3,116 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002; fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang dengan nilai t_{hitung} dari variabel 4,304 sebesar 1,984 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000; harga tiket secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang dengan nilai t_{hitung} dari variabel motivasi sebesar 2,593 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,011 dan kualitas pelayanan, fasilitas dan harga tiket secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F_{hitung} sebesar 5,328 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hasil menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 11,928 > F_{tabel} sedangkan F_{tabel} sebesar 1,984 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, fasilitas dan harga tiket secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 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 fasilitas dan harga 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.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga Tiket dan Kepuasan Penumpang.

ABSTRACT

This study is a quantitative study that aims to determine whether the quality of service, facilities and ticket prices partially or simultaneously affect passenger satisfaction at Perum Damri. The population in this study are all passengers on Damri passengers who will go to Kualanam 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 indicate that service quality partially has a positive and significant effect on passenger satisfaction with the tcount value of the passenger satisfaction variable of 3.116 with a significance level of 0.002; facilities partially have a positive and significant effect on passenger satisfaction with the tcount value of the variable 4.304 of 1.984 with a significance level of 0.000; ticket prices partially have a positive and significant effect on passenger satisfaction with the tcount value of the motivation variable of 2.593 with a significance level of 0.011 and the quality of service, facilities and ticket prices simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction with an F-count value of 5.328 with a level significance of 0.000. The results show that Fcount is 11.928 > Ftable while Ftable is 1.984 which can be seen at $\alpha = 0.05$ (see attachment table F). Significant probability is much smaller than 0.05, namely 0.000 < 0.05, so the regression model can be said that in this study the quality of service, facilities and ticket prices simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction. This states that the more the price of a product or service is in accordance with the quality of a product or service, the satisfaction felt by the customer will be more comfortable. The higher the quality of service or facilities and the price provided, the higher the level of customer satisfaction resulting from these products and services can be said, customer satisfaction is influenced by the quality of service from a company.

Keywords: Service Quality, Facilities, Ticket Prices and Passenger Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada ALLAH SUBHANAHU WA TA'ALA atas karunia-Nya yang mana masih diberikan kesehatan, kesempatan, kenikmatan dan hidayah ilmu sehingga Penulis bisa menyelesaikan Skripsi Penelitian ini dengan Judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara”**. Sholawat berangkaikan salam dihadiahkan kepada Nabi Muhammad Sholallahu ‘alaihi Wassalam serta keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H.Muhammad Isa Indrawan, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi.
2. Ibu Dr. Onny Medalinne,S.H.M.Kn, selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
3. Bapak Ramadhan Harahap, S.E.,M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.
4. Ibu Dr. Desi Astuti, S.E.,M.M, selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu untuk member arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesikan dengan baik.
5. Bapak Harianto, S.E.,M.M, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan arahan dan bimbingan mengenai ketentuan penulisan skripsi sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan rapid an sistematis.

6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar terutama Jurusan Manajemen yang Membagi Ilmu dan Pengetahuan Mereka yang bermanfaat kepada Penyusun dalam Pembelajaran.
7. Kantor Cabang Medan Perum Damri yang Telah Memberikan Izin Penelitian dan Seluruh Supir Bus yang telah memberikan waktu untuk penelitian ini
8. Kedua Orang Tua yang memberikan dukungan do'a dan memberikan motivasi serta bantuan baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman Fakultas Sosial Sains Prodi Manajemen Pemasaran. Terimakasih atas dorongan dan semangat dan kebersamaan yang tak terlupakan.
10. Dan Seluruh Angkatan Manajemen 2017 yang selalu mendukung dan selalu bekerja bersama-sama dalam menyelesaikan Tugas Skripsi serta Seluruh Pihak yang telah membantu penyusunan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa didalam Penulisan Proposal Penelitian ini terdapat banyak kekurangan, sehingga masih jauh dari kesempurnaan. Akhir kata semoga Proposal Penelitian ini dapat bermanfaat bagi Penulis dan juga Pembaca sebagai peningkatan pengetahuan kepada penulis yang jauh lebih baik untuk kesempurnaan Tulisan di masa yang akan datang.

Medan, 09 Desember 2021

Penulis

Afni Afriyani

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI	i
SURAT PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN PLAGIAT	iii
SURAT PERNYTAAN UJIAN MEJA HIJAU	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
E. Keaslian Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Landasan Teori.....	17
1. Kualitas Pelayanan	17
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
b. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	18
c. Faktor-Faktor Pendukung Kualitas Pelayanan.....	19
d. Indikator Kualitas Pelayanan	21
2. Fasilitas.....	22
a. Pengertian Fasilitas	22
b. Perancangan Fasilitas	22
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas	23
d. Indikator Fasilitas.....	24
3. Harga Tiket.....	24
a. Pengertian Harga.....	24
b. Tujuan Penetapan Harga	25
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga.....	26
d. Indikator Harga	27
4. Kepuasan Penumpang	28
a. Pengertian Kepuasan Penumpang	28
b. Pengukuran Kepuasan Penumpang	29
c. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Penumpang	29
d. Indikator Kepuasan Konsumen	31
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Kerangka Konseptual	33
D. Hipotesis.....	32

BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan Penelitian	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	36
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
D. Populasi dan Sampel / Jenis dan Sumber Data	38
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Teknik Analisis Data	43
1. Uji Kualitas Data	43
2. Uji Asumsi Klasik	46
3. Regresi Linier Berganda	48
4. Uji Hipotesis	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
A. Hasil Penelitian	53
1. Sejarah Umum Perusahaan Damri	53
2. Struktur Organisasi Perusahaan	57
3. Deskripsi Karakteristik Responden	59
4. Analisis Deskriptif	62
5. Uji Validitas Dan Reliabilitas	73
6. Uji Asumsi Klasik	78
7. Uji Kesesuaian	81
B. Pembahasan	85
1. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang	85
2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang	85
3. Pengaruh Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang	86
4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
A. Simpulan	86
B. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan globalisasi yang semakin cepat dan persaingan di bidang transportasi yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan transportasi untuk mampu bertahan dalam menghadapi persaingan pada tantangan global. Kota Medan sebagai ibukota Provinsi Sumatera Utara yang merupakan jalur lintas kendaraan yang dilewati masyarakat dari Pulau Sumatera ke Pulau Jawa maupun dari Jawa ke Sumatera. Transportasi merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dan selalu dibutuhkan manusia. Transportasi digunakan untuk mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Betapa besar peranan transportasi bagi kehidupan manusia sehingga bisnis di bidang Jasa Transportasi semakin meningkat. Tingkat persaingan antar perusahaan Transportasi semakin tinggi dan ketat, keadaan tersebut menyebabkan perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup. Di Indonesia terdapat alternative pilihan transportasi seperti kapal laut, bus, pesawat, kereta dan lainnya.

Bus dianggap lebih efektif digunakan untuk mengangkat penumpang atau barang karena daya tampung kendaraan yang besar juga ukuran bus yang lebih besar dibanding dengan alat angkutan darat lain yang lebih kecil sehingga lebih efektif digunakan untuk menempuh perjalanan yang jauh. Bus juga lebih sering dipilih oleh pengguna transportasi darat karena tidak seperti alat transportasi kereta api yang tidak dapat mencakup seluruh daerah karena banyak daerah yang tidak di lewati oleh rel kereta, atau transportasi udara dengan harga relatif mahal

sehingga tidak semua kalangan masyarakat di Indonesia dapat mempergunakannya. Bus sebagai salah satu alat angkutan darat yang paling banyak digunakan oleh konsumen mempunyai peranan yang penting dalam hal pendistribusian penumpang dan barang.

Di dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah salah satu perusahaan Jasa Bus di Kota Medan adalah Perum DAMRI. Perum DAMRI merupakan salah satu angkutan bus pertama di Indonesia. Perum DAMRI merupakan kepanjangan dari Djawatan Angkoetan Motor Repeoblik Indonesia yang di bentuk berdasarkan maklumat Kementrian Perhubungan RI No.01/DAM/46 Tanggal 25 November 1946 dengan tugas utamanya keleluasan dalam menjalankan usahanya, sebagai perusahaan Angkutan Milik Negara, maka terhitung mulai Januari 1990 sampai dengan 31 Mei 1963 Menteri Perhubungan mengeluarkan Surat Keputusan Nomor T.112/1/21 Tanggal 21 Mei 1960 memberikan status di berlakukan sebagai perusahaan Negara dalam Indische Bedrijven Wet (IBW) atas dasar Swasembada.

Pada tanggal 20 Januari 1977 dan 3 Februari 1977 di resmikannya pembukaan angkutan bus kota PN. DAMRI kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 30 Tanggal 29 September 1982 mengenai status hukum menjadi Perum DAMRI 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 di miliki pemerintah di bawah Kementrian Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Syarat yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan jasa bus agar dapat sukses adalah melalui kualitas pelayanan yang baik demi mencapai kepuasan penumpang. Menurut Kotler dan Keller (2014), Kualitas Pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di Sektor Jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan dan kualitas pelayanan harus di mulai dari kebutuhan konsumen terhadap Kualitas Pelayanan merupakan penilaian yang menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan perusahaan (Kotler dan Keller, 2014).

Menurut Kotler dan Keller (2014), Kualitas Pelayanan merupakan layanan yang berhubungan dengan langsung dengan jasa yang di berikan Perusahaan. Menurut Lupiyoadi (2013) Kualitas Pelayanan merupakan penilaian konsumen terhadap Kualitas Pelayanan yang telah di berikan oleh suatu perusahaan jasa dan menjadi cirri barang atau jasa yang berhubungan langsung dengan barang atau jasa yang akan di gunakan dalam suatu bentuk yang nyata. Yang menjadi contoh dari Kualitas Pelayanan pada Perum DAMRI Kota Medan adalah kualitas bus, kondisi interior bus, pelayanan keluhan, pengaturan jadwal yang baik, keramahan awak bus, ketanggapan awak bus, jaminan keamanan dan keselamatan di bus.

Faktor variabel yang kedua adalah Fasilitas yang diberikan perusahaan jasa tersebut. Salah satu sebab konsumen atau penumpang memilih transportasi adalah karena konsumen tersebut bahwa berpendapat bahwa dari kualitas jasa

yang dipilih tersebut adalah yang paling baik diantara yang ada. Fasilitas bisa disebut kualitas layanan tambahan dari kualitas inti dari suatu perusahaan jasa. Fasilitas adalah salah satu aspek yang menentukan bagi perusahaan jasa. Fasilitas merupakan bukti fisik representasi dari jasa yang biasanya berupa peralatan yang digunakan. Dalam bersaing dengan perusahaan jasa lain, seorang penyedia jasa memang seharusnya berani mengambil keputusan untuk memberikan fasilitas terlengkap dan terbaik bagi penumpang. Fasilitas dalam Perum DAMRI saat ini memang sangat jauh berbeda dibandingkan beberapa tahun ke belakang. Perum DAMRI sekarang sudah dilengkapi dengan Fasilitas selain AC juga ada tempat duduk yang nyaman, dan WiFi yang ada di Perum DAMRI tentu tidak sembarangan, pasti dilengkapi dengan *username* dan *password* WiFi khusus untuk penumpang DAMRI. Berdasarkan hasil *prasurvey* yang dilakukan oleh peneliti terlihat dari Tabel 1.1 berikut ini perbandingan fasilitas yang dimiliki oleh beberapa Perusahaan Bus yang memiliki Trayek Medan – Bandara Kualanamu dan sebaliknya. Berdasarkan hasil *prasurvey* yang dilakukan oleh peneliti terlihat dari Tabel 1.1 berikut ini perbandingan fasilitas yang dimiliki oleh beberapa Perusahaan Bus yang memiliki Trayek Bandara Kualanamu dan sebaliknya.

Tabel 1.1
Fasilitas yang Terdapat Di Dalam Bus Menuju Kota Medan 2021

Damri	ALS	Nice
a. AC	a. AC	a. AC
b. Wifi	b. Wifi	b. Bagasi yang cukup
c. Smoking Room	c. Bantal dan Selimut	c. TV
d. Selimut dan Bantal	d. Rest Food	d. Karaoke
e. Toilet	e. Recleaning Seat	e. Area Smoking
f. Televisi	f. Video Karaoke	

g. Recleaning Seat		
--------------------	--	--

Sumber data diambil tahun 2021

Fasilitas tersebut terdapat dalam 3 bus yang berbeda yang sudah saya jelaskan diatas mengenai Fasilitas yang terdapat didalam bus. Berdasarkan Tabel 1.1 diatas dapat terlihat bahwa Perum Damri atau Bus Damri memberikan kualitas pelayanan dan fasilitas yang tidak kalah dengan perusahaan penyedia jasa bus lainnya. Tingkat Kepuasan Penumpang Bus Damri dapat dilihat melalui fluktuasi pencapaian Bus Damri berikut :

Tabel 1.2
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%

Sumber Perum Damri Sumatera Utara 2021

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas dapat kita lihat bersama-sama Pencapaian Target Penumpang Bus Damri yang belum mencapai 100%. Di Tahun 2018 bisa kita lihat Target Penumpang masih mengalami peningkatan. Pada Tahun 2019 Bus Damri mengalami penurunan, memang penurunan penumpang bisa kita lihat tidak terlalu jauh. Tetapi pada Perum Damri apabila terdapat penurunan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam perusahaan. Konsekuensi terjadi kenaikan ataupun penurunan sangat krusial bagi Perusahaan. Dari faktor penurunan damri disini bukan karena kualitas atau pelayanan yang di berikan karena berdampak pada covid-19 yang saat sekarang ini sedang mewabah di seluruh dunia sehingga mengalami suatu penurunan, karena tidak adanya atau sedikitnya pelanggan untuk berangkat dan pergi menuju Bandara Kualanamu.

Pada Tahun 2020 Penurunan Penumpang pada Bus Damri sangatlah menurun. Pada Pencapaian % Pada tahun 2018 terdapat 98,59% Pada Tahun 2019 terdapat 97,61% sedangkan Pada Tahun 2020 sangat jauh penurunan Pencapaian % yaitu 69,92%. Akibat terjadinya Penurunan Penumpang Perum Damri Indonesia dilanda Penyakit yaitu Virus Corona. Penyakit ini disebabkan oleh koronavirus sindrom pernapasan akut berat 2 (SARS-CoV-2). Kasus Positif Covid-19 di Indonesia pertama kali di deteksi pada Tanggal 2 Maret 2020, ketika dua orang terkonfirmasi tertular dari seorang warga Negara Jepang. Pada tanggal 9 April, Covid-19 sudah menyebar ke 34 provinsi yaitu Jakarta, Jawa Barat dan Jawa Tengah sebagai provinsi yang paling banyak terkena Covid-19.

Tidak hanya berkurang drastis, salah sektor usaha yang terdampak akibat Covid-19 di Indonesia adalah sektor transportasi yaitu Bus Damri yang saya lakukan penelitian tersebut. Kebijakan “Di rumah Saja” dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menjadi awal masyarakat enggan untuk berpergian, sehingga menjadi sektor dengan dampak paling drastis karena kebijakan pemerintah untuk mengurangi Covid-19. Setelah PSBB masa transisi diberlakukan, operasional Bus Damri Medan-Bandara Kualanamu kembali beroperasi normal.

Membahas tentang Perum Damri yang dioperasikan dari Medan ke Bandara Kualanamu. Rute Perjalanan yang saya ambil Medan Fair Plaza – Bandara Kualanamu :

Medan Fair Plaza – JL. Gatot Subroto – JL. Iskandar Muda – JL. S.Parman – JL. Sudirman – JL. Juanda – JL. SM.Raja – Amplas – Tol Amplas – Tol Tanjung Morawa – Simpang Kayu Besar – Bandara Kualanamu.
--

Pada Tahun 2021 yang saya melakukan Penelitian, memang pada tahun ini masih beroperasi karena Tahun 2021 masih berjalan. Tahun 2021 juga mengalami penurunan pada Perum Damri. Baik ditahun 2020 dan 2021 Indonesia masih menghadapi Covid-19. Perusahaan Perum Damri menerapkan peraturan seperti penanganan yang diajukan oleh Pemerintah Indonesia, setiap penumpang dipastikan terlebih dahulu apakah penumpang sehat untuk melakukan perjalanan dan suhu tubuh diukur menggunakan alat pengukur suhu. Penumpang juga diwajibkan menggunakan masker, menjaga jarak selama perjalanan dan menggunakan hand sanitizer sebelum memasuki armada bus. Dan ditahun ini yang saya teliti, penumpang Medan Fair Plaza – Bandara Kualanmu disarankan untuk membawa rapid test sebagai salah satu syarat untuk melakukan penerbangan.

Faktor variabel yang ketiga adalah Harga. Harga menjadi salah satu faktor penentu kepuasan pelanggan karena kebijakan penetapan harga oleh perusahaan jasa haruslah sesuai dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang tersedia. Pada perusahaan jasa yang mana produk baru dapat dirasa selama dan setelah konsumsi, konsumen akan merasa puas jika harga yang dibayar sesuai dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang didapatnya. Dalam perusahaan Jasa Travel, harga tiket yang ditetapkan oleh perusahaan harus sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada penumpangnya, selain itu juga harus sesuai dengan fasilitas yang diberikan. Dengan sejumlah Harga Tiket yang dipatok, calon penumpang harusnya mendapatkan kualitas dan fasilitas yang terbaik agar mereka mau menggunakan kembali Jasa Travel tersebut.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Jasa Biro Perjalanan di Medan adalah Perum Damri. Perum Damri, perusahaan Jasa Angkutan yang bertempat di JL. Damai No.19 Km.10 Medan. Damri adalah singkatan dari Djawatan Angkoetan Motor Repoeblik Indonesia (ER, EYD : Jawatan Angkutan Motor Republik Indonesia) yang dibentuk berdasarkan Maklumat Kementrian Perhubungan RI No. 01/DAMRI/46 tanggal 25 November 1946 dengan tugas utama menyelenggarakan angkutan penumpang dan barang di atas jalan 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 tetap konsisten menjalankan tugasnya sebagai salah satu penyelenggara Jasa Angkutan Penumpang dan Barang dengan menggunakan Bus dan Truk.

Tabel 1.3
Harga Tiket Perum Damri Sumatera Utara

Trayek	Harga Tiket
Bandara Kualanamu – Stabat	Rp 60.000
Bandara Kualanamu – Amplas	Rp 25.000
Bandara Kualanmu – Carefour	Rp 30.000

Sumber Perum Damri Sumatera Utara tahun 2021

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas di jelaskan mengenai Trayek Perjalanan setiap hari. Serta Harga Tiket yang dikenakan untuk sekali perjalanan.

Faktor Variabel terikat yaitu Kepuasan Penumpang atau Pelanggan. Kepuasan Pelanggan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa Oliver (2010:64) menyatakan bahwa semua orang memahami apa yang dimaksud dengan kepuasan, tetapi begitu diminta mendefenisikannya, kelihatannya tak

seorangpun tahu. Gerson (2010:24), menyampaikan Kepuasan penumpang menggunakan jasa merupakan suatu proses yang kompleks dan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan harga tiket. Untuk memenuhi kepuasan penumpang maka kualitas yang diberikan oleh perusahaan haruslah yang melebihi atau paling tidak menyamai dengan harapan konsumen.

Bagi Perusahaan, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan berpotensi mengarah pada pertumbuhan jangka panjang dan jangka pendek. Sementara itu, ketidakpuasan memunculkan sejumlah risiko seperti protes dari lembaga penumpang, komplain penumpang dan intervensi pemerintah. Untuk mengantisipasi hal tersebut dapat dilakukan dengan memperbaiki kinerja produk dan jasa. Sehingga masalah serupa tidak akan terulang di masa datang. Jika konsumen puas akan berdampak langsung pada keputusan penggunaan produk perusahaan (Kautsar *et al*, 2012).

Seperti pada umumnya, perusahaan transportasi lain Perum DAMRI juga beberapa kali menghadapi keluhan pelanggan. Perum DAMRI di dalam menangani keluhan pelanggan memberikan fasilitas pelayanan konsumen melalui Layanan Hello DAMRI di nomor telepon (061) 7865466. Selain itu dalam menyampaikan keluhannya, pelanggan juga diperbolehkan untuk menyampaikan keluhan langsung ke layanan keluhan pelanggan di Kantor Perum Damri yang beralamat di Jl. Damai No.19 Km. 10 Medan. Peneliti melakukan *prasurvey* kepada penumpang Bus Damri pada tanggal 26 Januari 2021 di Pool Damri Sumatera Utara. Hasil dari wawancara kepada beberapa penumpang Bus Damri adalah mereka saat ini mengeluhkan akan Kualitas Pelayanan dan fasilitas yang didapatkan di Bus Damri seperti AC yang kurang dingin bahkan terkadang

mengalami kebocoran, kru bus yang kurang ramah, supir dan *customer service* serta penjual tiket yang tidak ramah. Selain itu juga terdapat laporan resmi keluhan tentang Bus Damri pada tahun 2020 pada Tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.4
Rangkuman Keluhan Bus Perum DAMRI

No	Keluhan	Waktu Tanggapan	Tanggapan
1	“Saya penumpang DAMRI dari Amplas - Bandara Kualanamu. Saya membeli tiket Bus DAMRI dengan nomor plat bus. Pada keberangkatan malam (01 Februari 2021) Bus DAMRI kelas bisnis yang saya tumpangi berangkat terlambat 15 menit. Selain itu bus mengemudi dengan ugal-ugalan hampir di sepanjang jalan dan saat ditegur oleh penumpang malah si pengemudi marah. Mohon tindak lanjutnya dari Perum DAMRI agar pelayanannya lebih baik demi kenyamanan dan keselamatan penumpang”.	10 Februari 2021	Hingga saat ini belum ada tanggapan dari Pihak DAMRI terkait keluhan ini.
2	“Saya penumpang DAMRI dari Bandara Kualanamu – Stabat. Pada keberangkatan malam (13 Februari 2021) bus DAMRI kelas bisnis yang saya tumpangi berangkat tepat waktu yaitu pukul 20:00, tetapi setelah itu bus mengalami mogok di daerah Tanjung Morawa hingga berjam-jam. Karena mogok itu para penumpang harus tidur di jalan sambil menunggu bus selesai diperbaiki. Bus yang tidak layak jalan kenapa masih dipakai. Karena mogok itu saya hampir kehilangan transaksi bisnis saya. Hal ini sangat merugikan kami sebagai penumpang”.	15 Februari 2021	Hingga saat ini belum ada tanggapan dari Pihak DAMRI terkait keluhan ini.

Beberapa keluhan yang berhasil peneliti rangkum pada Tabel 1.3 diatas. Peneliti hanya mendapatkan beberapa laporan keluhan resmi Penumpang Bus Damri. Hal tersebut terjadi karena seringkali Penumpang Damri menyampaikan keluhan secara langsung kepada petugas atau pengemudi didalam Bus Damri itu sendiri dibandingkan melalui kontak pengaduan dan biasanya langsung direspon dengan baik oleh petugas. Selain itu Bus Damri juga selalu mengalami keterlambatan pada waktu tiba di tujuan. Berdasarkan hasil *prasurvey*, pelayanan yang diberikan oleh Bus Damri masih dianggap belum memuaskan, karena selalu mengalami keterlambatan di semua waktu tiba di tujuan. Para konsumen merasa, apabila hal tersebut berlangsung terus maka di khawatirkan Bus Damri akan kehilangan pelanggan, ditambah lagi saat ini untuk menuju Bandara Kualanamu terdapat transportasi alternatif yaitu pesawat dengan tiket yang murah yang memberikan pelayanan dan fasilitas yang jelas lebih baik dari Bus Damri dan waktu perjalanan yang jauh lebih singkat.

Berdasarkan Latar Belakang diatas dapat disimpulkan mengenai alasan peneliti menjadikan Perum Damri sebagai obyek penelitian adalah Perum Damri merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa Angkutan Bus Pertama di Indonesia tetapi belum mendapatkan (Penghargaan Kualitas Pelayanan terbaik yang diberikan oleh Kementerian Perhubungan RI), yang berarti Kualitas Pelayanan Perum Damri dinyatakan masih belum memuaskan. Kompetensi Dasar Perum Damri dalam menciptakan nilai yang baik untuk konsumen masih dirasa kurang oleh para penumpang walaupun fasilitas pelayanan yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan penyedia jasa bus lainnya. Banyaknya keluhan yang

seringkali tidak terselesaikan membuat Perum Damri memiliki persepsi yang negative di dalam pemenuhan Harapan Penumpang. Masih mengalami masalah didalam pelayanannya dan selalu mengalami keterlambatan di tiap waktu tiba di tujuan. Berdasarkan Uraian Latar Belakang, Penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Tiket berpengaruh terhadap Kepuasan Penumpang pada Perum Damri Sumatera Utara. Oleh karena itu penulis melakukan penelitian dengan judul :**“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang pada PERUM DAMRI SUMATERA UTARA”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya maka dapat di identifikasikan masalah mengenai Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Tiket yang terdapat di Bus Damri Sumatera Utara, sebagai berikut :

1. Walaupun Bus Damri Sumatera Utara memiliki kualitas pelayanan yang tidak kalah dengan perusahaan penyedia jasa bus lainnya, tetapi rata-rata pencapaian Bus Damri belum mencapai 100% yang menunjukkan masih terdapat penumpang yang belum puas akan Kualitas Pelayanan Jasa Bus Damri.
2. Masalah yang sering terjadi pada Fasilitas Bus Damri seperti AC yang kurang dingin bahkan terkadang mengalami kebocoran, sedangkan di bus tidak tersedia mekanik AC.

3. Lamanya pelayanan kembalian uang dengan Harga Tiket yaitu lambatnya proses bayar tiket bus karena adanya uang kembalian yang tidak tersedia.
4. Kurangnya kepuasan konsumen yang disebabkan fasilitas yang mendukung belum tersedia.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan di atas, di peroleh data dari Jasa Angkutan Perum Damri dan dari data keluhan bahwa terjadi ketidakpuasan Penumpang. Untuk itu Penulis ingin menganalisis variabel yang sekiranya mempengaruhi Kepuasan Penumpang Perum Damri.

1. Apakah Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Bus Damri Sumatera Utara?
2. Apakah Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Bus Damri Sumatera Utara?
3. Apakah Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Bus Damri Sumatera Utara?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga berpengaruh secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Bus Damri Sumatera Utara?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, Penelitian ini memiliki Tujuan untuk sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara
2. Untuk mengetahui apakah Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara
3. Untuk mengetahui apakah Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara
4. Untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Tiket secara simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara

2. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi bekal pada penulis untuk menerapkan ilmu pemasaran yang sudah dipelajari dalam menghadapi dunia kerja.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan berguna bagi manajemen pemasaran perusahaan dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, fasilitas dan harga sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam meningkatkan kualitas perusahaan.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan menjadi bahan referensi bagi pembaca untuk melakukan penelitian selanjutnya, khususnya dalam bidang pemasaran jasa.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Muhammad Karyadi (2018), Universitas Darmajaya Fakultas Bisnis dan Ekonomi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti dan Kualitas Pelayanan Periferal terhadap Kepuasan Konsumen Bus Damri Bandar Lampung”. Sedangkan Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Tiket 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 (Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi) serta 1 (satu) variabel terikat (Kepuasan Konsumen). Sedangkan Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel bebas yaitu (Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Tiket) serta 1 (satu) variabel terikat yaitu (Kepuasan Penumpang).

2. Jumlah Observasi/Sampel (n)

Penelitian Terdahulu menggunakan Sampel berjumlah 96 kuesioner. Sedangkan penelitian ini menggunakan sampel berjumlah 101 kuesioner.

3. Waktu Penelitian

Penelitian terdahulu dilakukan tahun 2018 sedangkan penelitian ini tahun 2021.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian terdahulu di Bus Damri Bandar Lampung. 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 merupakan sesuatu yang diharapkan konsumen terhadap sesuatu yang dibelinya suatu produk maupun jasa yang diberikan. Kualitas Pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen, dimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian yang menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan (Kotler dan Keller, 2014).

Pelayanan merupakan salah satu syarat kesuksesan perusahaan jasa. Kualitas Pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan konsumen lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Dengan semakin banyaknya pesaing maka akan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk menjatuhkan pilihan. Hal ini akan semakin membuat sulit untuk mempertahankan konsumen lama, karena kualitas pelayanan harus ditingkatkan semaksimal mungkin. Definisi Kualitas Jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen (Kotler dan Keller, 2014). Kualitas Pelayanan adalah evaluasi kognitif jangka panjang konsumen terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan (Kotler dan Keller, 2014).

b. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Menurut Walkons yang dikutip oleh Saleh (2010:105), ada enam prinsip utama Kualitas Pelayanan yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar dapat menimbulkan *image* yang baik bagi perusahaan serta dapat melaksanakan kualitas yang baik dihadapan konsumen. Enam prinsip Pokok Kualitas Pelayanan meliputi :

1. Kepemimpinan

Strategi Kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha 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 dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan *stakeholder* perusahaan lainnya seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum dan lain-lain.

6. Penghargaan dan Pengakuan

Penghargaan dan Pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

c. Faktor-Faktor Pendukung Kualitas Pelayanan

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013 ;216-217) untuk mengevaluasi Kualitas Jasa Pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut :

1. *Tangibles* / Bukti Langsung

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang ini akan menumbuhkan *image* penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau bahkan merusak *image* perusahaan.

2. *Reliability* / Keandalan

Reliability atau Keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

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 Layanan

Menurut Zeitham, Parasuraman dan Berry (dalam Hardiansyah 2011:46).

Indikator Kualitas Pelayanan, antara lain :

1. Pelayanannya baik
2. Ketanggapan dalam melayani konsumen
3. Keramahan karyawan
4. Cepat dalam melayani pesanan
5. Merespon keluhan pelanggan

2. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Fasilitas merupakan wadah atau tempat yang mana akan di pergunakan kepada konsumen agar pelanggan atau konsumen lebih mudah untuk dan mencapai tujuan tertentu , Menurut Zakiah Daradjat (2012:230) Fasilitas adalah segala sesuatu yang mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Sedangkan menurut Suryo Subroto (2010:22) Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha yang dapat berupa benda-benda maupun uang.

Dari berbagai pengertian diatas maka dapat dikatakan bahwa fasilitas merupakan segala sesuatu yang mempermudah konsumen dalam memperoleh manfaat dari jasa yang diberikan oleh Perum Damri Sumatera Utara.

b. Perancangan Fasilitas

Menurut Hadiguna dan Setiawan (2011) Perancangan Fasilitas adalah kegiatan menghasilkan fasilitas yang terdiri atas penataan unsure fisiknya, pengaturan aliran bahan, dan penjaminan keamanan para prakerja. Apabila kita melihat kasat mata, maka keluaran perancangan fasilitas hanya berupa luas ruangan. Kegiatan Perancangan Fasilitas adalah menganalisis, membentuk konsep, merancang dan mewujudkan system bagi pembuatan barang atau jasa. Dasar pengaturan komponen-komponen fasilitas adalah aliran barang, aliran informasi, tata cara kerja, dan pekerja yang di optimumkan, baik dari sisi ekonomis maupun teknis.

Dalam merancang fasilitas perancang harus memahami apa saja yang menjadi masukan, bagaimana setiap masukan, dan apa saja yang ingin dihasilkan. Berkaitan dengan kegiatan proses dan transformasi, perancang perlu mengenal secara mendalam teknologinya. Misalnya pada perancangan fasilitas manufaktur, perancang perlu memahami teknologis produksi yang akan digunakan. Dengan kata lain, proses perancangan sangat membutuhkan wawasan yang luas terhadap objek yang akan dirancang.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fasilitas

Menurut Nirwana (2014:47), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi fasilitas dalam suatu jasa diantaranya adalah :

1. Desain Fasilitas
2. Nilai Fungsi
3. Estetika
4. Kondisi yang mendukung
5. Peralatan Penunjang

Beberapa pendapat pada dasarnya memiliki pengertian yang sama dan pada intinya yaitu Fasilitas yang diberikan kepada konsumen dapat mempermudah dalam menggunakan sarana dan prasarana yang telah disediakan. Fasilitas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Perum Damri Sumatera Utara.

d. Indikator Fasilitas

Menurut Tjiptono (2011:184), Indikator Fasilitas ada 3 yaitu :

1. Pertimbangan / Perancangan Sosial

Aspek seperti proporsi, kenyamanan dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.

2. Perancangan Ruang

Unsur ini mencakup interior dan arsitektur seperti penempatan perabot dan perlengkapan dalam ruangan Perum Damri, desain dan aliran sirkulasi dan lain-lain.

3. Perlengkapan dan Perabot

Perlengkapan dan Perabot berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi pengguna jasa.

4. Unsur Pendukung Lainnya seperti : toilet, tempat lokasi makan dan minum, wifi, dan sebagainya.

3. Harga

a. Pengertian Harga

Harga ada jumlah atau sebagian dari uang atau nominal yang mana akan di bebaskan ke pada pelnaggan atas barang atau jasa yang di pergunakannya, Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas produk/jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Amstrong 2010:439).

Harga merupakan satu-satunya unsure bauran pemasaran yang memberikan pendapat bagi organisasi (Tjiptono 2014:178), sedangkan menurut (Basu Swastha 2011:147), harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Biasanya para pemasar menetapkan harga untuk kombinasi antara :

1. Barang/Jasa spesifik yang menjadi obyek transaksi
2. Sejumlah layanan pelengkap
3. Manfaat pemuasan kebutuhan yang diberikan produk/jasa yang bersangkutan

Pendekatan berbagai benefit yang dimiliki oleh suatu produk/jasa harus dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam menggunakan layanan jasa tersebut. Dalam berbagai situasi konsumen dihadapkan pada berbagai pertimbangan mengenai apa yang mereka dapatkan dengan harga sekian apabila menggunakan layanan jasa tersebut. Tujuan Penetapan Harga bisa mendukung strategi pemasaran berorientasi pada permintaan primer apabila perusahaan meyakini bahwa harga yang lebih murah dapat meningkatkan jumlah pemakai jasa, tingkat pemakaian atau pemakaian kembali dalam bentuk atau kategori jasa yang ditawarkan tertentu.

b. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan Penetapan Harga menurut Swastha (dalam Widyaningtyas, 2010:24-25), adalah sebagai berikut :

1. Mendapatkan Laba Maksimal

Semakin besar daya beli konsumen, semakin besar pula kemungkinan bagi perusahaan untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi. Dengan demikian perusahaan mempunyai harapan untuk mendapatkan untung yang optimal.

2. Mempertahankan Perusahaan

Dari margin keuntungan yang didapatkan perusahaan akan digunakan untuk biaya operasional perusahaan.

3. Menggapai Pengembalian Investasi yang telah ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih

Perusahaan pasti menginginkan baik modal dari investasi yang ditanam pada perusahaan sehingga mendapatkan penetapan harga yang tepat akan mempercepat tercapainya modal kembali.

4. Menguasai pangsa pasar

Dengan menetapkan harga rendah dibandingkan produk pesaing, dapat mengalihkan perhatian konsumen dari produk kompetitor yang ada dipasaran.

5. Mempertahankan Market Share

Ketika perusahaan memiliki pasar tersendiri, maka perlu adanya pengaturan harga yang tepat agar dapat tetap mempertahankan pangsa pasar yang ada.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga

Menurut Lupiyoadi (2016:132), Penetapan Harga perlu dijabarkan dalam program penetapan harga jasa dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut :

1. Elastisitas Permintaan Harga

Efektivitas Program Penetapan Harga tergantung pada dampak perubahan harga terhadap permintaan, karena itu perubahan unit penjualan sebagai akibat perubahan harga perlu diketahui. Namun perubahan harga memiliki dampak ganda terhadap penerimaan penjualan perusahaan, yakni perubahan unit penjualan dan perubahan penerimaan per unit.

2. Faktor Pesaing

Reaksi Pesaing terhadap perubahan harga merupakan salah satu faktor penting yang perlu dipertimbangkan setiap perusahaan.

3. Faktor Biaya

Struktur Biaya Perusahaan (Biaya Tetap dan Biaya Variabel) merupakan faktor pokok yang menentukan batas bawah harga.

d. Indikator Harga

Indikator Harga menurut Kotler dan Armstrong (dalam Artika et al 2016:4), adalah :

- a. Keterjangkauan Harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat produk
- e. Harga mempengaruhi daya beli konsumen

4. Kepuasan Penumpang

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya Umar (2015:65). Seorang konsumen, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Tjiptono (2014) Kepuasan Konsumen adalah situasi yang diperlihatkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan mereka harapkan serta terpenuhi secara baik. Kepuasan Konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan (Philip Kotler dan Kevin Lane. 2016).

Kepuasan Konsumen merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, Karena konsumen akan menyebarluaskan rasa puasnya kepada calon konsumen, sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa. Manfaat terciptanya Kepuasan Konsumen (Tjiptono, 2012):

1. Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen
4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan perusahaan
5. Reputasi menjadi baik di mata konsumen

b. Pengukuran Kepuasan Konsumen

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.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Amir (2012), mengungkapkan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi Konsumen menurut beberapa ahli, yaitu :

1. Pelayanan

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Tingkat Pelayanan merupakan suatu tingkat yang ditunjukkan oleh perusahaan atau instansi dalam menanggapi orang-orang yang memerlukan pelayanan tersebut.

2. Kualitas Produk atau Jasa

Kualitas Produk menjadi salah satu yang penting, dikarenakan kualitas produk sebagai representasi terhadap kualitas perusahaan penghasil produk atau jasa tersebut. Kualitas Produk yang dirasakan konsumen akan menentukan persepsi konsumen terhadap kinerja, yang pada gilirannya akan berdampak pada kepuasan konsumen.

3. Harga

Harga menjadi suatu hal yang penting, dikarenakan harga yang ditawarkan suatu perusahaan pada konsumen sebagai sebuah tolak ukur pada kualitas produk atau jasa yang digunakan.

4. Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa. Kegiatan Promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai keinginan dan kebutuhannya.

d. Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator yang sangat penting dalam Kepuasan Konsumen adalah :

1. Kualitas Produk atau jasa
2. Kualitas Pelayanan yang diberikan
3. Harga Produk atau Jasa
4. Kemudahan dalam mengakses produk atau jasa
5. Cara mengiklankan produk atau jasa.

B. Penelitian Terdahulu

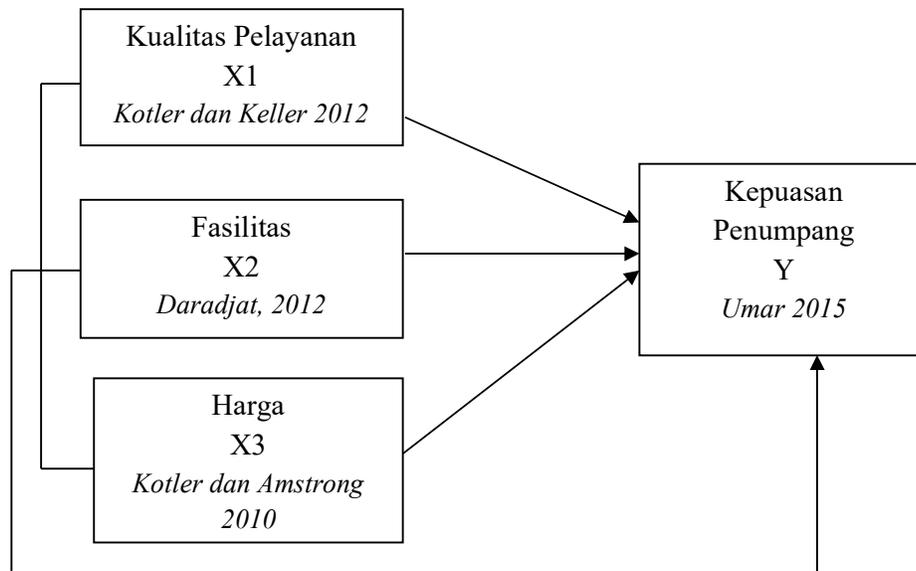
Pada dasarnya, suatu penelitian tidak berangkat dari awal. Akan tetapi telah terdapat penelitian-penelitian yang mendahuluinya. Penelitian Terdahulu tersebut tentunya memiliki topik yang relevan, agar dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan bagi peneliti. Begitu pula dengan penelitian ini, juga terdapat berbagai Penelitian Terdahulu dengan topik mengenai Kepuasan. Terdapat beberapa penelitian yang sebelumnya yang sejenis dengan penelitian ini, antara lain :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Maulina Puspasari (2013)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pengguna Jasa Travel Iqro' Semarang)	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Fasilitas X3 : Harga Y : Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan. Fasilitas dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
2	Anastasia Anita	Pengaruh Fasilitas	X1 : Fasilitas	Fasilitas dan

	Wulandari (2017)	dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Darat	X2 : Kualitas Pelayanan Y : Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
3	M Karyadi (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Inti dan Kualitas Pelayanan Periferal terhadap Kepuasan Konsumen Bus Damri Bandar Lampung	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Fasilitas X3 : Lokasi Y : Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
4	Yineu Nur Layaalin (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan Top 40 Family Karaoke Yogkarta)	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga X3 : Fasilitas Y : Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan. Harga dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
5	Meva Pratiwi (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Penginapan Lebar Daun Palembang	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Fasilitas X3 : Harga Y : Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
6	Eko Sudarminto (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Jasa Hotel Aprilia Kendari	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Harga X3 : Fasilitas Y : Keputusan Konsumen	Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Konsumen

C. Kerangka Konseptual



Sumber data diambil tahun 2021

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang dikumpulkan, berdasarkan tinjauan dan penelitian terdahulu seperti yang diuraikan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini :

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

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

H3 : HargaTiket secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara.

H4 : Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Tiket secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif Asosiatif. Dimana Penelitian Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dimana pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018). Menggunakan pendekatan kuantitatif yang datanya berbentuk angka-angka. Penelitian Kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Metode kuantitatif adalah metodologi penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode survey, dimana metode survey merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara, terstruktur dan sebagainya (Sugiyono,2018). Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan ini kuesioner sebagai alat untuk pengumpulan data para responden, yaitu penumpang Bus Perum Damri.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini dijadikan unit penelitian adalah Perum Damri Sumatera Utara, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Jasa Transportasi yang beralamat JL.Damai No.19 Km.10 Medan – Kode Pos 20148.

Tabel 3.1. Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Oktober 2020				Desember 2020				Juli 2021				Agustus 2021				September 2021				Oktober 2021				Nov 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																									■	■

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 Pelayanan merupakan sesuatu yang diharapkan konsumen terhadap sesuatu yang dibelinya suatu produk maupun jasa yang diberikan.	Kualitas Pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang baik 2. Ketanggaan dalam melayani konsumen 3. Keramahan Karyawan 4. Cepat dalam melayani pesanan 	Interval

	(Kotler dan Keller 2014)		5. Merespon keluhan pelanggan	
Fasilitas (X2)	Fasilitas adalah segala sesuatu yang mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan (Zakiah Daradjat, 2012 : 230)	Fasilitas merupakan segala sesuatu yang mempermudah konsumen dalam memperoleh manfaat dari jasa yang diberikan oleh Perum Damri.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertimbangan atau Perancangan Sosial 2. Perancang Ruang 3. Perlengkapan atau Perabot 	Interval
Harga Tiket (X3)	Harga adalah jumlah uang yang diberikan atas produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong, 2010:439)	Harga merupakan salah satu penentu dari keberhasilan perusahaan dalam menjalani usahanya. Perusahaan yang berhasil dinilai dari seberapa besar perusahaan itu bisa mendapatkan keuntungan dari besaran harga yang ditentukannya dalam menjual produk atau jasanya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Keseuaian harga dengan manfaat produk 5. Harga mempengaruhi daya beli konsumen 	Interval

Kepuasan Penumpang (Y)	Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya (Umar, 2015:65)	Kepuasan Pelanggan merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena konsumen akan menyebarkan rasa puasanya kepada calon konsumen sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Produk atau Jasa 2. Kualitas Pelayanan yang diberikan 3. Harga Produk atau jasa 4. Kemudahan dalam mengakses produk atau jasa 5. Cara mengiklankan produk atau jasa 	Interval
------------------------	--	--	---	----------

Data Diambil pada Tahun 2021

2. Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2018:57). Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua macam variabel penelitian yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2018:57), Variabel Bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah

- a. Kualitas Pelayanan (X1)
- b. Fasilitas (X2)
- c. dan Harga (X3)

2. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2018:57), Variabel Terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Penumpang (Y).

D. Populasi dan Sampel / Jenis dan Sumber Data

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:130). Menurut Sugiyono (2018:130), Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada subyek atau obyek yang dipelajari tetapi meliputi karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang yang menggunakan Jasa Bus Damri Sumatera Utara, dimana jumlah populasinya tidak diketahui. Karena banyak penumpang yang melakukan Jasa Bus Damri, maka penulis melakukan pengambilan sampel pada penelitian ini.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, maka populasi dalam penelitian ini 1000 konsumen Perum Damri Sumatera Utara.

2. Sampel

Dikarenakan banyaknya populasi pelanggan bus Damri Sumatera Utara, maka penelitian ini memakai sebagian dari populasi tersebut. Sebagian dari populasi ini sering juga disebut sampel. Sampel (sample) adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, sejumlah, tapi tidak semua, elemen populasi akan membentuk sampel (Sekaran, 2006 : 123). Banyak metode penentuan jumlah sampel yang dapat digunakan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus penentuan jumlah sampel menurut Zikmund (2000:289) sebagai berikut:

Rumus zikmund

$$N = \left(\frac{ZS}{E}\right)^2$$

N = Jumlah sampel

Z = Nilai yang distandarisasi

S = Standart Deviasi

E = Standar error/taraf kesalahan

Dengan demikian besarnya ukuran sampel yang diperlukan pada taraf kepercayaan 95% dan standard error sebesar 1% adalah sebagai berikut: penelitian ini mengambil derajat keyakinan (Z) sebesar 1,96, dengan deviasi standar (S) sebesar 0,05, dan tingkat kesalahan yang ditolerir (E) sebesar 1% atau 0,01, maka besarnya sampel adalah

$$N = \left(\frac{(1.96)(0.05)^2}{0.01} \right) \frac{(0.98)^2}{0.01} = 98$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus diatas, maka didapat ukuran sampel sebanyak 100 orang responden yang merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian tiket Bus Damri kelas bisnis Damri Sumatera Utara atau cabang medan yang harus di wawancara. Ukuran sampel sebanyak 101 responden dianggap sudah dapat mewakili populasi, sehingga kesimpulan penelitian dari pengumpulan data yang diperoleh melalui sampel tersebut dapat menggambarkan karakteristik populas

3. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis Penelitian ini adalah kuantitatif, yakni penelitian yang menganalisis data-data secara kuantitatif kemudian menginterpretasikan suatu simpulan. Penelitian Kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan hasilnya. Kemudian membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, menerangkan hubungan-hubungan, menguji hipotesis-hipotesis, membuat prediksi serta mendapatkan makna dan implementasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan. Penelitian Kuantitatif dalam penelitian ini adalah mengolah data Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang Perum Damri Sumatera Utara.

b. Sumber Data

Dalam Penelitian ini penulis memperoleh sumber Data Primer dan Data Sekunder. Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner untuk dapat mengetahui jawaban atas rumusan masalah peneliti. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain melalui internet, buku-buku yang menjadi referensi peneliti, data internal perusahaan seperti data/dokumen lain yang mendukung penulis untuk melakukan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2018:214), Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang bersifat mendalam dan jumlah responnya sedikit.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2018:219), Kuesioner yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Menurut Sugiyono (2018:219), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Pengumpulan Data dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada penumpang Bus Damri Sumatera Utara.

3. Observasi

Menurut Sugiyono (2018:223), Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Menurut Sugiyono (2018:223), Wawancara dan Kuesioner dilakukan dengan cara selalu berkomunikasi dengan orang lain, sedangkan metode observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga obyek yang lain.

Teknik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket atau kuesioner. Skala Pengukuran Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2018:152), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menurut Sugiyono (2018:152), dengan Skala Likert maka variabel yang akan diukur dapat dijabarkan menjadi indikator variabel, yang kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Menurut Sugiyono (2018:153), untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberi skor sebagai berikut :

Tabel 3.3 Skala Likert Kuesioner

Penilaian	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Sugiyono (2018:153)

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018:197), Pengujian validitas instrument terbagi atas 3, yaitu :

- 1) Pengujian Validitas Konstruksi (*Construct Validity*), untuk menguji validitas konstruksi dapat digunakan pendapat dari ahli (*judgement experts*). Instrumen yang telah di konstruksi tentang aspek-aspek yang akan di ukur dengan berlandaskan teori tertentu, maka selanjutnya di konsultasikan dengan ahli (Sugiyono, 2018:97).
- 2) Pengujian Validitas Isi, pengujian validitas isi untuk instrument yang berbentuk tes dapat dilakukan dengan membandingkan antara isi instrumen dengan materi pelajaran yang telah di ajarkan (Sugiyono, 2018:202).
- 3) Pengujian Validitas Eksternal, validitas eksternal instrumen di uji dengan cara membandingkan (untuk mencari kesamaan) antara kriteria yang ada pada instrumen dengan fakta-fakta empiris di lapangan (Sugiyono, 2018:203).

Menurut Sugiyono (2018:204), validitas alat ukur dapat di cari dengan menggunakan rumus *Rank Spearman* berikut :

$$r_s = 1 - ((6 \sum d_i^2) / (n(n^2 - 1)))$$

Dimana :

r_s = Koefisien Kolerasi Rank Spearman

d_i = Selisih Setiap Rank

n = Banyaknya Pasangan Data

Uji Validitas di lakukan dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak valid

Pengujian Validitas Instrumen penelitian untuk masing-masing variabel yang diteliti dengan sampel responden akan diolah dengan menggunakan *Software SPSS*.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian alat pengumpulan data yang kedua adalah pengujian reliabilitas instrument. Suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten dan cermat akurat. Menurut Sugiyono (2018:203),

Pengujian Reliabilitas instrument dapat dilakukan dengan dua cara yaitu secara eksternal dan secara internal. Pengujian secara eksternal dilakukan dengan tiga cara yaitu *test-retest (stability)*, *equivalent*, dan gabungan keduanya. Adapun pengujian secara internal, dapat dilakukan dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu.

Penelitian dapat dikatakan reliabel apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang di teliti. Menurut Sugiyono (2018:206), formula yang dipergunakan untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini adalah rumus *Spearman Brown*.

Kriteria uji dilakukan dengan membandingkan *Nilai Alpha* cronbach pada interpretasi r di bawah ini :

Tabel 3.4 Interpretasi nilai r₁

Koefesien r	Kategori
0,8000 - 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 - 0,7999	Tinggi
0,4000 - 0,5999	Sedang
0,2000 - 0,3999	Rendah
0,0000 - 0,1999	Sangat Rendah

Sumber Data 2021

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam data, variabel terikat dengan variabel bebas keduanya mempunyai hubungan distribusi normal atau tidak (Lupiyoadi, 2013). Menurut (Sugiyono 2018:258) Pengujian

normalitas data dengan *chi-square* dilakukan dengan cara membandingkan kurva normal yang terbentuk dari data yang telah terkumpul dengan kurval normal baku/standard.

Komponen penyusunan rumus tersebut diatas didapatkan berdasarkan pada hasil transformasi data distribusi frekuensi yang akan diuji normalitasnya. Menurut Sugiyono (2018:258), hipotesis dan kriterianya adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis

- a. H_0 = Data instrument memiliki sebaran data normal
- b. H_1 = Data instrument tidak memiliki sebaran data normal

2. Kriteria

- a) Chi Square hitung < Chi Square tabel = H_0 diterima, H_1 ditolak
 - b) Chi Square hitung > Chi Square tabel = H_0 ditolak, H_1 diterima
- b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi kolerasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikuti sertakan dalam pembentukan model regresi linier (Lupiyoadi, 2013). Kriteria pengujian multikolinieritas dilakukan dengan cara :

1. Hipotesis

- a. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas
- b. Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas

2. Kriteria Pengujian

- a. Jika nilai *tolerance* $\leq 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas

- b. Jika *nilai tolerance* \geq maka tidak ada gejala multikolinieritas
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melakukan program SPSS
4. Menentukan kesimpulan dengan membandingkan hasil uji VIF dan *tolerance* pada masing-masing variabel.

c. Uji Autokolerasi

Uji Autokolerasi yang dilakukan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi kolerasi, maka di namakan ada problem autokolerasi. Tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokolerasi (Sugiyono, 2018). Pada prosedur pendeteksian masalah autokolerasi dapat digunakan besaran Durbin-Watson.

Untuk memeriksa ada tidaknya autokolerasi, maka dilakukan uji Durbin-Watson dengan keputusan sebagai berikut :

1. Jika $(D-W) < d_1$, maka h_0 ditolak
2. Jika $(D-W) > d_u$, maka h_0 diterima
3. Jika $d_1 < (D-W) < d_u$ maka tidak dapat diambil kesimpulan

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians atau residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Menurut Sugiyono (2018), untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji-rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari

residual (*error*). Untuk mendeteksi gejala uji heteroskedastisitas, maka dibuat persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heteroskedastisitas kemudian menentukan nilai absolut residual, selanjutnya meregresikan nilai absolut residual diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen. Jika nilai koefisien korelasi antara variabel independen dengan nilai absolute dari residual signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

3. Regresi Linier Berganda

Metode Analisis Data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Regresi Linier Berganda merupakan analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2018:230). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2) dan Harga Tiket (X_3) serta variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Penumpang (Y) (Lupiyoadi, 2013). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS. Dengan perumusan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Penumpang

A = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan)

- b_2 = Koefesien Regresi Variabel X_2 (Fasilitas)
 b_3 = Koefesien Regresi Variabel X_3 (Harga Tiket)
 X_1 = Kualitas Pelayanan
 X_2 = Fasilitas
 X_3 = Harga Tiket
 e = Error (Variabel Penganggu)

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel X dan Y apakah variabel X_1 , X_2 , X_3 benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (Kepuasan Penumpang) secara parsial. Hipotesis yang digunakan dalam pengajuan ini adalah :

H_0 : Variabel-variabel bebas (Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Kepuasan Penumpang)

H_a : Variabel-variabel (Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Kepuasan Penumpang).

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu :

1. Apabila probabilitas signifikan >0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Apabila probabilitas signifikan <0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat yang signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen. Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

Ho :Variabel-variabel bebas yaitu (Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Penumpang.

Ha :Variabel-variabel bebas yaitu (Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Penumpang.

Dasar Pengambilan Keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu :

1. Apabila Probabilitas signifikan >0.05 , maka Ho diterima dan Ha ditolak.
2. Apabila Probabilitas signifikan <0.05 , maka Ho ditolak dan Ha diterima.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui berapa besar persentase pengaruh antar variabel bebas (X_1, X_2 dan X_3) terhadap variabel terikat (Y). Jika (R^2) semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa kemanapun menjelaskan variabel bebas ($X_1, X_2, dan X_3$) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Hal

ini berarti model yang digunakan semakin kuat menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1, X_2 dan X_3) terhadap variabel terikat semakin kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Kegunaan Koefisien Determinasi (R^2), adalah :

1. Sebagai ukuran ketepatan atau kecocokan garis regresi yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap sekelompok data hasil observasi. Makin besar R^2 semakin bagus garis regresi yang dibentuk. Sebaliknya makin kecil nilai R^2 makin tidak tepat garis regresi tersebut dalam mewakili data hasil observasi.
2. Mengukur besar proporsi (persentase) dari jumlah ragam Y yang diterangkan oleh model regresi atau untuk mengukur besar sumbangan variabel penjelasan X terhadap variabel respon Y.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Umum Perusahaan Damri

DAMRI adalah singkatan dari Djawatan Angkoetan Motor Repoeblrik 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 antar provinsi, 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 cिकार, 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 Republik 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

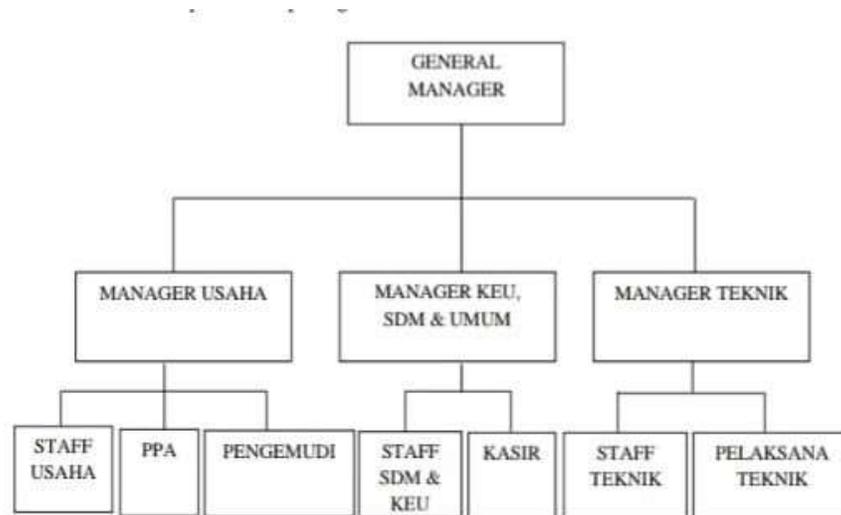
Trayek : Bandara Kualanamu – Pematang Siantar

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	48	47.7	47.7	47.7
	Perempuan	52	52.3	52.3	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen penumpang Bus Damri yang menjadi responden yang berjenis kelamin Pria berjumlah 48 orang atau 48% 47.7 sedangkan yang berjumlah Perempuan sebanyak 52 orang atau 52.3% 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	49	53.8	53.8	53.8
	31 - 45 Tahun	30	33.0	33.0	86.8
	46 - 50 Tahun	21	13.2	13.2	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 di bawah 25 – 30 tahun, yaitu sebanyak 49 orang atau sebesar 53.8% dari total responden, 31-45 tahun sebanyak 30 orang atau 33.0 % dan yang berusia 46-50 tahun sebanyak 21 orang atau 13.2 %.

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	D3	40	43.0	43.0	12.0
	S1	27	19.8	19.8	30.8
	S2	12	13.2	13.2	57.2
	SMU	21	24.0	24.0	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 21 orang atau 24%, dan yang memiliki pendidikan D3 sebanyak 40 orang atau 43%, dan yang tamatan S1 sebanyak 27 orang atau 19.8% serta yang memiliki pendidikan samapai jenjang S2 sebanyak 12 Orang atau 13.2%.

d. Karakter responden Berdasarkan status Pekerjaan

**Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Status Pekerjaan**

	Pekerjaan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masih sekolah/kuliah	22	22,7	22,7	22,7
	Bekerja	62	60,5	60,5	77,3
	Tidak Bekerja	16	16,8	16,8	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 22 orang atau 22.7%, dan yang masi bekerja atau karyawan sebanyak 62 orang atau 60.8% sedangkan yang sudah tidak bekerja sebesar 16 orang atau 16.8% 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	41	42,8	42,8	57,2
	26-30 thn	25	23,6	23,6	76,4
	31-35 thn	10	13,4	13,4	86,6
	36-40 thn	12	8,3	8,3	91,7
	41-45 thn	5	6,5	6,5	93,5
	46 >	7	5,4	5,4	94,6,0
	Total	100	100,0	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 41 orang atau 42,8% responden, dan untuk usia 26-30 tahun sebanyak 25 orang atau 23,6% responden, sedangakn untuk usia 31-35 tahun sebanyak 10 orang atau 13,4% responden , dan untuk usia 36-40 tahun sebanyak 12 orang atau 8,3% responden dan usia 41-45 tahun sebanyak 5 oarang atau 6,5% responden ,dan untuk usia 46 ke atas sebanyak 7 oarang atau sebesar 5,4% responden.

4. 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

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

a) Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

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:

Tabel 4.7. Pernyataan Kualitas Pelayanan $X_{1.1}$

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	8.8	8.8	8.8
	Tidak Setuju	28	29.8	29.8	39.6
	Ragu-Ragu	5	5.5	5.5	45.1
	Setuju	30	27.4	27.4	72.5
	Sangat Setuju	29	28.5	28.5	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 29 orang (28.5%), setuju sebanyak 30 orang (27.4%), ragu-ragu sebanyak 5 orang (5.5%), tidak setuju sebanyak 28 orang (29.8%) dan sebanyak 8 orang (8.8%) responden yang menyatakan tidak tidak setuju. Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 30 orang (27.4%). Jadi dapat disimpulkan responden yang setuju dengan pelayanan yang di sampaikan responden.

Tabel 4.8. Pernyataan Kualitas Pelayanan X_{1.2}

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	17	12.7	12.7	87.3
	Ragu-Ragu	32	35.2	35.2	64.8
	Setuju	34	39.4	39.4	60.6
	Sangat Setuju	17	12.7	12.7	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 orang (12.7%), setuju sebanyak 34 orang (39.4%), ragu-ragu sebanyak 32 orang (35.2%), tidak setuju sebanyak 17 orang (12.7%) Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 34 orang (39.4%). Jadi dapat disimpulkan responden yang setuju dengan pelayanan yang di sampaikan responden.

Tabel 4.9. Pernyataan Kualitas Pelayanan X_{1.3}

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	9,9	9,9	90.1
	Tidak Setuju	9	8,9	8.9	91.1
	Ragu-Ragu	12	11,8	11.8	88.2
	Setuju	31	30,8	30.8	69.2
	Sangat Setuju	38	38,6	38.6	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 38 orang (38.6%), setuju sebanyak 31 orang (30.8%), ragu-ragu sebanyak 12 orang (11.8%), tidak setuju sebanyak 9 orang (8.9%) dan sebanyak 10 orang (9.9%) responden yang menyatakan tidak tidak setuju. Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 38 orang (38.6%). Jadi

dapat disimpulkan responden yang setuju dengan pelayanan yang di sampaikan responden.

Tabel 4.10. Pernyataan Kualitas Pelayanan X_{1.4}

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	21	23.1	23.1	23.1
	Ragu-Ragu	25	27.5	27.5	50.5
	Setuju	43	44.0	44.0	94.5
	Sangat Setuju	11	5.4	5.4	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 orang (5.4%), yang menjawab setuju sebanyak 43 orang (44.0%), ragu-ragu sebanyak 25 orang (27.5%), tidak setuju sebanyak 21 orang (23.1%) Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan sanagat setuju sebanyak 43 orang (44.0%). Jadi dapat disimpulkan responden yang setuju dengan pelayanan yang di sampaikan responden.

Tabel 4.11 Pernyataan Kualitas Pelayanan X_{1.5}

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	20	22.0	22.0	22.0
	Ragu-Ragu	31	34.1	34.1	56.0
	Setuju	37	40.7	40.7	96.7
	Sangat Setuju	12	3.2	3.2	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 orang (3.2%), yang menjawab setuju sebanyak 37 orang (40.7%), ragu-ragu sebanyak 31 orang (34.1%), tidak setuju sebanyak 20 orang (22.0%) Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan sanagat setuju sebanyak 37 orang (40.7%). Jadi dapat

disimpulkan responden yang setuju dengan pelayanan yang di sampaikan responden.

b) Variabel Fasilitas (X2)

Tabel 4.12 Pernyataan Fasilitas X_{2.1}

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	19	20.5	20.9	20.9
	Ragu-Ragu	33	34.6	34.3	57.1
	Setuju	37	40.7	40.7	97.8
	Sangat Setuju	11	4.2	4.2	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 orang (4.2%), yang menjawab setuju sebanyak 37 orang (40.7%), ragu-ragu sebanyak 37 orang (40.7%), tidak setuju sebanyak 19 orang (20.5%) Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan sanagat setuju sebanyak 37 orang (40.7%). Jadi dapat disimpulkan responden yang setuju dengan pelayanan yang di sampaikan responden.

Tabel 4.13 Pernyataan Fasilitas X_{2.2}

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.1	1.1	1.1
	Tidak Setuju	19	19.3	19.3	22.0
	Ragu-Ragu	31	31.5	31.5	56.0
	Setuju	37	37.7	37.7	96.7
	Sangat Setuju	12	10,4	10,4	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 orang (10.4%), yang menjawab setuju sebanyak 37 orang (37.7%), ragu-ragu sebanyak 31 orang (31.5%), tidak setuju

sebanyak 19 orang (19.3%) Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan sangat setuju sebanyak 37 orang (37.4%). Jadi dapat disimpulkan responden yang setuju dengan pelayanan yang di sampaikan responden.

Tabel 4.14 Pernyataan Fasilitas X_{2,3}

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	16	16.5	16.5	16.5
	Ragu-Ragu	35	36.3	36.3	52.7
	Setuju	34	31.8	31.8	84.6
	Sangat Setuju	15	15.4	15.4	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 orang (15.4%), yang menjawab setuju sebanyak 34 orang (31.8%), ragu-ragu sebanyak 35 orang (36.3%), tidak setuju sebanyak 16 orang (16.5%) Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan ragu ragu sebanyak 35 orang (36.3%). Jadi dapat disimpulkan responden yang setuju dengan pelayanan yang di sampaikan responden.

c) Variabel Harga Tiket (X₃)

Tabel 4.15 Pernyataan Harga Tiket X_{3,1}

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	15	15.3	15.3	16.5
	Ragu-Ragu	30	30.0	30.0	49.5
	Setuju	39	39.9	39.9	92.3
	Sangat Setuju	16	14,8	14,8	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16 orang (14.8%), yang menjawab setuju sebanyak 39 orang (39.0%), ragu-ragu sebanyak 30 orang (30.0%), tidak setuju sebanyak 15 orang (15.3%) Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 39 orang (39.9%). Jadi dapat disimpulkan responden yang setuju dengan pelayanan yang di sampaikan responden.

Tabel 4.16 Pernyataan Harga Tiket X_{3.2}

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	17	17,7	17,7	18.7
	Ragu-Ragu	25	25,6	25,6	58.2
	Setuju	36	36,6	36,6	97.8
	Sangat Setuju	22	20,1	20,1	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang (20.1%), yang menjawab setuju sebanyak 36 orang (36.6%), ragu-ragu sebanyak 25 orang (25.6%), tidak setuju sebanyak 17 orang (17,7%) Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 36 orang (36,6%). Jadi dapat disimpulkan responden yang setuju dengan pelayanan yang di sampaikan responden.

Tabel 4.17 Pernyataan Harga Tiket X_{3.3}

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	23	23,3	23,3	25.3
	Ragu-Ragu	30	30,0	30,0	58.2
	Setuju	29	29,3	29,3	90.1
	Sangat Setuju	18	17,4	17,4	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.17 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang (17,4%), yang menjawab setuju sebanyak 29 orang (29,3%), ragu-ragu sebanyak 30 orang (30,0%), tidak setuju sebanyak 23 orang (23,3%) Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan ragu ragu sebanyak 30 orang (30,0%). Jadi dapat disimpulkan responden yang setuju dengan pelayanan yang di sampaikan responden.

Tabel 4.18 Pernyataan Harga Tiket X_{3,4}

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	21	21,1	21,1	23.1
	Ragu-Ragu	31	31,1	31,1	57.1
	Setuju	35	35,5	35,5	95.6
	Sangat Setuju	13	12,3	12,3	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.18 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 orang (12,3%), yang menjawab setuju sebanyak 35 orang (35,5%), ragu-ragu sebanyak 31 orang (31,1%), tidak setuju sebanyak 21 orang (21,1%) Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 35 orang (35,5%). Jadi dapat disimpulkan responden yang setuju dengan pelayanan yang di sampaikan responden.

Tabel 4.19 Pernyataan Harga Tiket X_{3,5}

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	15	15,5	15,5	16.5
	Ragu-Ragu	31	31,1	31,1	50.5
	Setuju	39	39,9	39,9	93.4
	Sangat Setuju	15	13,5	13,5	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 orang (13,5%), yang menjawab setuju sebanyak 39 orang (39,9%), ragu-ragu sebanyak 31 orang (31,1%), tidak setuju sebanyak 15 orang (15,5%) Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 39 orang (39,9%). Jadi dapat disimpulkan responden yang setuju dengan pelayanan yang di sampaikan responden.

d) Variabel Kepuasan Penumpang (Y)

Tabel 4.20 Pernyataan Kepuasan Penumpang Y1.1

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	15	15,5	15,5	16.5
	Ragu-Ragu	30	30,0	30,0	49.5
	Setuju	40	40,0	40,0	93.4
	Sangat Setuju	15	14,5	14,5	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 orang (14,5 %), setuju sebanyak 40 orang (40.0%), ragu-ragu sebanyak 30 orang (30.0%) dan sebanyak 15 orang (15.5%) responden yang menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 40 orang (40.0%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa saya merasakan pelayanan atas produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan.

Tabel 4.21 Pernyataan Kepuasan Penumpang Y1.2

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	10	11.0	11.0	11.0
	Ragu-Ragu	39	39.9	39.9	53.8
	Setuju	36	36.6	36.6	93.4
	Sangat Setuju	15	12.5	12.5	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.21 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 orang (12,5%), setuju sebanyak 36 orang (36.6%), ragu-ragu sebanyak 39 orang (39.9%) dan sebanyak 10 orang (11.0%) responden yang menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 39 orang (39.9%). Disimpulkan responden ragu-ragu merasakan pelayanan telah memenuhi harapan.

Tabel 4.22 Pernyataan Kepuasan Penumpang Y1.3

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	11	11.1	11.1	12.1
	Ragu-Ragu	37	37.7	37.7	52.7
	Setuju	37	37.7	37.7	93.4
	Sangat Setuju	15	13.5	13.5	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.22 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 orang (13,5%), setuju sebanyak 37 orang (37.7%), ragu-ragu sebanyak 37 orang (37.7%) dan sebanyak 11 orang (11.1%) responden yang menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju dan ragu-ragu sebanyak 37 orang (37.7%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju dan ragu-ragu bahwa karyawan cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan.

Tabel 4.23 Pernyataan Kepuasan Penumpang Y1.4

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	17	17.7	17.7	18.7
	Ragu-Ragu	30	30.0	30.0	51.6
	Setuju	37	37.7	37.7	92.3
	Sangat Setuju	16	14.6	14.6	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.23 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16 orang (14.6%), setuju sebanyak 37 orang (37.7%), ragu-ragu sebanyak 30 orang (30.0%) dan sebanyak 17 orang (17.7%) responden yang menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan setuju sebanyak 37 orang (37.7%). Jadi dapat disimpulkan responden setuju bahwa saya merasa nyaman saat karyawan memberikan pelayanan.

Tabel 4.24 Pernyataan Kepuasan Penumpang Y1.5

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	Tidak Setuju	15	15.5	15.5	16.5
	Ragu-Ragu	38	38.8	38.8	58.2
	Setuju	34	34.4	34.4	95.6
	Sangat Setuju	13	11.3	11.4	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.24 di atas, didapat data bahwa yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 orang (11.33%), setuju sebanyak 34 orang (34.4%), ragu-ragu sebanyak 38 orang (38.8%) dan sebanyak 15 orang (15.5%) responden yang menyatakan tidak setuju. Dari jawaban responden paling banyak adalah yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 38 orang (38.8%). Jadi dapat disimpulkan responden ragu-ragu bahwa penampilan karyawan selalu rapi saat memberikan pelayanan.

4. 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 4.25. 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	14.90	4.879	.375	.001
X1.2	14.85	4.634	.365	.003
X1.3	14.78	4.577	.480	.004
X1.4	15.05	5.008	.431	.002
X1.5	14.02	4.131	.377	.004

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Dari tabel 4.25 di atas hasil *output* SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 5 (Lima) butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan dapat dinyatakan valid (sah) karena semua nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.26. Uji Validitas (X₂) Fasilitas

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	15.97	5.555	.425	.654
X2.2	15.43	5.504	.454	.673
X2.3	15.76	5.730	.427	.663

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Dari tabel 4.26 di atas hasil *output* SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 3 (Tiga) butir pertanyaan pada variabel fasilitas dapat dinyatakan valid (sah) karena semua nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.27. Uji Validitas (X₃) Harga Tiket

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	14.18	4.998	.407	.646
X3.2	14.61	4.281	.321	.608
X3.3	14.92	5.913	.465	.681
X3.4	14.51	5.283	.327	.670
X3.5	14.96	4.382	.367	.688

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Dari tabel 4.27 di atas hasil *output* SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 5 (Lima) butir pertanyaan pada variabel

harga tiket dapat dinyatakan valid (sah) karena semua nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

Tabel 4.28. Uji Validitas (Y)

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	14.23	5.775	.346	.427
Y1.2	14.48	5.091	.341	.415
Y1.3	14.33	4.153	.411	.340
Y1.4	14.49	4.151	.408	.428
Y1.5	15.19	5.075	.442	.414

umber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Dari tabel 4.28 di atas hasil *output* SPSS diketahui nilai validitas terdapat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* yang artinya nilai korelasi antara skor setiap butir dengan skor total pada tabulasi jawaban responden. Hasil uji validitas dari 5 (Lima) butir pertanyaan pada variabel kepuasan konsumen dapat dinyatakan valid (sah) karena semua nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Butir angket dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap angket adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan angket reliabel atau tidak dengan menggunakan *alpha cronbach*. Angket dikatakan reliabel jika *alpha cronbach* > 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60. Reliabilitas dari pertanyaan angket yang telah diajukan penulis kepada responden dalam penelitian ini akan terlihat pada tabel

Tabel 4.29 Uji Reliabilitas (X1) Kualitas Pelayanan , (X2) Fasilitas (X3) Harga Tiket 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	10.23	3.290	.293	.182	.635
Fasilitas	10.47	3.423	.176	.159	.658
Harga Tiket	10.22	3.587	.159	.046	.634
Kepuasan Penumpang	10.30	4.273	-.090	.015	.673

Berdasarkan Tabel 4.29 di atas dapat kita ketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk seluruh variabel penelitian Disiplin kerja, Motivasi, Kompensasi dan Prestasi Kerja adalah $> 0,60$ maka dapat dikatakan hasil uji reliabilitas keseluruhan variabel handal (reliabel).

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

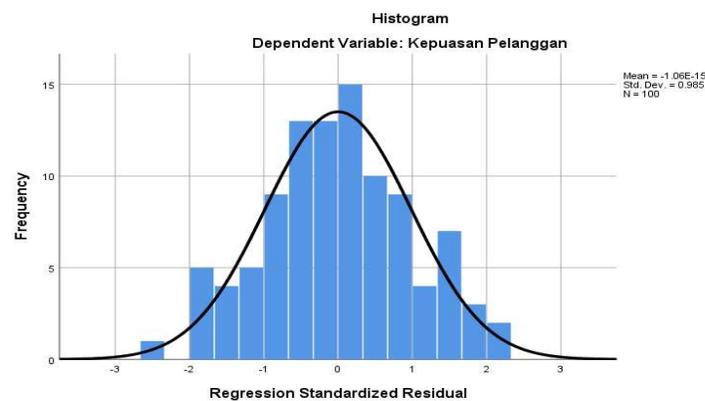
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik distribusi data normal atau mendekati normal.

Tabel 4.34. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.60482276
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.044
	Negative	-.039
Test Statistic		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
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)

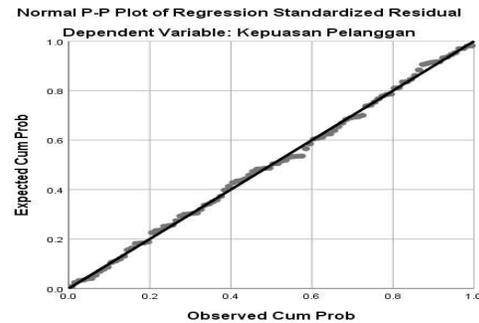
Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 dengan test statistic sebesar 0,044 dengan dasar apabila probabilitas (sig) > 0,05 berarti data terdistribusi secara normal, dan dari hasil uji SPSS diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 maka nilai 0,200 > 0,05 yang berarti bahwa data pada penelitian ini telah terdistribusi secara normal.



Gambar 4.2 Histogram

Sumber :Hasil Pengolahan Data SPSS (2021)

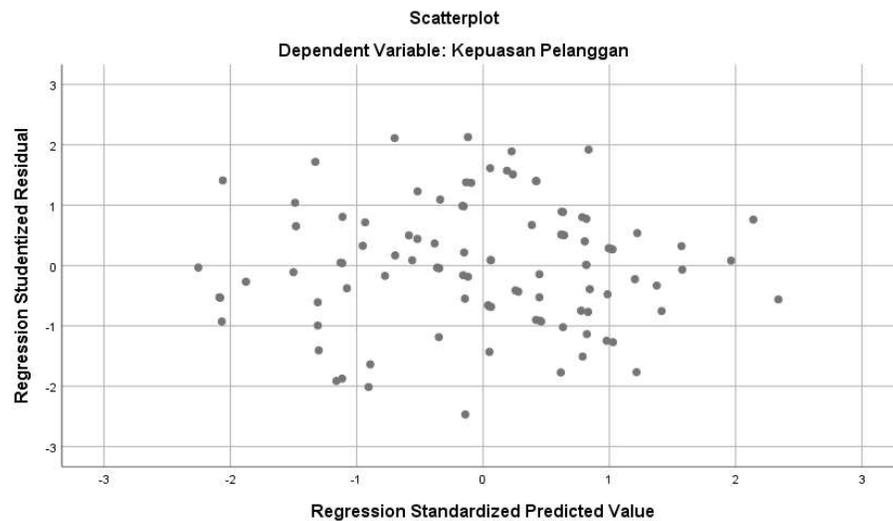
Pada gambar 4.2 di atas dapat terlihat distribusi dari data variabel independent dalam penelitian ini membentuk satu gambar yang mirip seperti lonceng, yang artinya bahwa data yang disajikan berdistribusi normal. Sedangkan pengujian normalitas berdasarkan grafik PP-Plot dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.3 PP-Plot

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2021)

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas, kemudian untuk hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan gambar PP Plot terlihat titik-titik data yang menyebar berada di sekitar garis diagonal sehingga data telah berdistribusi secara normal. Dari gambar di atas, maka dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan uji normalitas data, data untuk variabel pembelian ulang berdistribusi secara normal. Untuk lebih memastikan apakah data disepanjang garis diagonal tersebut berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan uji Kolmogorov Smirnov (1 Sample KS) yakni dengan melihat data residualnya apakah distribusi normal atau tidak. Jika nilai *Asym.sig (2-tailed)* > taraf nyata ($\alpha = 0.05$) maka data residual berdistribusi normal.



Gambar 4.4 Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS (2021)

Berdasarkan gambar 4.4 di atas, gambar *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola atau *trend* garis tertentu. Gambar di atas juga menunjukkan bahwa sebaran data ada di sekitar titik nol. Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa model regresi ini bebas dari masalah heteroskedastisitas, dengan perkataan lain: variabel-variabel yang akan diuji dalam penelitian ini bersifat homoskedastisitas.

6. Uji Kesesuaian

a) Uji t (Parsial)

Regresi linier berganda bertujuan menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Rumus analisis regresi berganda sebagai berikut:

Tabel 4.35. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.893	.596		6.528	.000
	Kualitas pelayanan	.639	.137	.032	3.285	.003
	Fasilitas	.420	.122	.108	2.978	.002
	Harga Tiket	.521	.120	.018	2.278	.001

a. Dependent Variable: Kepuasa Penumpang

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.35 tersebut diperoleh regresi linier berganda sebagai berikut

Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda adalah:

Berdasarkan Tabel 4.35. diketahui bahwa nilai t_{hitung} dari variabel *Constanta* sebesar 6.528 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000; nilai t_{hitung} dari variabel Kualitas Pelayanan sebesar 3.285 (X1) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,003 dan nilai t_{hitung} dari variabel Fasilitas (X2) sebesar 2.978 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 sedangkan nilai dari t_{hitung} dari variabel harga tiket (X3) sebesar 2.278 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.001. Sedangkan nilai dari t_{tabel} pada penelitian ini adalah 1,984. Kesimpulan dari tabel tersebut adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan harga tiket berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang

b) Uji F (Simultan)

Uji F atau uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang masuk kedalam model penelitian mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen dengan menguji tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau pada $\alpha = 5\%$.

Tabel 4.36. Hasi Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	250.385	3	83.462	11.928	.000 ^b
	Residual	671.725	96	6.997		
	Total	922.110	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.36. diketahui bahwa nilai dari F_{hitung} sebesar 11,928 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 sementara itu nilai F_{tabel} pada penelitian ini sebesar 1,984. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan harga tiket secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang.

c) Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda dengan persamaan:

Tabel 4.37. Hasi Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3.893	.596
	Kualitas pelayanan	.639	.137
	Fasilitas	.420	.122
	Harga Tiket	.521	.120

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Berdasarkan Tabel 4.37. persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini dirumuskan dengan:

$$Y = -3.893 + 0,639X_1 + 0,420 + 0,521X_3 + \varepsilon$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan bahwa:

1. Jika segala sesuatu pada variabel-variabel bebas dianggap 0 (nol) maka nilai dari kepuasan penumpang (Y) adalah sebesar 3.893
2. Jika terjadi peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka kepuasan penumpang akan meningkat sebesar 0,639 atau sebesar 63.9%.
3. Jika terjadi peningkatan dari fasilitas sebesar 1 satuan, maka kepuasan penumpang akan meningkat sebesar 0,420 atau sebesar 42.0%.
4. Jika terjadi peningkatan harga tiket sebesar 1 satuan, maka kinerja karyawan akan meningkat sebesar 0,521 atau sebesar 52,1%.

d) Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase besarnya variasi perubahan dari variabel bebas terhadap perubahan variabel terikat

Tabel 4.38. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.521 ^a	.272	.673	2.645

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2021)

Berdasarkan Tabel 4.38 diketahui bahwa analisis determinasi dilihat melalui nilai *Adjusted R Square* yang mana pada penelitian ini yaitu sebesar 0,673 atau 67.3% yang artinya bahwa variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan harga tiket mampu menjelaskan variasi dari variabel kepuasan penumpang sebesar 67.3% sedangkan sisanya sebesar 32,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau dimasukkan dalam model penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang

Berdasarkan hasil statistik uji t (parsial) diperoleh bahwa nilai dari t-hitung dari variabel kualitas pelayanan lebih besar $6.528 >$ dari t-tabel yaitu 1,984 dengan tingkat signifikansi lebih rendah dari $0,000 < 0,05$. yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan penumpang. Setiap perusahaan berusaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui kualitas pelayanan yang ditawarkan, sedangkan konsumen mencari manfaat-manfaat tertentu yang ada pada suatu pelayanan dari perusahaan

Berdasarkan penjelasan hasil statistik dan hasil penelitian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara

parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang pada Perum Damri Medan atau dengan kata lain terima H_a diterima H_0 tolak .

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang

Hasil menunjukkan bahwa $t_{hitung} 3.285 > t_{tabel} 1,984$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan penumpang. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Apriyani (2017) dan Panjaitan (2016), dimana fasilitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Hadiguna dan Setiawan (2011) Perancangan Fasilitas adalah kegiatan menghasilkan fasilitas yang terdiri atas penataan unsure fisiknya, pengaturan aliran bahan, dan penjaminan keamanan para prakerja.tersebut. Menurut Zakiah Daradjat (2012:230) Fasilitas adalah segala sesuatu yang mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Fasilitas yang membuat para pelanggan merasa puas yaitu karyawan yang membangkitkan kepercayaan pelanggan, yang memberikan rasa aman bagi tamu saat pelanggan melakukan perjalanan dengan tujuan yang tertentusehingga akan menghasilkan kunjungan kembali dengan menggunakan Damri sehingga menghasilkan kepuasan pada penumpang.

3. Pengaruh Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang

Hasil menunjukkan bahwa $t_{hitung} 2.978 > t_{tabel} 1,984$ dan signifikan $0,002 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menyatakan harga tiket berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan penumpang. Pengaruh variabel independen (harga tiket) terhadap variabel dependen (keputusan penumpang bersifat positif yang artinya setiap kenaikan variabel independen).

Berdasarkan analisis regresi berganda variabel Harga (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penumpang pada Perum Damri. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mal & Mertayasa (2018), yang menunjukkan bahwa Harga tiket berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu prioritas utama konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian atau tidak. Pada kenyataannya kenaikan harga akan membuat minat beli menurun dan sebaliknya, sehingga penurunan harga akan menimbulkan minat beli yang dapat berujung kepada kepuasan penumpang.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang.

Hasil menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar $2.278 > F_{tabel}$ sedangkan F_{tabel} sebesar 1,984 yang dapat dilihat pada $\alpha = 0,05$ (lihat lampiran tabel F). Probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,001 < 0,05$, maka model regresi dapat dikatakan bahwa

dalam penelitian ini kualitas pelayanan, fasilitas dan harga tiket secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka hipotesis sebelumnya adalah diTerima H_0 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 fasilitas dan harga 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 fasilitas yang tersedia sehingga pelanggan merasa terpenuhi keinginannya dan dengan harga yang terjangkau maka kepercayaan pelanggan atau ingin melakukan pembelian ulang atau ingin berkunjung kembali. sehingga membangkitkan kepercayaan pelanggan, yang memberikan rasa aman bagi tamu saat pelanggan melakukan transaksi mereka dan karyawan yang sangat santun, hal inilah yang membuat para pelanggan merasa senang.

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. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang pada Perum Damri Medan.
3. Harga Tiket secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang pada Perum Damri Medan.
4. Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Tiket 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 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 seharusnya memberikan fasilitas yang lain dengan adanya wifi gratis di dalam Bus dan suguhan berbentuk minuman karena Bus Damri merupakan perjalanan yang singkat dan harga yang cukup lumayan dan sehingga perusahaan harus memberikan nilai tambah dari Bus bus yang lain dengan memberikan fasilitas yang tidak ada di Bus yang lain.
3. Perusahaan hendaknya memberikan harga jangan terlalu tinggi yang mengakibatkan banyak orang yang mau berangkat ke Bandara Kualanamu menggunakan armada yang lain yaitu Grab atau sejenisnya. Jadi untuk memperlancar penjualan tiket sebaiknya perusahaan memberikan discount dari harga atau potongan kalua yang sudah memakai jasa Bus lebih dari 3 kali.
4. 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

- Amir, M. Taufiq. 2012. Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi. Jakarta: Rajawali.
- Aryza, S., Lubis, Z., Indrawan, M. I., Efendi, S., & Sihombing, P. (2021). Analyzed New Design Data Driven Modelling of Piezoelectric Power Generating System. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences, 4(3), 5537-5547.
- Anastasia Anita Wulandari. 2017. Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Darat (Studi Kasus pada Penumpang Kereta Api Prambanan Ekspres Stasiun Tugu Yogyakarta). Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma [Tidak Dipublikasikan].
- Adiman, S. (2021). *Effect Of Effectiveness Of Collection Of Costs Of Obtaining Rights To Land And Buildings (Bphtb) On Income Original Area In West Aceh Daya District. Accounting and Business Journal, 3(1), 49-60.*
- Adiman, S. (2019). Pengaruh Kebijakan Pengampunan Pajak Terhadap Permohonan Pengajuan Keberatan Di Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak. Jurnal Perpajakan, 1(1), 69-79.
- Basu Swastha. 2011. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedelapan. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Danang S. 2012. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus). Edisi Pertama : Yogyakarta
- Dharmmesta, Basu S dan Handoko. T. Hani. 2012. Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama, BPEE : Yogyakarta
- Eko Sudarminto. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Jasa Hotel Aprilia Kendari. Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Haluoleo [Tidak Dipublikasikan]
- Fajar Laksana. 2018. MANAJEMEN PEMASARAN; Pendekatan Praktis. Edisi Pertama : Yogyakarta; Graha Ilmu, 2018
- Kotler dan Keller. 2012. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta

- Kotler, Philip. 2012. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13. PT Indeks, Kelompok Gramedia. Jakarta
- Kotler, Philip. 2014. Manajemen Pemasaran,. Edisi 13. Jilid 1. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2014. Manajemen Pemasaran,. Edisi 13. Jilid 2. Prenhalindo. Jakarta.
- Meva Pratiwi. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen di Penginapan Lebar Daun Palembang. Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Raden Patah Palembang [Tidak Dipublikasikan]
- Maulina Puspasari. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Travel Iqro Semarang). Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro [Tidak Dipublikasikan]
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Nirwana. (2014). Pemasara Jasa. Jakarta: Alta
- Pakpahan, M. (2016). Manajemen Pemasaran Dalam Kompetensi Global. Bandung: Citapustaa
- Rioni, Y. S. (2018, October). An Empirical Investigation of Factors Affecting the Compulsory of Personal Income Tax on Personal Information Tax Services Pratama, West Medan. In International Conference of ASEAN Prespective and Policy (ICAP) (Vol. 1, No. 1, pp. 175-182).
- Rahayu, S., Setiawati, Y. H., Indrawan, M. I., & Aminah, S. (2020). Management tour guidelines to tourism satisfaction in North Sumatera-Indonesia. International Journal of Advanced Science and Technology, 29(5 Special Issue), 1590-1594.
- Ritonga, H. M., Setiawan, N., El Fikri, M., Pramono, C., Ritonga, M., Hakim, T., & Nasution, M. D. T. P. (2018). Rural Tourism Marketing Strategy And Swot Analysis: A Case Study Of Bandar Pasir Mandoge Sub-District In North Sumatera. International Journal of Civil Engineering and Technology, 9(9), 1617-1631.

- Ritonga, H. M., Setiawan, N., El Fikri, M., Pramono, C., Ritonga, M., Hakim, T., & Nasution, M. D. T. P. (2018). Rural Tourism Marketing Strategy And Swot Analysis: A Case Study Of Bandar PasirMandoge Sub-District In North Sumatera. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(9), 1617-1631.
- Sintya, L.I. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa FEB UNSRAT Manado. Universitas Sam Ratulangi Manad
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Alfabeta. Bandung
- Suwartono. 2014. Metode Penelitian, Yogyakarta: Andi
- Saraswati, D. (2018). Analisis Perkembangan Usaha Mikro Dan Kecil Setelah Memperoleh Pembiayaan Mudharabah Dari Bmt Khalifah Amanah Kecamatan Medan Tembung. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 9(1), 97-105.

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2012. Pemasaran Strategik. Yogyakarta : Andi Offset

Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran Edisi III. Yogyakarta : Andi Offset

Umar, D.H. 2012. Pelatihan Metodologi Penelitian. Bogor. Modul

Toriq, Mohammad dan Soebari Martoatmodjo, 2014. Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU PERTAMINA 54.612.64 Di Sidoarjo.

Yineu Nur Layaalin. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Top 40 Family Karaoke Yogyakarta). Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta [Tidak Dipublikasikan]

Wibawa. 2014. Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis VI 3 No 4.