

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN BUS JURUSAN SAMARINDA BONTANG PADA
TERMINAL LEMPAKE DI KOTA SAMARINDA**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1**



Oleh :

**AL HALIM R
NIM. 1402095173**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MULAWARMAN
SAMARINDA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus
Jurusan Samarinda Bontang Pada Terminal Lempake Di Kota
Samarinda

Nama : Al Halim

NIM : 1402095173

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Pembimbing I

Ana Noor Andriana, S.AB., M.AB
NIDK. 8869640017

Menyetujui

Pembimbing II

Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB
NIP. 19901027 201803 1 002

ABSTRAK

AL HALIM, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang Pada Terminal Lempake Di Kota Samarinda. Di bawah bimbingan Ana Noor Andriana, S.AB., M.AB Selaku Dosen Pembimbing I dan Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB Selaku Dosen Pembimbing II.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang bus Jurusan Samarinda Bontang Pada Terminal Lempake Di Kota Samarinda yang berjumlah 96 orang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X), serta variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) .

Hasil analisis dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Teknik pengumpulan data yaitu dengan berdasarkan dengan sumbernya antara lain data primer melalui observasi, wawancara, kuesioner atau angket, dan menyertakan dokumentasi. Data sekunder antara lain dengan mencari literatur yang berupa jurnal penelitian terdahulu, dan buku-buku teks yang ada kaitannya dengan variabel-variabel yang akan diteliti. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas dan Uji Reabilitas. Sedangkan untuk metode teknik analisis data menggunakan metode Analisis Determinasi (R_2), pengujian hipotesis menggunakan Uji T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Bus Jurusan Samarinda Bontang Pada Terminal Lempake Di Kota Samarinda.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

AL HALIM, The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction of Samarinda Bontang Buses at Lempake Terminal in Samarinda City. Under the guidance of Ana Noor Andriana, S.AB., M.AB as Supervisor I and Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB as Supervisor II.

The purpose of this study is to test the Quality of Service on Customer Satisfaction. The population in this study were 96 passengers on the bus of Samarinda Bontang Department at Lempake Terminal in Samarinda City. The variables used in this study consisted of the independent variable, namely the Service Quality variable (X), and the dependent variable, namely Customer Satisfaction (Y).

The results of the analysis using simple regression analysis. Data collection techniques are based on the source, including primary data through observation, interviews, questionnaires or questionnaires, and include documentation. Secondary data, among others, by searching for literature in the form of previous research journals, and textbooks that are related to the variables to be studied. The data analysis technique used the validity test and reliability test. Whereas for the data analysis technique method using the Determination Analysis method (R^2), hypothesis testing using the T test. The results show that the Service Quality (X) variable simultaneously has a significant effect on Customer Satisfaction (Y) Buses in Samarinda Bontang Department at Lempake Terminal in Samarinda City.

Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction.

RIWAYAT HIDUP



AL HALIM R, lahir pada tanggal 22 Maret 1993 di Desa Linggang Bigung, Kecamatan Linggang Bigung, Kabupaten Kutai Barat Kalimantan Timur. Penulis merupakan anak kedua (2) dari empat (4) bersaudara dari Ayah bernama Muhamad Rifai S. dan Ibu bernama Aji Netty Krisnawaty.

Pendidikan pormal penulis dimulai dari Sekolah Dasar (SD) Negerin 001 di Desa Linggang Bigung, Kecamatan Linggang Bigung, Provinsi Kalimantan Timur pada tahun 1999 dan memperoleh ijazah pada tahun 2006 sejak di bangku kelas 4 SD penulis aktif dalam organisasi peramuka, kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 04 Sendawar di Desa Linggang Bigung, Kecamatan Linggang Bigung, Kabupaten Kutai Barat, Provinsi Kalimantan Timur pada tahun 2007 dan memperoleh ijaza tahun 2009 dan semasa SMP penulis aktif ikut turnamen sepak bola, kemudian penulis lanjut pendidikan di Sekolah Menengah Keatas (SMA) Negeri 2 Sendawar Kecamatan Linggang Bigung, Kabupaten Kutai Barat, Provinsi Kalimantan Timur pada tahun 2010 memperoleh ijazah tahun 2012 dan semasa SMA penulis aktif dalam turnamen Basket. Pada tahun yang sama penulis mengikuti pelatihan Balai Latihan Kerja Industri Samarinda, pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi dengan Studi Strata satu (S1) pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda penulis aktif dalam organisasi Falkutas yaitu Himpunan Mahasiswa Administrasi Bisnis dan *Student Entrepreneur Community* (SEC).

Sebagai aplikasi studi yang didapat dan juga dalam rangka melaksanakan amanat Tri Darma perguruan tinggi maka pada tanggal 1 Juli s/d 31 Agustus 2017 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan 43 di Kelurahan Mangkurawang, Kecamatan Tenggarong, Kabupaten Kutai Kartanegara Provinsi Kalimantan Timur.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang Pada Terminal Lempake Di Kota Samarinda”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Strata 1 (S1) Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

Ucapan terima kasih tidak lupa penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penyelesaian serta penulisan skripsi baik secara moril maupun material. Ucapan terima kasih ini khususnya penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Masjaya, M.Si, selaku Rektor Universitas Mulawarman atas kesempatan yang diberikan kepada pihak penulis untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan studi di Universitas Mulawarman Samarinda.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Noor, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman Samarinda yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

3. Bapak Dr. M. Zaini, Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis yang telah membantu penulis dalam menempuh pendidikan serta ilmu dan nasehat yang diberikan selama di bangku kuliah.
4. Ibu Ana Noor Andriana, S.AB., M.AB dan Bapak Arwin Sanjaya, S.Pd., M.AB yang telah banyak meluangkan waktu dan kesungguhan hati untuk membimbing, membantu dan memotivasi penulis sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Bapak Wira Bharada, S.AB. MAB dan Bapak Fareis Althalets, S.Par., MM dosen penguji yang banyak memberikan kritik, saran dan masukan untuk perbaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah berbagi ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas ini dan tidak lupa kepada seluruh staf TU dan Akademik serta bagian Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda.
7. Kepada tenaga administrasi Perusahaan PT. Terminal Lempake Kota Samarinda yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
8. Kepada Ayahanda Muhamad Rifai S. dan ibunda Aji Netty Krisnawaty, beserta seluruh saudara sekandung saya yang telah memberikan motivasi dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kawan-kawan seperjuangan Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2014 yang telah melewati semuanya bersama-sama serta memberikan dukungan.

10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan semangat kepada penulis.

Semoga sebagai bantuan, dukungan dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu, sangat diharapkan dikritik dan saran. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang memerlukannya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Samarinda, April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KERANGKA DASAR TEORI	
2.1 Teori Dan Konsep	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran	13
2.1.3 Jasa.....	14
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	24
2.2 Teori Penghubung Antar Variabel	35
2.2.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelangga....	35
2.3 Kajian Empiris	36
2.4 Hipotesis.....	40
2.5 Definisi Konseptual	42
2.6 Kerangka Pikir Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Definisi Operasional.....	45
3.3 Populasi dan Sampel	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.5 Alat Ukur Data	50
3.6 Teknik Analisis Data	51
3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	52

3.6.2 Metode Analisis Data.....	53
3.6.3 Uji Hipotesis	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	55
4.1.2 Visi Dan Misi PT. Kaltim Diamond Coal	56
4.1.3 Struktur Organisasi Departemen.....	56
4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1 Karakteristik Responden.....	58
4.2.2 Penyajian Tabel Penelitian.....	66
4.3 Analisis dan Pembahasan	81
4.3.1 Uji validitas.....	81
4.3.2 Uji reabilitas.....	82
4.3.3 Analisis Regresi Sederhana	82
4.3.4 Uji T atau Parsial	83
4.3.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	84

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	85
5.2 Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Penumpang Bus Antar Jurusan pada Terminal Lempake Kota Samarinda Tahun 2019.....	6
Tabel 1.2 Jadwal Berangkat Bus Samarinda Bontang	7
Tabel 1.3 Data Jumlah Penumpang Bus Jurusan Kota Samarinda Bontang pada Terminal Lempake Tahun 2019	7
Tabel 2.1 Kajian Empiris	37
Tabel 3.1 Definisi Operasional	45
Tabel 3.2 Range Skor Jawaban Penelitian	51
Tabel 4.2 Tersedianya sarana dan prasarana di lokasi bus di Terminal Bus Lempake Kota menunjang kualitas layanan?	68
Tabel 4.3 Apakah petugas dalam memberikan pelayanan pembelian tiket dilakukan secara cepat?.....	68
Tabel 4.4 Apakah keberangkatan Bus konsisten dengan jadwal keberangkatan?.....	69
Tabel 4.5 Apakah petugas di terminal tanggap dalam mengatasi masalah yang timbul?.....	70
Tabel 4.6 Apakah petugas terminal memiliki kemampuan dalam menyampaikan informasi kepada pengguna jasa angkutan bus?	71
Tabel 4.7 Apakah karyawan angkutan bus memiliki kemampuan dan keahlian teknis sehingga cepat mengatasi permasalahan teknis yang terjadi?.....	71
Tabel 4.8 Apakah karyawan angkutan bus memberi jaminan keamanan kepada penumpang bus?	72
Tabel 4.9 Apakah karyawan terminal bus lempake memiliki kepedualian terhadap penumpang bus?.....	73
Tabel 4.10 Apakah petugas terminal lempake memiliki kemampuan berkomunikasi dengan penumpang bus?	74
Tabel 4.11 Puas dengan perhatian petugas dalam memberikan pelayanan	

kepada penumpang?	75
Tabel 4.12 Puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak petugas terminal bus?	75
Tabel 4.13 Sering menggunakan jasa angkutan umum?.....	76
Tabel 4.14 Merasa puas dengan layanan jasa angkutan umum?.....	77
Tabel 4.15 Sering merekomendasikan kepada orang lain atas jasa pelayanan yang diberikan di terminal bus lempake?.....	77
Tabel 4.16 Merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak petugas terminal angkutan umum lempake?	78
Tabel 4.17 Dalam menerima layanan di Terminal Bus Lempake sesuai dengan harapan?.....	79
Tabel 4.18 Apakah dengan ketersediaan fasilitas sesuai dengan harapan pengguna layanan terminal angkutan umum lempake?	80
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas.....	81
Tabel 4.20 Hasil Uji Reabilitas	82
Tabel 4.21 Hasil Regresi Sederhana	83
Tabel 4.22 Hasil Uji T atau Parsial	83
Tabel 4.23 Koefisien Determinasi (R^2).....	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini persaingan bisnis antar perusahaan baik dipasar domestik atau dipasar internasional semakin tinggi. Makin tingginya tingkat pendidikan dan keadaan sosial ekonomi masyarakat, maka kebutuhan dan tuntutan masyarakat akan jasa pelayanan tampak semakin meningkat pula. Untuk dapat memenuhi kebutuhan dan tuntutan tersebut, tidak ada upaya lain yang dapat dilakukan, kecuali menyelenggarakan pelayanan jasa yang sebaik-baiknya.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk yang padat pada tahun 2018 mencapai 265 juta jiwa, jumlah tersebut terdiri dari 133,17 juta jiwa laki laki dan 131,88 juta jiwa perempuan berdasarkan proyeksi Badan Perencanaan Nasional (Bappenas) 2013. Berdasarkan survei penduduk antar sensus (Supas) 2015 jumlah penduduk Indonesia pada 2019 diproyeksikan mencapai 266,91 juta jiwa. Menurut jenis kelamin, jumlah tersebut terdiri atas 134 juta jiwa laki-laki dan 132,89 juta jiwa perempuan. Indonesia saat ini sedang menikmati masa bonus demografi di mana jumlah penduduk usia produktif lebih banyak dari usia tidak produktif, yakni lebih dari 68% dari total populasi. Masyarakat Indonesia sendiri banyak yang membutuhkan transportasi umum untuk melakukan aktivitas berpergian dari tempat satu ke tempat lainnya maupun daerah-daerah yang hendak mereka kunjungi. Sehingga transportasi merupakan suatu sarana berpergian yang tergolong sangat penting dan dibutuhkan oleh masyarakat. Transportasi yang ada di Indonesia yang dapat digunakan oleh

masyarakat terdiri dari transportasi udara, laut dan darat. Transportasi darat secara umum sangat banyak digunakan oleh masyarakat untuk bepergian mulai dari roda dua hingga roda enam. Tak sedikit pula yang memilih menggunakan kendaraan roda enam seperti bus untuk berpergian keluar kota melalui jalur darat.

Bus di Indonesia banyak diminati oleh beberapa kalangan, karena bus memiliki jarak antar daerah yang mengangkut penumpang dari jurusan antar kabupaten, kota dan provinsi. Penyedia jasa transportasi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat ada kaitannya dengan permintaan akan jasa transportasi secara menyeluruh. Setiap mode transportasi mempunyai sifat, karakteristik dan aspek teknis yang berbeda. Hal ini akan mempengaruhi terhadap jasa-jasa angkutan yang ditawarkan oleh penyedia jasa transportasi.

Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Tidak ada perusahaan yang mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelayanan yang memuaskan. Maka dari itu, perusahaan harus bekerja keras untuk dapat memuaskan keinginan pelanggan sehingga dapat memenangkan persaingan yang ada serta membawa dampak yang positif terhadap kemajuan perusahaan. Salah satu hal terpenting dalam bidang jasa yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan yaitu pelayanan yang baik.

Dalam dunia bisnis yang bergerak di bidang jasa, kepuasan pelanggan merupakan faktor yang dominan dan menentukan dalam mempertahankan maupun menumbuh-kembangkan perusahaan. Menurut Sudarmo (2002:181) suatu produk yang dihasilkan perusahaan akan mencerminkan keberhasilan perusahaan

tersebut di mata konsumen. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, kemungkinan akan menjadi pelanggan setia, bahkan dapat dijadikan media promosi gratis. Demikian pula sebaliknya pelanggan yang tidak puas bisa dengan mudah pindah ke perusahaan lain atau menggunakan jasa lain.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang pada saat ini khusus dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan (Kotler dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2008).

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan akan suatu jasa sebagai akhir dari suatu proses penjualan memberikan dampak tersendiri kepada perilaku pelanggan dalam melakukan pembelian ulang. Bagaimana pelanggan dalam mengekspresikan produk yang dipakainya dan jasa yang diperolehnya, serta perilaku lain yang menggambarkan reaksi konsumen atas layanan jasa yang dirasakan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, diantaranya dapat meningkatkan loyalitas dan mencegah perputaran, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, meningkatkan efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis.

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006:182), yaitu: *Tangibles* atau bukti fisik adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang

dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dan pelayanan yang diberikan. *Reliability*, atau kehandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. *Responsiveness* atau ketanggapan adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. *Assurance* atau jaminan dan kepastian adalah pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan, yang terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. *Empathy* adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan konsumen secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Pada kenyataannya, saat ini masih banyak ditemukan perusahaan yang hanya mencari keuntungan saja. Perusahaan berlomba-lomba menjadi yang terdepan dan memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya dengan berbagai macam cara yang dilakukan agar dapat menunjang kelancaran kegiatan perusahaan. Banyak perusahaan transportasi yang menawarkan dan berusaha merebut minat konsumen untuk menggunakan produk dan atau jasa yang ditawarkan dari sebuah perusahaan transportasi. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai

dengan keinginan konsumen. Hal ini disebabkan kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa itu diberikan. Disisi lain perusahaan kurang memperhatikan kebutuhan dan apa yang diinginkan oleh pelanggannya. Masih kurang memperhatikan aspek pelayanan yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga membuat kualitas jasa yang dihasilkan menjadi rendah dan tidak memuaskan para pelanggan. Hal ini membuat pelayanan perusahaan tersebut menjadi buruk di mata pelanggan tersebut dan akhirnya merugikan perusahaan itu sendiri.

Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya. Penilaian akan kualitas layanan Menurut Tri (2017) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Pada Daerah Provinsi Kalimantan Timur tepatnya di Kota Samarinda terdapat beberapa terminal bus yaitu Terminal Sungai Kunjang yang berada di Jl. Untung Suropati, Karang Asam Ulu; Terminal Bus Banjarmasin di Jl. Bung Tomo, Sungai Keledang Samarinda Seberang dan Terminal Bus Lempake Jalan Kebon Agung Gunung Lingai, Kecamatan Sungai Pinang Kota Samarinda yang saat ini menjadi pilihan objek penelitian bagi penulis. Terutama dalam hal

menyediakan layanan jasa transportasi angkutan umum antar kota dan layanan pengiriman paketan barang maupun dokumen. Pelayanan sangat dibutuhkan dalam suatu transportasi umum agar penumpang atau pengguna bus merasa puas atau mendapatkan kenyamanan yang diberikan oleh pihak Terminal Bus Lempake Kota Samarinda yang memiliki 2 Jurusan antar daerah. Berikut data jumlah penumpang Bus antar Jurusan pada Terminal Lempake di Kota Samarinda.

Tabel 1.1 Data Jumlah Penumpang Bus Antar Jurusan pada Terminal Lempake Kota Samarinda Tahun 2019

NO	JURUSAN BUS	JUMLAH PENUMPANG
1.	Samarinda – Bontang	59,146 Jiwa
2.	Samarida – Sangatta	51,366 Jiwa

Sumber Data : Dinas Perhubungan Terminal Lempake 2019

Berdasarkan data diatas, jumlah penumpang Jurusan Samarinda Bontang 2019 memiliki penumpang yang sangat besar atau dominan yaitu sebanyak 59,146 jiwa dibandingkan dengan jurusan Samarinda Sangatta. Hal ini dikarenakan, pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola untuk memenuhi kebutuhan serta mewujudkan harapan mereka sehingga membuat penumpang atau konsumen merasa puas untuk menggunakan jasa Bus Jurusan Samarinda Bontang.

Bertambahnya jumlah penduduk dan kompleksitas kehidupan yang semakin meningkat, menyebabkan kebutuhan akan jasa transportasi semakin meningkat. Hal ini ditanggapi oleh para pelaku bisnis transportasi untuk berusaha memenuhi kebutuhan tersebut, dengan menambah armadanya. Berdasarkan data dari dinas perhubungan Kota Samarinda bahwa terdapat 34 bus untuk Jurusan Kota Samarinda-Bontang yang beroperasi setiap hari dan memiliki jadwal keberangkatan sebagai berikut:

Tabel 1.2 Jadwal Berangkat Bus Samarinda Bontang

NO	ARMADA BUS	JAM OPERASIONAL				
		I	II	III	IV	V
1.	PO BONE INDAH JAYA	07.00	09.30	12.00	14.30	17.00
2.	PO GELORA EXPRESS	07.25	09.55	12.25	14.55	17.25
3.	PO ARAFAT TRANSPORT	07.50	10.20	12.50	15.20	17.50
4.	PERUM DAMRI	08.15	10.45	13.15	15.45	18.15
5.	PO JAHE RAYA	08.40	11.10	13.40	16.10	18.40
6.	PO SAPULIDI BERSAUDARA	09.05	11.35	14.05	16.35	19.05

Sumber Data : Terminal Bus Lempake Kota Samarinda

Berdasarkan data diatas maka dapat dilihat bahwa Bus Jurusan Kota Samarinda-Bontang memiliki jadwal yang padat, yaitu terdiri dari lima jam operasional setiap harinya. Jadwal tersebut sudah diatur oleh pihak pengelola dan telah mendapatkan pengawasan sehingga dapat berjalan dengan baik dan tertib.

Berikut data jumlah penumpang Bus Jurusan Samarinda-Bontang dalam kurun waktu satu tahun.

Tabel 1.3 Data Jumlah Penumpang Bus Jurusan Kota Samarinda Bontang pada Terminal Lempake Tahun 2019

No.	Bulan	Kendaraan		Penumpang	
		Tiba	Berangkat	Tiba	Berangkat
1.	Januari	140	184	2,052	3,211
2.	Februari	129	165	1,833	2,701
3.	Maret	139	156	2,032	3,076
4.	April	112	152	1,503	2,281
5.	Mei	129	170	1,945	2,903
6.	Juni	170	179	2,774	3,516
7.	Juli	154	159	2,133	3,092
8.	Agustus	176	168	2,666	2,144
9.	September	201	222	2,830	3,557
10.	Oktober	146	147	2,013	2,511
11.	November	96	142	1,384	2,337
12.	Desember	107	161	1,669	2,983
Total		1,699	2,005	24,834	34,312

Sumber Data : Dinas Perhubungan Terminal Lempake 2019

Berdasarkan data diatas bahwa jumlah penumpang atau pengguna Bus Jurusan Samarinda Bontang setiap bulannya lebih dari 1.000 penumpang bahkan dari beberapa bulan tertentu mengalami peningkatan, hal ini tidak luput dari upaya dan pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola bus yang telah memberikan pelayanan terbaik agar penumpang atau pengguna jasa merasakan kepuasan dalam menggunakan jasa ini. Penumpang yang menggunakan jasa bus tersebut terdiri dari mahasiswa/pelajar, karyawan dan masyarakat umum. Berdasarkan survei dan pra penelitian di lapangan terdapat beberapa penumpang yang mengungkapkan atas pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola. Pra Penelitian ini telah dibuktikan pada penumpang bus yang akan berangkat menuju Kota Bontang, diperoleh informasi bahwa penumpang yang telah menggunakan jasa ini mengungkapkan bus yang ia tumpangi nyaman dengan pelayanan pembelian tiket yang mudah tanpa harus mengantri dan tersedianya fasilitas yang memadai seperti *AC (air conditioner)*, plastik tempat muntah, bagasi bus yang besar, musik dan lagu beragam yang menemani sepanjang perjalanan, sopir bus yang ramah, ketepatan waktu perjalanan tepat dan ketepatan tiba di tujuan, dan lain-lain.

Pelayanan yang telah diberikan oleh pihak pengelola terhadap penumpang akan memberikan pengaruh yang besar terhadap keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh pihak pengelola dari segi fisik maupun non fisik. Pihak pengelola selalu memberikan pelayanan semaksimal mungkin ketika penumpang sedang bertransaksi tiket antar jurusan, kondisi kursi penumpang yang nyaman agar penumpang dapat menikmati perjalanan sampai di tujuan.

Berdasarkan keterangan diatas sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang Pada Terminal Lempake Di Kota Samarinda.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda. Penulis merumuskan permasalahan yang dituangkan dalam pertanyaan, sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti pada Terminal Lempake di Kota Samarinda dengan tujuan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan pada Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda.

2. Kepuasan pelayanan pada Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan terus memberikan manfaat dikemudian hari baik bagi peneliti maupun pihak lain yang akan menggunakannya. Manfaat penelitian itu antara lain :

1. Secara akademis, melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, menambah wawasan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran dan memperkaya, ataupun dapat menjadi tambahan pembendaharaan kepustakaan bagi pengembangan dan pemahaman ilmu pengetahuan pada umumnya dan terutama bagi jurusan ilmu administrasi bisnis khususnya studi yang berkaitan mengenai kualitas pelayanan. Sebagai penyelesaian tugas akhir mata kuliah seminar bisnis sebagai ujian akhir semester.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis sebagai bekal dalam bekerja dikemudian hari dan sebagai bahan referensi pengetahuan mahasiswa tentang kepuasan pelanggan. Mahasiswa diharapkan dapat mengetahui pentingnya kepuasan pelanggan.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pelayanan terminal bus di Lempake Kota Samarinda yang dapat digunakan sebagai berikut:
 - a. Bahan evaluasi terhadap upaya-upaya yang telah ditempuh perusahaan.
 - b. Bahan pertimbangan dalam penyusunan strategi perusahaan untuk waktu yang akan datang khususnya dalam strategi kepuasan pelanggan dan dapat digunakan sebagai bahan masukan dengan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pentingnya kepuasan pelanggan serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

BAB II

KERANGKA DASAR TEORI

2.1 Teori dan Konsep

Teori adalah seperangkat konsep, asumsi, dan generalisasi yang dapat digunakan untuk mengungkapkan dan menjelaskan perilaku dalam berbagai organisasi sedangkan Konsep merupakan abstrak, entitas mental yang universal yang menunjuk pada kategori atau kelas dari suatu entitas, kejadian atau hubungan (Sugiyono, 2010:55).

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu upaya mengantar perusahaan mencapai tujuan melalui pemenuhan kebutuhan-kebutuhan manusia. Pemasaran meliputi berbagai kegiatan yang terkait dengan upaya menyampaikan produk kepada konsumen di antaranya penetapan harga, penentuan produk sesuai keinginan konsumen, kegiatan distribusi dan kegiatan promosi. Untuk melakukan pemasaran, maka manajer pemasaran sebagai salah satu fungsi perusahaan harus mengenali seluk-beluk kebutuhan manusia dengan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Menurut Basu Swastha (2008:5) adalah “Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial”.

Pengertian pemasaran ini mencakup kegiatan yang sangat luas, bukan

hanya sekedar kegiatan distribusi dan penjualan semata-mata, tetapi meliputi segala aktifitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat baik berupa barang maupun jasa, dalam rangka mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan. Setiap manusia yang terlibat dalam dunia pemasaran, ingin mengembangkan profesinya, oleh sebab itu sangatlah diperlukan gambaran yang jelas tentang arti dan prinsip-prinsip pemasaran. Untuk mengetahui lebih jelas tentang arti dan prinsip-prinsip pemasaran.

Dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu kegiatan bisnis yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan masyarakat. Pemasaran melibatkan semua orang dalam perusahaan yang bekerja untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, orientasi ini semakin disadari sebagai kunci peningkatan manajemen pemasaran untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya.

2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran dalam (Philip Kotler,2001:13) adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pembeli untuk tujuan mencapai objektif organisasi.

Menurut Sofjan Assauri (2013:12), adalah “Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun,

dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang”.

Adapun menurut Sofjan Assauri (2013:12), adalah “Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang”.

Selanjutnya Menurut Tjiptono (2011:2), manajemen pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran tidak hanya menitikberatkan pada penetapan harga, komunikasi, distribusi, melayani pasar sasaran, dan penawaran produk berdasar keinginan kebutuhan pasar saja, tetapi juga mengatur tenaga kerja, waktu, dan sifat permintaan yang menyangkut barang dan jasa atau benda lain yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

2.1.3 Pengertian Jasa

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar-menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang ataupun logam mulia. Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, maka semakin dibutuhkan suatu alat yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang. Disamping itu

manusia juga memerlukan jasa yang mengurus hal-hal tertentu, sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran.

Secara garis besar, konsep jasa atau pelayanan (*service*) mengacu pada tiga lingkup definisi utama, yaitu industri, output atau penawaran, dan proses. Dalam konteks industri, istilah jasa digunakan untuk menggambarkan berbagai sub-sektor dalam kategorisasi aktivitas ekonomi, seperti transportasi, finansial, perdagangan ritel, *personal service*, kesehatan, pendidikan, dan layanan publik. Dalam lingkup penawaran, jasa dipandang sebagai produk *intangible* yang outputnya lebih berupa aktivitas ketimbang obyek fisik. Sebagai proses, jasa mencerminkan penyampaian jasa inti, interaksi personal, kinerja (*performances*) dalam arti luas, serta pengalaman layanan (Fandy Tjiptono, 2011:13)

Adapun definisi jasa menurut Philip Kotler (2001:602) adalah: Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.

Selanjutnya Menurut Haksever dalam Wahyu Ariani (2009:11), jasa atau pelayanan (*service*) merupakan kegiatan ekonomi yang menghasikan waktu, tempat, bentuk, dan kegunaan psikologis. Sedangkan menurut Edvardsson dalam Wahyu Ariani (2009:11), jasa atau pelayanan adalah kegiatan, proses, dan interaksi, serta merupakan perubahan dalam kondisi orang atau sesuatu dalam kepemilikan pelanggan merupakan kegiatan, perbuatan, atau kinerja

yang bersifat tidak nampak. Jasa juga merupakan struktur komprehensif, bukan tunggal, dan secara konsisten digunakan secara unidimensional.

Dapat disimpulkan bahwa didalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen (jasa), meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Sedangkan karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut (Tjiptono, 2004:15):

1. Tidak berwujud (*Intangible*)

Produk jasa sebagai bentuk kegiatan dan keuntungan dari suatu pihak ke pihak lain tidak memungkinkan kepemilikan terhadap produk tersebut.

2. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Kegiatan jasa tidak bisa dipisahkan dari pemberi jasa, baik perorangan maupun organisasi.

3. Keanekaragaman (*Variability*)

Mutu jasa yang diberikan oleh tenaga manusia atau peralatan bisa berbeda-beda tergantung pada siapa yang memberi, waktu dan tempat jasa yang dipasarkan tersebut.

4. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Sifat ini berbeda dengan produk fisik yang bisa diproduksi dan disimpan dalam bentuk persediaan. Jasa tidak bisa disimpan dalam bentuk persediaan dan pada dasarnya langsung dikonsumsi pada saat membeli.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya, karakteristik jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau

konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah.

2.1.4 Kualitas Pelayanan

Salah satu upaya untuk menciptakan, memperhatikan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan adalah dengan memberikan jasa yang berkualitas secara konsisten dan nilai yang lebih baik pada setiap kesempatan serta memberikan jasa yang lebih unggul dari pesaing. Apabila strategi di atas dapat dilakukan pelanggan akan dapat merasakan kepuasan atas jasa yang telah diterimanya (*perceived service*). Karena itu pelanggan akan dapat memiliki persepsi positif atas jasa yang bersangkutan. Dalam kondisi yang demikian besar kemungkinan pelanggan akan memiliki kesan yang sangat baik atas jasa tersebut mereka akan kembali pada perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Tjiptono & Chandra (2011:164), Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya.

Menurut Tjiptono (2007) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Menurut Vargo & Lusch dalam Tjiptono (2011 : 3), "*Service is an*

interactive process of doing something for someone". Diartikan bahwa layanan/jasa merupakan proses interaksi dalam melakukan sesuatu kepada seseorang.

Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Parasuraman dalam Fandy Tjiptono (2011 : 157), terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen dengan memberikan pelayanan kepada konsumen pada saat berlangsung dan sesudah transaksi berlangsung.

2.1.4.1 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2011:174-175) terdapat lima dimensi kualitas jasa yang dijadikan pedoman oleh pelanggan dalam menilai kualitas jasa, yaitu:

1. *Tangibles* (bukti fisik) yang mencerminkan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (kehandalan), mencakup kemampuan menghasilkan jasa sesuai dengan standar secara teliti dan dapat diandalkan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kesediaan membantu nasabah dan memberikan jasa dengan segera.
4. *Assurance* (jaminan), meliputi pengetahuan/ketrampilan, kejujuran, kesopanan dan sikap bersahabat dari para staff serta jaminan bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan pelanggan.
5. *Empaty* (empati) yang mencakup kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.

Kualitas layanan itu sendiri dinilai oleh penerima bukanlah dari ukuran penyedia jasa seperti yang diungkapkan oleh Tjiptono & Chandra (2011:180), “Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelanggan (bukan penyedia jasa) yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan”.

2.1.4.2 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Dalam meningkatkan kualitas jasa, banyak faktor yang perlu diperhatikan. Faktor-faktor tersebut perlu mendapat perhatian, faktor tersebut yaitu (Fandy Tjiptono, 2004:88):

1. Mengidentifikasi Determinan Utama Kualitas Jasa

Setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas yang terbaik kepada pelanggannya. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan utama kualitas jasa dari sudut pandang pelanggan. Oleh karena

itu langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan riset untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting bagi pasar sasaran. Langkah selanjutnya adalah memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut.

2. Mengelola Harapan Pelanggan

Tidak jarang perusahaan berusaha melebih-lebihkan pesan komunikasinya kepada pelanggan dengan maksud agar mereka terpicat. Hal seperti ini dapat menjadi bumerang bagi perusahaan. Semakin banyak janji yang diberikan, maka semakin besar pulaharapan pelanggan (bahkan bisa menjurus menjadi tidak realistis) yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhinya harapan pelanggan oleh perusahaan.

3. Mengelola Bukti (*evidence*) Kualitas Jasa

Pengelolaan bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Oleh karena itu jasa merupakan kinerja dan dapat dirasakan sebagaimana halnya barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan faktor-faktor *tangibles* yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

4. Mendidik Konsumen Tentang Jasa

Membantu pelanggan dalam memahami suatu jasa merupakan upaya yang sangat positif dalam rangka menyampaikan kualitas jasa. Pelanggan yang lebih terdidik akan dapat mengambil keputusan secara lebih baik.

5. Mengembangkan Budaya Kualitas

Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan kondusif bagi pembentukan dan penyempurnaan kualitas secara terus-menerus. Budaya kualitas terdiri dari filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang meningkatkan kualitas.

6. Menciptakan *Automating Quality*

Adanya otomatisasi dapat meningkatkan variabilitas kualitas jasa yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki. Sebelum melakukan otomatisasi perusahaan perlu melakukan penelitian secara seksama untuk menentukan bagian yang memerlukan sentuhan manusia dan bagian yang memerlukan otomatisasi. Perlu dihindari otomatisasi yang mencakup keseluruhan jasa.

7. Menindaklanjuti Jasa

Menindaklanjuti jasa dapat membantu memisahkan aspek-aspek jasa yang perlu ditingkatkan. Perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk menghubungi sebagian atau semua pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap jasa yang diberikan. Perusahaan dapat pula memberikan kemudahan untuk berkomunikasi, baik menyangkut kebutuhan atau keluhan mereka.

8. Mengembangkan Sistem Informasi Kualitas Jasa

Sistem informasi kualitas jasa merupakan suatu sistem yang menggunakan berbagai macam pendekatan riset secara sistematis untuk

mengumpulkan dan menyebarkan informasi kualitas jasa yang mendukung pengambilan keputusan.

2.1.4.3 Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Untuk menciptakan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan jasa untuk memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama yang berlaku baik bagi perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Keenam prinsip tersebut sangat bermanfaat dalam membentuk dan mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh pemasok, karyawan dan pelanggan.

Enam prinsip tersebut meliputi (Scheuing dan Christoper dalam Tjiptono, 2011:196):

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 dari manajaer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualiti-

tas, 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 organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan 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 (*Total Human Reward*)

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu di beri 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.

2.1.5 Kepuasan Pelanggan

2.1.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performance kita atau perusahaan. Perusahaan yang bergerak di bidang barang/ jasa perlu memberikan pelayanan yang maksimal untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Pada dasarnya pelanggan memiliki hak untuk memperoleh kompensasi yang terbaik atas yang telah dibayarkan.

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 138) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Adapun menurut Oxford Advanced Learner's Dictionary (dalam Tjiptono dan Chandra, 2011 : 292) mendeskripsikan kepuasan sebagai "*the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen*" and "*the act of fulfilling a need or desire*". Dalam arti bahwa kepuasan adalah perasaan menyenangkan yang dimiliki saat mendapatkan sesuatu atau ketika sesuatu yang diinginkan terjadi dan aksi terpenuhinya kebutuhan dan keinginan.

Dari berbagai definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian ke-

puasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja (kenyataan) atau hasil yang dirasakan atas pengguna produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Oleh karena itu penting sekali bagi perusahaan untuk memuaskan pelanggan, karena pada dasarnya penjualan berasal dari dua kelompok yaitu: pelanggan baru dan pelanggan ulang. Agak lebih sulit untuk mendapatkan pelanggan yang baru daripada mempertahankan pelanggan yang ada. Jadi mempertahankan pelanggan lebih penting daripada menarik pelanggan.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja (pelayanan) yang dirasakan dengan harapannya oleh Supranoto (dalam Idris, 2007:49). Julianto (dalam Idris, 2007:49) kepuasan pelanggan yaitu suatu tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah menikmati sesuatu. Sedangkan kepuasan dipandang sebagai reaksi emosional yang kompleks akibat dari adanya dorongan, keinginan, tuntutan dan harapan-harapan yang berhubungan dengan kenyataan yang dirasakan (Haryanti dalam Idris, 2007:49).

Jadi dapat disimpulkan dari tiga teori diatas, bahwa kepuasan pelanggan merupakan kesesuaian antara keinginan dan harapan dari para pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima, sedangkan tidak semua pelayanan yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan keinginan mereka, karena pada dasarnya semua keinginan seseorang berbeda-beda tingkatannya serta sifat alamiah manusia yang selalu tidak memiliki rasa puas.

Beberapa penulis memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan.

Perasaan puas pada pelanggan timbul ketika konsumen membandingkan persepsi mereka mengenai performans produk atau jasa dengan harapan mereka (Richard A. Spreng, dkk dalam Idris, 2007:50). Kepuasan dan tidak kepuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Tse dan Wilton dalam Ueltschy dan Krampf dalam Idris, 2007:50).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dalam Idris, 2007:50). Secara tidak langsung kepuasan pelanggan diartikan sebagai timbal balik yang didapatkan oleh seorang pelanggan atas biaya maupun nilai yang telah mereka bayar. Kepuasan yang dicapai oleh pelanggan sangat mempengaruhi mereka untuk kembali menggunakan jasa yang disediakan oleh sebuah instansi secara berkelanjutan atau tidak, maka dari itu peningkatan pelayanan harus menjadi prioritas yang berkesinambungan agar tercapainya suatu kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan, namun tidak dipungkiri pula terkadang pelanggan tidak selalu mendapatkan suatu pelayanan yang sesuai dengan keinginan serta harapan dari mereka (ketidakpuasan).

2.1.5.2 Konsep – Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diukur dari enam konsep inti (Fandy Tjiptono, 2004:101), yaitu:

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan suatu jasa tertentu. Ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap jasa para pesaing.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Proses semacam ini terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectation*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidakesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan.

4. Minat Pembelian Ulang (*Repurchase Intent*)

Kepuasan pelanggan diukur secara *behavioral* dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan menggunakan jasa perusahaan lagi.

5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

6. Ketidaksiuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Beberapa macam aspek yang sering digunakan untuk mengetahui ketidaksiuasan pelanggan, meliputi: komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, *recall*, *word of mouth negatif*; dan *defections*.

Penerapan pola pelayanan yang tepat memerlukan pengetahuan mengenai beberapa perbedaan persepsi dan tanggapan konsumen. Kriteria kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan, konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan pada konsumen sesuai dengan harapan atau melebihi harapan konsumen. Kesesuaian dengan harapan atau perkiraan pelanggan inilah yang disebut kualitas, dalam hal ini kualitas pelayanan. Kotler dan Keller (2009:138-139) mengungkapkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan sikap, penilaian dan respon emosional yang ditunjukkan oleh konsumen setelah proses pembelian / konsumsi yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja aktual terhadap suatu produk dan harapannya, serta evaluasi terhadap pengalaman mengkonsumsi suatu produk dan jasa.

2.1.5.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler dalam Tjiptono (2004:148) menguraikan empat metode mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan seseorang atau beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian produk- produk tersebut.

3. *Lost Customer Service*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4. *Survey Kepuasan Pelanggan*

Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feed back*) secara langsung dari para pelanggan dan juga memberikan

tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian pada pelanggannya.

Tidak ada satupun ukuran tunggal terbaik mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak dalam enam konsep inti:

a. *Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (Overall Customer Satisfaction)*

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan. Kedua, menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk dan jasa para pesaing.

b. *Dimensi Kepuasan Pelanggan*

Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan kedalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam itu terdiri dari empat langkah. Pertama mengidentifikasikan dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan, kedua, meminta pelanggan menilai produk dan jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan pelayanan atau keramahan staf yang melayani pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta para pelanggan menentukan dimensi-dimensi

yang mana menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

c. Konfirmasi Harapan

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan.

d. Minat Pembelian Ulang

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

e. Kesiediaan Untuk merekomendasi

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama (seperti mobil, broker rumah, komputer tur keliling dunia) kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang paling penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

f. Ketidakpuasan Pelanggan

Beberapa macam aspek yang sering di telaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi: komplain, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, *recall*, *word of mounth negatif* dan defectio.

https://www.google.co.id/url?q=http://digilib.esaunggul.ac.id/public/ueu/journal-2218-r_a_nurlinda.pdf&sa diakses pada tanggal 09 Mei 2015.

2.1.5.4 Indikator Kepuasan Pelanggan

Karena sangat bergantungnya kepuasan pelanggan pada persepsi dan ekpektasi pelanggan, maka sebagai instansi maupun lembaga yang

menyediakan pelayanan perlu mengetahui indikator-indikator yang mempengaruhinya. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran.

Ada beberapa metode yang biasa digunakan perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumennya (Kotler dalam Tjiptono dalam Sumarwan, dkk, 2011:147), yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*Customer Oriented*) perlu menyediakan akses yang mudah serta nyaman bagi para konsumen untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka.
2. Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*) yaitu dengan mempekerjakan beberapa ghost shopper yang berperab atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan kemudian menilai cara perusahaan melayani permintaan spesifik konsumen, menjawab pertanyaan konsumen dan menangani setiap keluhan.
3. Analisis Konsumen Beralih (*Lost Customer Analysis*) sedapat mungkin perusahaan seharusnya menghubungi para konsumen yang telah beralih ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
4. *Survey* Kepuasan konsumen melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh

tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumennya.

Kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa pada perusahaan (Irawan dalam Suhaji, 2012:10). Indikator kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Perasaan puas
- b. Selalu menggunakan jasa
- c. Akan merekomendasikan kepada orang lain
- d. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah menggunakan jasa

Kepuasan pelanggan adalah batu penjurur bagi hubungan antara pemasaran dan manajemen dan sumber keunggulan kompetitif bagi organisasi (Claycomb, et al dalam Wibowo, 2013:15). Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperoleh pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai ekspektasi tertentu. Nilai ekspektasi tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk yang pernah dirasakannya.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator kepuasan pelanggan dapat dijadikan sebagai parameter sebuah instansi maupun lembaga untuk mengukur standar kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan agar tercapainya kesesuaian harapan yang diinginkan.

2.1.5.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan dalam kaitannya dengan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Tjiptono (2011:159) mengatakan bahwa ketidakpuasan pelanggan disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesalahan pencatatan transaksi. Sebaliknya, faktor eksternal yang di luar kendali perusahaan, seperti cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, aktivitas kriminal, dan masalah pribadi pelanggan.

Lebih lanjut dikatakan bahwa dalam hal terjadi ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan yang bisa dilakukan pelanggan, yaitu:

- a. Tidak melakukan apa-apa, pelanggan yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.
- b. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu:
 1. Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan.
 2. Tingkat ketidakpuasan pelanggan.
 3. Manfaat yang diperoleh.
 4. Pengetahuan dan pengalaman.
 5. Sikap pelanggan terhadap keluhan.
 6. Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi.
 7. Peluang keberhasilan dalam melakukan komplain.

Faktor pendukung yang tidak kalah pentingnya dengan kepuasan ialah-

faktor kesadaran para pejabat atau petugas yang berkecimpung dalam pelayanan umum, faktor aturan yang menjadi landasan kerja pelayanan, faktor organisasi yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan, factor pendapatan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup minimum, factor keterampilan petugas, dan faktor sarana dalam pelaksanaan tugas pelayanan.

2.2 Teori Penghubung Antar Variabel

2.2.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan landasan teori di atas dapat diketahui bahwa dalam membangun landasan yang kuat dalam menjalin hubungan yang baik dengan konsumen dibutuhkan kualitas pelayanan yang berkualitas. Pelayanan (*services*) merupakan sesuatu yang tidak dapat diciptakan secara tiba-tiba melainkan harus dibentuk secara perlahan-lahan. Pelayanan (*services*) mengacu pada konsumen yang memegang dengan erat suatu ingatan unik dalam ingatannya terhadap suatu produk atau jasa.

Pada perusahaan jasa, kemampuan memberikan kepuasan kepada pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang terdiri dari beberapa faktor (Fandy Tjiptono, 2004:26). Faktor tersebut terdiri atas: bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Hal tersebut hampir sama dengan yang diungkapkan oleh Kotler dan Keller dan Armstrong (2010: 7), yang menyatakan: “*Customer satisfaction is closely linked to quality. Quality has a direct impacton product performance*

and customer satisfaction. In the narrowest sense, quality can be defined as “freedom from defectors” but most customer’s centered company go beyond this narrow definition of quality. Instead, they defined quality in terms of customer satisfaction”. Dalam arti bahwa jika suatu perusahaan yang dapat menghasilkan kualitas pelayanan dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut telah dapat memuaskan pelanggannya dan dapat juga disebut perusahaan yang berkualitas.

2.3 Kajian Empiris

Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terlebih dahulu dan menjadi rujukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Kajian Empiris

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Tri Ulfa Wardani, 2017. <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara).</i> ”	X1 = Tangible X2 = Reliability X3 = Responsiveness X4 = Assurance X5 = Emphaty Y = Kepuasan Konsumen	Tangible dan assurance tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Reliability berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Responsiveness memiliki pengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.	Penelitian terdahulu menggunakan teknik purposive sampling dan menentukan sampel dari suatu populasi menggunakan rumus slovin sedangkan pada penelitian penulis

Lanjutan Tabel 2.1 Kajian Empiris

			Emphaty memiliki pengaruh positif akan tetapi tidak	menggunakan teknik aksidental
			berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan kualitas pelayanan (tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty) terhadap kepuasan konsumen.	Sampling dan menentukan sampel dari suatu populasi dengan menggunakan pendapat dari Wibisono. Teknik pengumpulan data peneliti terdahulu dengan kuesioner dan studi pustaka sedangkan penulis dengan wawancara, kuesioner, observasi, dan penelitian kepustakaan. Teknik analisis data pada penelitian terdahulu menggunakan analisis regresi berganda, sedangkan

Lanjutan Tabel 2.1 Kajian Empiris

				penulis menggunakan analisis regresi sederhana.
2.	Safira Farizah Nasbir, 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets.”	X1 = Reliability X2 = Responsiveness X3 = Emphaty X4 = Assurance X5 = Tangible Y = Kepuasan Konsumen	Variabel kualitas pelayanan yang meliputi X1, X2, X3, X4, dan X5 berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada Salon Hair Nets Kendari.	Penelitian terdahulu menggunakan teknik sampling kuota sedangkan penelitian penulis menggunakan teknik aksidental sampling.
3.	Fitri Madona, 2017. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.”	X1 = Tangible X2 = Reliability X3 = Responsiveness X4 = Assurance X5 = Emphaty Y = Kepuasan Konsumen	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang dan dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan dari Bank Syariah Mandiri maka hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga nasabah akan semakin merasa senang dan puas terhadap layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Kantor	Peneliti terdahulu menggunakan teknik simple random sampling dengan rumus slovin dan sebanyak 91 responden, sedangkan penulis menggunakan teknik aksidental sampling dengan 97 responden. Peneliti terdahulu hanya menggunakan metode

Lanjutan Tabel 2.1 Kajian Empiris

			Cabang 16 Ilir Palembang.	kuesioner saja.
4.	Wendi Ardiawan Happy, 2009. <i>“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Luwes Loji Wetan Solo).”</i>	X1 = Kehandalan X2 = Daya tanggap X3 = Jaminan X4 = Empati X5 = Bukti langsung Y = Kepuasan Pelanggan	Secara simultan semua variabel independen mempunyai hubungan terhadap kepuasan pelanggan. Kelima variabel tersebut mampu memberikan sumbangan secara bersama-sama terhadap variabel terikat sebesar $R^2 = 77,3\%$ sedangkan sisanya sebesar 22,7% merupakan variabel lain diluar model yang diteliti. Hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa bukti langsung (X5) merupakan variabel yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan besarnya koefisien korelasi bukti langsung (X5) sebesar 0,801 yang	Peneliti terdahulu menggunakan teknik convencienc e sampling. Peneliti terdahulu pada metode pengumpulana data tidak menggunakan penelitian kepustakaan, yaitu menggunakan perpustakaan sebagai sarana pengumpulana data sekunder sebagai dasar teori konsep yang penulis gunakan dalam penulisan dan data-data yang mendukung penelitian. Analisis data pada penelitian

Lanjutan Tabel 2.1 Kajian Empiris

			merupakan nilai koefisien korelasi yang paling signifikan dibandingkan variabel lainnya dan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} ($12,545 > 1,97$).	terdahulu dengan analisis regresi linear berganda.
5.	Dewi Puspita Rini, 2014. <i>“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Honda Mugen Puri PT. Mitrausaha Gentaniaga Jakarta.”</i>	X1 = Keandalan X2 = Ketanggapan X3 = Jaminan X4 = Simpati X5 = Bukti Fisik Y = Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian ditemukan bahwa faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah variabel keandalan (reliability), jaminan (assurance), dan bukti fisik (tangibles).	Peneliti terdahulu menggunakan rumus Slovin dengan 100 responden. Peneliti terdahulu menggunakan teknik analisis data dengan analisis linear berganda.

Sumber Data : Wardani (2017), Nasbir (2017), Madona (2017), Happy (2009), Rini (2014)

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan kebenaran pada tingkat teori yang sementara diterima sambil menunggu dilakukan pengujian menggunakan data-data yang dikumpulkan. Hipotesis dugaan diajukan berdasarkan argumentasi kebenaran yang dibangun dalam kerangka berpikir dan kerangka berpikir merupakan kesimpulan kebenaran yang ditarik secara logis dari teori-teori secara empiris (Purwanto, 2008:140).

Berdasarkan perumusan masalah maka dalam penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis I Kualitas Pelayanan

Ho : Tidak terdapat kualitas pelayanan terhadap Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda.

Ha : Terdapat kualitas pelayanan terhadap Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda.

Hipotesis II Kepuasan Pelanggan

Ho : Tidak terdapat kepuasan pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda.

Ha : Terdapat kepuasan pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda.

Hipotesis ke III Secara Simultan

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelanggan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda.

Ha : Terdapat pengaruh kualitas pelanggan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda.

Hipotesis IV Secara Parsial

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelanggan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda.

Ha : Terdapat pengaruh kualitas pelanggan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake di Kota Samarinda.

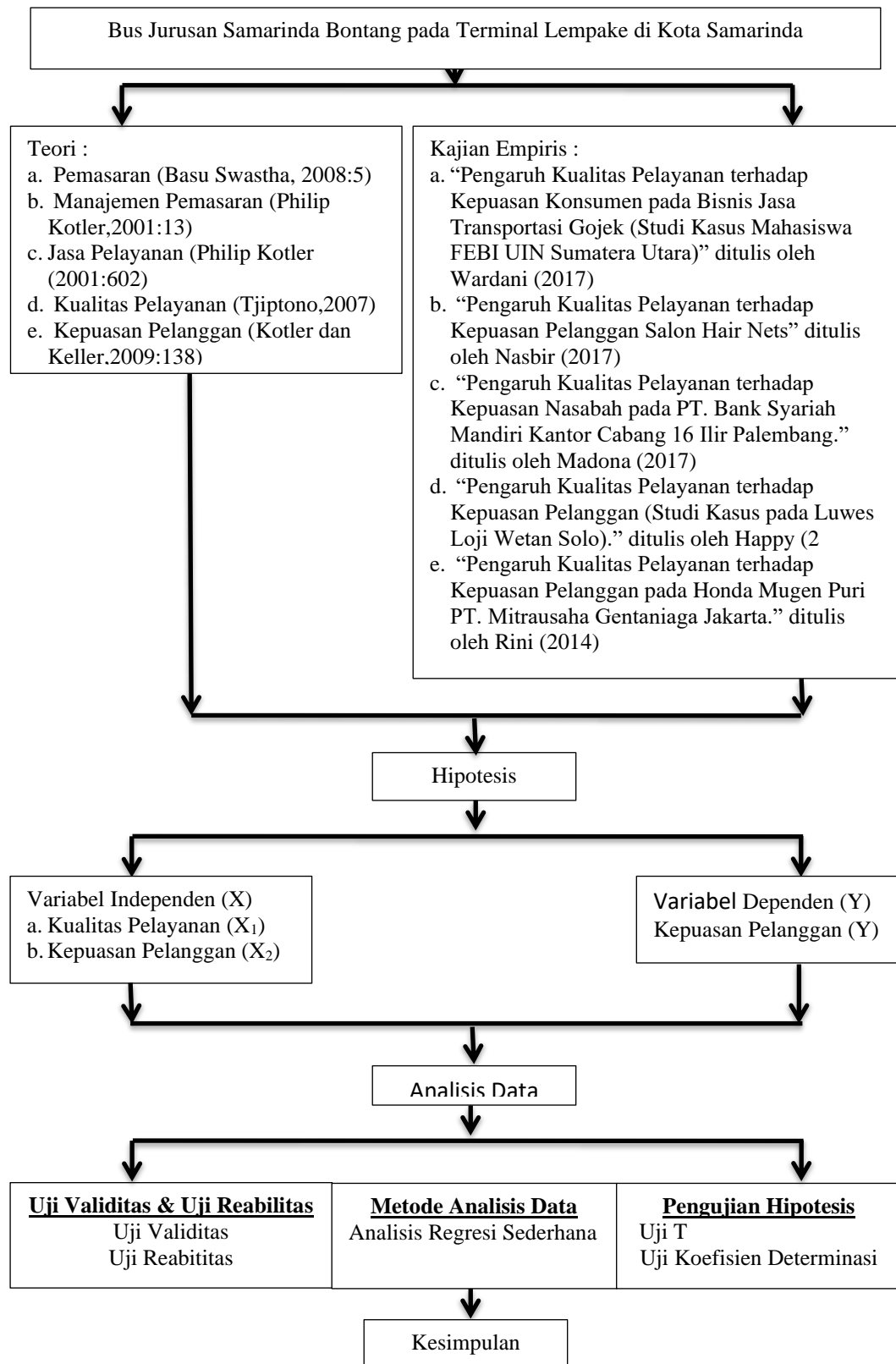
2.5 Definisi Konseptional

Dalam definisi konseptional akan dikemukakan batasan mengenai konsep konsep judul yang menjadi topik permasalahan dalam penelitian ini. Maka penulis akan merumuskan definisi konseptional menurut variabel yang diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen, Tjiptono (2007).
2. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka, Kotler dan Keller (2009:138).

2.6 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono,2010:60). Kerangka pikir dalam penelitian ini dapat di lihat pada gambar berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian
Sumber : Data diolah 2021

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis menggunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian pendekatan deskriptif kuantitatif dan jenis penelitian studi kasus yang didukung dengan survei atau angket dan wawancara. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2005:7). Dalam hal ini survei dilakukan untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Terminal Bus Jurusan Samarinda Bontang di Kota Samarinda. Hasil penelitian ini hanya terbatas pada obyek yang diteliti, jadi tidak berlaku umum. Sifat penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*Explanatoring Research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk memaparkan dan menjelaskan sifat suatu keadaan yang sedang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari gejala tersebut. Tingkat ukuran yang dipakai dalam pengukuran variabel adalah dengan skala Likert, dimana seorang responden dihadapkan pada beberapa pertanyaan kemudian diminta memberikan jawabannya (Algifari, 2001). Hasil perhitungan dari skor atau nilai kemudian digunakan dalam analisis statistik yang dilakukan dengan bantuan komputer, menggunakan program SPSS versi 25.0 for windows. Selanjutnya untuk membuktikan hubungan dan pengaruh antar variabel-variabel penelitian dengan menggunakan uji data seperti kuesioner (pemberian kode, pemberian skor dan mengedit data).

3.2 Definisi Operasional

Dalam definisi operasional penulis akan menggambarkan secara jelas indikator dan sub indikator dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel yang akan dianalisis pada penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat yang mempunyai hubungan sebagai berikut :

Yang menjadi variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan yang menjadi variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sub Indikator
Independen (X)	Kualitas Pelayanan (Tjiptono, 2011:174-175)	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	<ol style="list-style-type: none"> Keadaan Fisik (Kondisi kendaraan dalam keadaan baik). Kelengkapan tersedianya sarana dan prasarana di Terminal.
		<i>Reliability</i> (Kehandalan)	<ol style="list-style-type: none"> Kecepatan dan ketepatan melayani pelanggan (penumpang) bertransaksi tiket. Konsisten dalam pelayanan jasa (kesesuaian jadwal keberangkatan yang sudah di tentukan).
		<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan/ daya tanggap)	<ol style="list-style-type: none"> Perusahaan dan petugas cepat tanggap mengatasi masalah yang timbul. Kejelasan informasi yang disampaikan kepada pelanggan (penumpang) ketika menggunakan pengiriman jasa paket barang.
		<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ol style="list-style-type: none"> Puas terhadap karyawan yang memiliki keahlian teknis yang baik (dengan cepat dapat mengatasi masalah teknis yang terjadi).

Lanjutan Tabel 3.1 Definisi Operasional

			2. Jaminan keamanan perjalanan dan kepercayaan kepada pelanggan (penumpang).
		<i>Empathy</i> (Empati)	1. Kepedulian petugas di Terminal akan keluhan penumpang. 2. Kemampuan layanan petugas terminal berkomunikasi yang baik dengan pelanggan (penumpang).
Dependen (Y)	Kepuasan Pelanggan (Suhaji, 2012:10)	Perasaan puas	1. Kepedulian petugas terhadap pelanggan 2. Kemampuan petugas memberikan pelayanan
		Selalu menggunakan jasa	1. Seberapa sering pelanggan menggunakan jasa angkutan umum 2. Puas terhadap layanan jasa angkutan umum
		Akan merekomendasikan kepada orang lain	1. Rekomendasi jasa pelayanan angkutan umum 2. Puas terhadap layanan petugas di terminal
		Terpenuhinya harapan pelanggan setelah menggunakan jasa	1. Layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan 2. Ketersediaan fasilitas sesuai dengan harapan pelanggan

Sumber Data : Tjiptono (2017), Suhaji (2012)

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi bukanlah hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu dan sampel merupakan bagian dari populasi tersebut.

Populasi menurut Sugiyono (2006:73) adalah: "Wilayah generalisasi yang

terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari para responden. Data yang diambil adalah dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Maka sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para pelanggan bus jurusan Samarinda Bontang pada Terminal Lempake yang berlokasi di Jalan Kebon Agung, Gunung Lingai, Kecamatan Sungai Pinang, Kota Samarinda dan sudah melanggang lebih dari 2 kali.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiyono (2006:73) adalah: “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut Wibisono dalam Riduwan dan Akson (2013), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2 = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Dengan begitu penelitian yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random berukuran $96,04 \approx 96$ akan memberikan selisih estimasi α dengan μ kurang dari 0,05. Jadi sampel yang diambil pada penelitian ini sebesar 97 orang. Adapun kriteria sampel dari penelitian ini:

- a. Orang yang menggunakan jasa transportasi bus jurusan Kota Samarinda Bontang pada Terminal Lempake.

b.Orang yang sudah menggunakan jasa transportasi bus jurusan Kota Samarinda Bontang lebih dari dua kali.

Penggunaan teknik yang dipilih pada penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*. Pelanggan jasa Bus Jurusan Kota Samarinda Bontang pada Terminal Lempake dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Pengambilan sampel dilakukan secara *Purposive Sampling* menurut Sugiyono (2007:68) adalah: “Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.”

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penggunaan metode survei yang paling populer yaitu dengan menggunakan alat bantu berupa kuesioner. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan dua metode, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data langsung sebagai sumber informasi yang dicari (Sugiyono, 2005:91). Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari sumber yang diamati dan dicapai pertama kali, meliputi data tentang kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada layanan bus jurusan Bontang-Samarinda di Terminal Lempake Kota Samarinda. Data primer diperoleh pula melalui wawancara dengan panduan kuesioner kepada responden. Jenis pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah *closed ended questions*, yaitu pertanyaan dengan beberapa alternative jawaban bagi responden.

a. Wawancara

Metode wawancara merupakan metode yang memberikan pertanyaan terstruktur kepada sampel dari populasi yang dirancang untuk memperoleh informasi (data) dari responden (Sugiyono, 2005:68). Data yang diperoleh berupa hasil tanya jawab mengenai gambaran umum perusahaan. Metode wawancara yaitu mengumpulkan data dengan melakukan perbincangan langsung kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian.

Sutrisno Hadi (1986) dalam Sugiyono (2013:138) mengemukakan bahwa anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam mengungkapkan metode interview dan juga kuesioner (angket) adalah sebagai berikut:

1. Bahwa subyek (responden) adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
2. Bahwa apa yang dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
3. Bahwa interpretasi subyek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti.

b. Kuesioner

Kuesioner yaitu pengumpulan data dengan meminta keterangan kepada responden dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan yang terkait dengan masalah yang diteliti (Sugiyono, 2005:135).

c. Observasi

Observasi meliputi kegiatan pencatatan pola perilaku orang, objek dan

kejadian-kejadian dalam suatu cara sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena-fenomena yang diamati (Sugiyono, 2005:135). Observasi yaitu pengamatan langsung kelapangan untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui pencatatan dokumen-dokumen perusahaan dan dari industri terkait yang ada hubungannya dengan pembahasan penelitian. Data diperoleh pula melalui buku, jurnal, internet, dll.

3.5 Alat Pengukur Data

Pengukuran data menggunakan dengan menggunakan skala *likert*. Dengan skala *likert*, maka variabel yang dijabarkan menjadi *indicator variable*. Dalam skala *likert* terdapat 5 (lima) skala/pilihan alternative jawaban. Berikut tabel yang menggambarkan skala *likert*:

Tabel 3.2
Skor Alternatif Jawaban Instrumen

Penilaian	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Berdasarkan kategori-kategori tersebut dapat diketahui nilai tertinggi adalah 5 dan nilai terendah adalah 1. Untuk mengetahui *range*, maka selisih antara nilai tertinggi dan nilai terendah adalah $5-1=4$, dan untuk mengetahui jumlah interval dan besar interval dapat digunakan dengan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{R}{K} = \frac{4}{5} = 0,8$$

Keterangan :

R = Range (kelas)

K = Jumlah Interval Kelas

I = Besar Interval Kelas

Berdasarkan ketentuan diatas maka penulis mengelompokkan tanggapan responden berdasarkan batas-batas penelitian terhadap bagian-bagian yang dievaluasi sehingga dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Range Skor Jawaban Penelitian

Batasan	Keterangan
1 – 1,8	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,6	Tidak Setuju
2,61 – 3,4	Netral
3,41 – 4,2	Setuju
4,21 – 5	Sangat Setuju

3.6 Teknik Analisis Data

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang dibuat, maka penulis menerapkan metode analisa dan data kuantitatif dalam penelitian ini dengan model analisis regresi linier berganda. Analisis data digunakan untuk menyederhanakan data supaya data lebih mudah diinterpretasikan. Teknik analisis yang digunakan untuk mengolah dan membahas data serta menguji hipotesis adalah dengan analisis regresi berganda. Teknik analisis regresi berganda dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini karena teknik regresi berganda dapat menyimpulkan secara langsung mengenai pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan secara parsial ataupun bersama-sama.

Hair et al. (1998) menyatakan bahwa regresi berganda merupakan teknik statistik untuk menjelaskan keterkaitan antara variabel terikat dengan beberapa variabel bebas. Fleksibilitas dan adaptifitas dari metode ini mempermudah peneliti untuk melihat suatu keterkaitan dari beberapa variabel sekaligus. Regresi berganda juga dapat memperkirakan kemampuan prediksi dari serangkaian variabel bebas terhadap variabel terikat (Hair et al, 1998). Adapun tahapan-tahapan dalam analisis ini adalah sebagai berikut:

3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana skala tersebut menghasilkan data yang akurat (tepat) dan cermat sesuai dengan ukurannya. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung lebih besar dari pada r tabel dan nilai positif maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2011:53).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi dimana instrument pengukur konsep dan membantu menilai ketepatan sebuah pengukuran. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai Cronbach Alpha ≥ 0.60 (Ghozali, 2011:53). Untuk mempermudah penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan komputer

dengan menggunakan SPSS versi 25.0.

3.6.2 Metode Analisis Data

3.6.2.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk meramalkan perubahan variabel satu dengan yang lain. Dalam hal ini regresi dilakukan untuk menentukan kepuasan pelanggan Y yang disebabkan oleh kualitas pelayanan X_1 . Menurut Sugiyono (2005:211) dijelaskan analisis regresi sederhana menggunakan persamaan garis regresi berikut:

$$Y = a + b_{1.x1}$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

A = Konstanta

B = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Pelayanan

3.6.2.2 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menyatakan proporsi total variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai R^2 terletak antara 0 dan 1. Jika $R^2 = 1$, berarti garis regresi tersebut menjelaskan 100% variasi atau proporsi dalam variabel dependen. Suatu model dapat dikatakan lebih baik apabila nilai koefisien determinasinya makin dekat dengan 1. Besarnya koefisien determinasi dapat dicari dengan menggunakan rumus (Gujarati, 2003:30) :

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS} = 1 - \frac{RSS}{TSS}$$

$$= 1 - \frac{\sum \mu_i^2}{\sum y_i^2}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

ESS = jumlah kuadrat yang dijelaskan

TSS = jumlah total kuadrat yang merupakan penjumlahan dari ESS dan jumlah kuadrat residual (RSS)

Nilai R^2 merupakan ukuran hubungan linear yang menyatakan seberapa baik garis regresi cocok dengan data. Koefisien ini merupakan indikator penting dari keakuratan estimasi persamaan.

3.6.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui kebenaran dari dugaan sementara. Hipotesis pada dasarnya diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2017:159). Pengertian tersebut untuk hipotesis penelitian.

3.6.3.1 Uji t

Pengujian hipotesis 1 hingga 5 dilakukan dengan uji t. Nilai t hitung dapat dihitung dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{b}{Sb}$$

dimana:

b = koefisien regresi variabel independen

Sb = *Standard error* koefisien variabel independen

Uji ini dilakukan dengan cara nilai Sig t (*prob. Value*) dibandingkan dengan derajat signifikansinya. Jika Sig t lebih kecil dari tingkat signifikansi

(5%) maka H_0 ditolak, berarti ada hubungan signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Cara lainnya yaitu dengan melihat t_{hitung} nya. Nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t kritis dengan tingkat signifikansi 5%. Jika nilai t_{hitung} lebih besar daripada t kritis maka H_a diterima dan H_0 ditolak, demikian pula sebaliknya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penulis di dalam bab ini akan menguraikan dan menjelaskan data-data umum tentang Bus Samarinda Bontang pada Terminal lempake di Kota Samarinda, dengan tujuan untuk memberikan gambaran nyata tentang perusahaan tersebut dan pemahaman mengenai masalah yang ada di dalam perusahaan.

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Terminal Lempake Samarinda adalah perusahaan yang didirikan pada tahun 1990. Kegiatan utama PT. Terminal Lempake Kota Samarinda adalah bergerak dalam bidang jasa pelayanan umum yakni jasa angkutan umum dan jumlah karyawan PT. Terminal Lempake Samarinda 40 karyawan dibagian kantor.

PT. Terminal Lempake Samarinda dikelola oleh para pemangku kepentingan yang handal dan professional di bidangnya untuk menduduki struktur organisasi perusahaan. PT. Terminal Lempake Samarinda dalam menjalankan bisnis, dengan peralatan-peralatan yang memiliki teknologi canggih. Sejak berdiri sampai saat ini melayani knsumen dengan hasil dan kualitas yang dapat dibanggakan dan menempatkan PT. Terminal Lempake Samarinda sebagai perusahaan yang mengalami perkembangan pesat dan menjadi perusahaan penyedia jasa angkutan umum yang terkemuka di Indonesia.

4.1.2 Visi Dan Misi

Visi

Menjadi perusahaan penyedia jasa yang handal dan terkemuka yang dihargai pelanggan serta mampu memberikan kualitas dalam pelayanan.

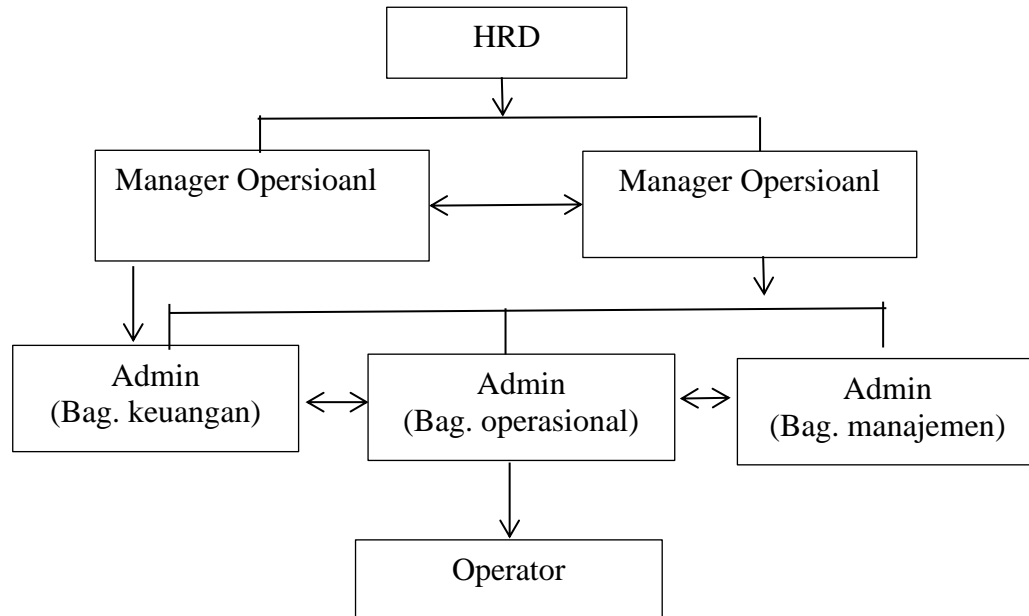
Misi

1. Mengelola dan mengembangkan sumber daya secara professional.
2. Menjalankan bisnis jasa angkutan umum yang ramah lingkungan.
3. Berkontribusi secara aktif dalam membangun kesejahteraan masyarakat disekitar lingkungan kerja.

4.1.3 Struktur Organisasi Departemen

Struktur organisasi suatu perusahaan merupakan gambaran suatu hubungan tanggung jawab dengan wewenang yang ada pada suatu perusahaan. Struktur organisasi menggambarkan pembagian kerja dari suatu aktivitas tertentu guna kelancaran usaha yang sedang dijalankan oleh suatu perusahaan, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada Hrd PT. Terminal Lempake di Samarinda memaparkan struktur organisasi perusahaan dan secara umum gambaran mengenai struktur organisasi dapat dilihat dalam Gambar 4.1 pada halaman selanjutnya :

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Sumber : PT. Terminal Lempake

Adapun tugas dan wewenang dari struktur organisasi nialah sebagai berikut:

a. HRD

- 1) Bertanggung jawab untuk melakukan rekrutmen dan seleksi calon karyawan
- 2) Bertugas untuk mengembangkan dan memberikan pelatihan karyawan.
- 3) Menjaga hubungan antara karyawan dengan karyawan.
- 4) Mengevaluasi tingkat kedisiplinan karyawan.
- 5) Bertindak sebagai perwakilan perusahaan untuk hubungan kerja perusahaan.

b. Manajer Operasional

- 1) Mengawasi kinerja setiap karyawan.
- 2) Mengelola dan meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasi perusahaan

c. Manajer keuangan

- 1) Bekerja sama dengan manajer lainnya untuk menjalankan dan mengoperasikan serta meramalkan beberapa aspek termasuk perencanaan umum keuangan perusahaan.
- 2) Mengoperasikan seefisien dan seefektif mungkin dengan menjalin kerja sama dengan manajer lainnya
- 3) Mengambil keputusan penting dalam investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut.

d. Staf/admin

- 1) Menerima dokumen, surat menyurat secara *online* dan *offline*
- 2) Menyapa dan menanggapi klien.
- 3) Mengelola data harian.
- 4) Membuat agenda bidang.
- 5) Entri data perusahaan.

e. Operator

- 1) Berkaitan dengan kendaraan
- 2) Menjalankan tugas operasional

4.2 Hasil Penelitian

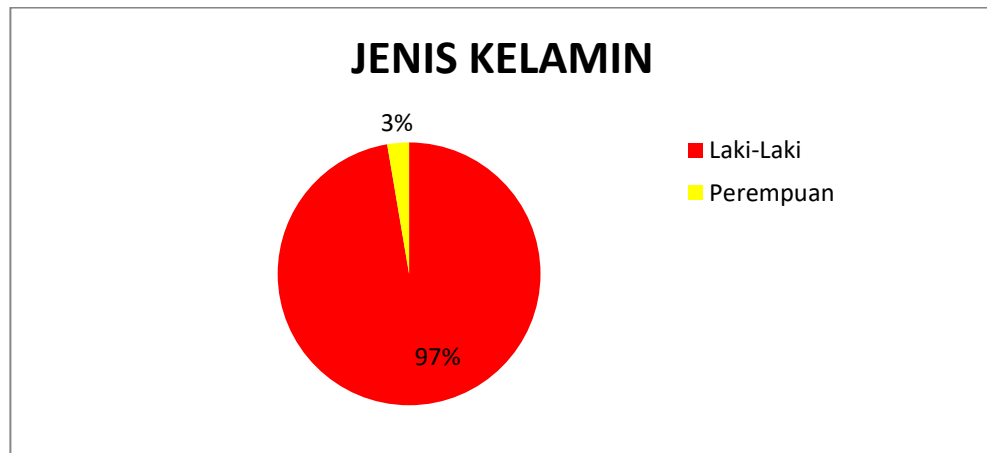
4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan, seberapa sering menggunakan bus, bagaimana pelayanan bus, alasan menggunakan transportasi bus.

Data penelitian diperoleh dari jawaban para responden. Responden dalam penelitian ini berjumlah 96 karyawan. Adapun gambaran mengenai responden penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner, diperoleh data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penumpang Bus Kota Samarinda Bontang sebagai berikut :



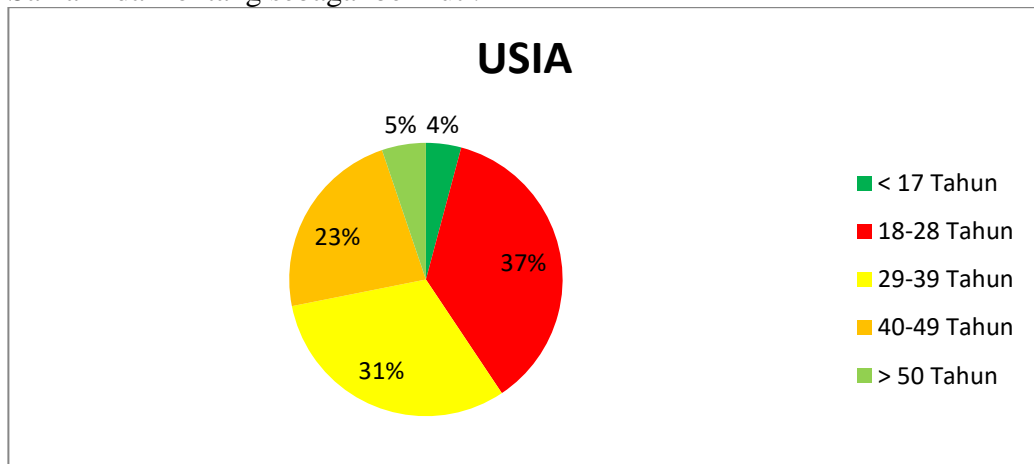
Gambar 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber Data : Penumpang Bus Samarinda Bontang (2019)

Dari gambar 4.2 di atas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan responden sebanyak 97% (51 orang responden) berjenis kelamin laki-laki dan sisanya 3% (45 orang responden) berjenis kelamin perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner, diperoleh data mengenai karakteristik responden berdasarkan usia pada penumpang Bus Kota

Samarinda Bontang sebagai berikut :

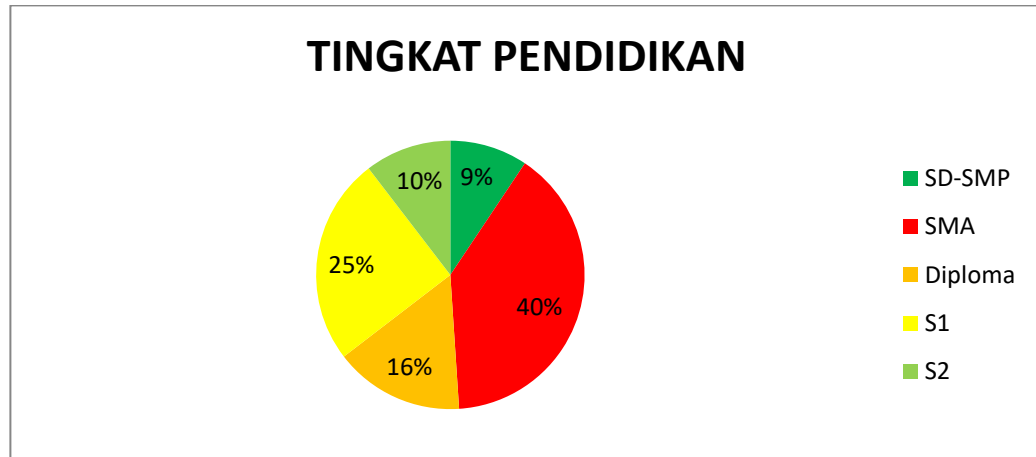


Gambar 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia
Sumber Data : Penumpang Bus Samarinda Bontang (2019)

Dari gambar 4.3 di atas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan responden sebanyak 4% (4 orang responden) berusia <17 tahun, 37% (35 orang responden) berusia 18-28 tahun, 31% (30 orang responden) berusia 29-39 tahun, 23% (22 orang responden) berusia 40-49 tahun, 5% (5 orang responden) berusia > 50 tahun.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner, diperoleh data mengenai karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan pada penumpang Bus Kota Samarinda Bontang sebagai berikut :

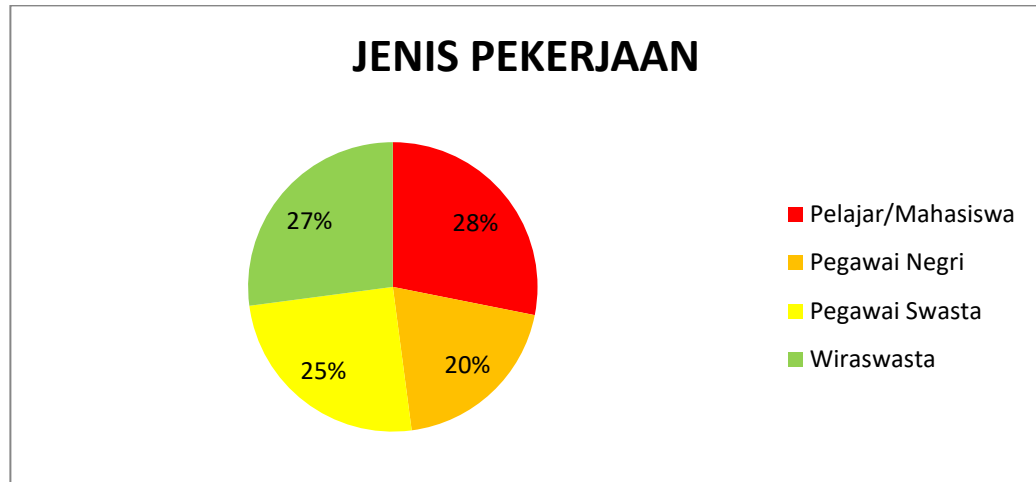


Gambar 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan
Sumber Data : Penumpang Bus Samarinda Bontang (2019)

Dari gambar 4.4 di atas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan responden sebanyak 9% (9 orang responden) berpendidikan SD-SMP, 40% (38 orang responden) berpendidikan SMA, 16% (15 orang responden) berpendidikan Diploma, 25% (24 orang responden) berpendidikan S1, 10% (10 orang responden) berpendidikan S2.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner, diperoleh data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan pada penumpang Bus Kota Samarinda Bontang sebagai berikut :

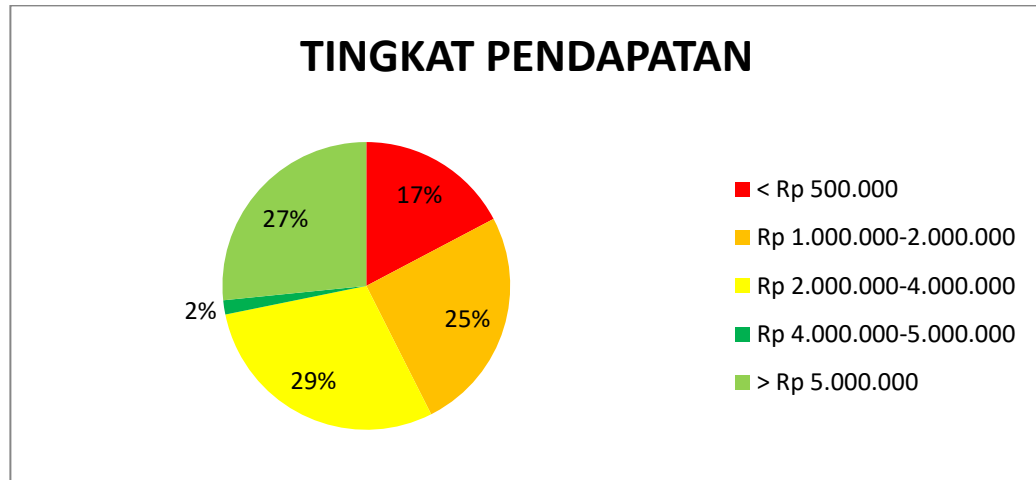


Gambar 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan
Sumber Data : Penumpang Bus Samarinda Bontang (2019)

Dari gambar 4.5 di atas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan responden sebanyak 28% (27 orang responden) berstatus pelajar/mahasiswa, 20% (19 orang responden) berstatus pegawai negeri, 25% (24 orang responden) berstatus pegawai swasta, 27% (26 orang responden) berstatus wiraswasta.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat pendapatan

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner, diperoleh data mengenai karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan pada penumpang Bus Kota Samarinda Bontang sebagai berikut :

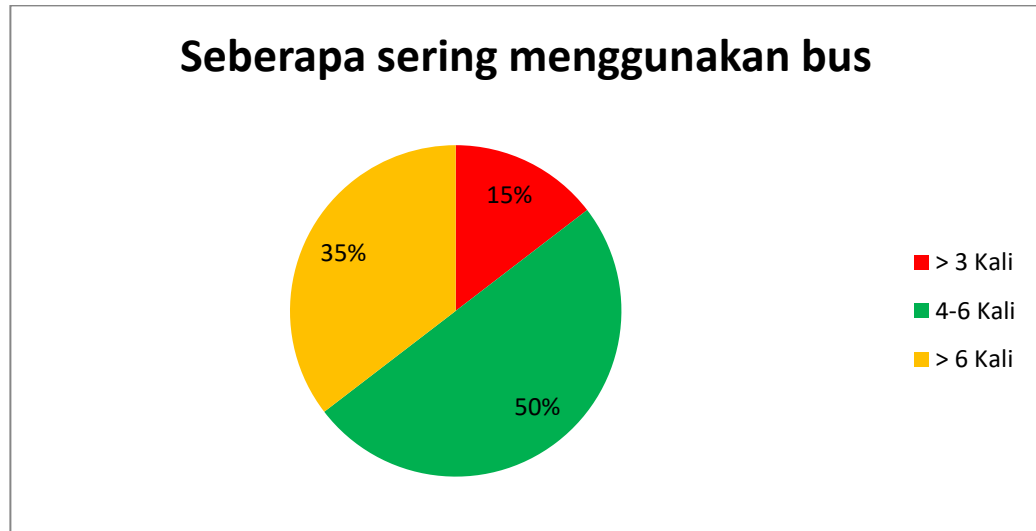


Gambar 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan
Sumber Data : Penumpang Bus Samarinda Bontang (2019)

Dari gambar 4.6 di atas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan responden sebanyak 17% (13 orang responden) pendapatan < Rp 500.000, 25% (19 orang responden) pendapatan Rp 1.000.000-2.000.000, 29% (22 orang responden) pendapatan Rp 2.000.000-4.000.000, 2% (22 orang responden) pendapatan Rp 4.000.000-5.000.000, 27% (20 orang responden) pendapatan > Rp 5.000.000.

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa sering menggunakan bus

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner, diperoleh data mengenai karakteristik responden berdasarkan seberapa sering menggunakan bus pada penumpang Bus Kota Samarinda Bontang sebagai berikut :



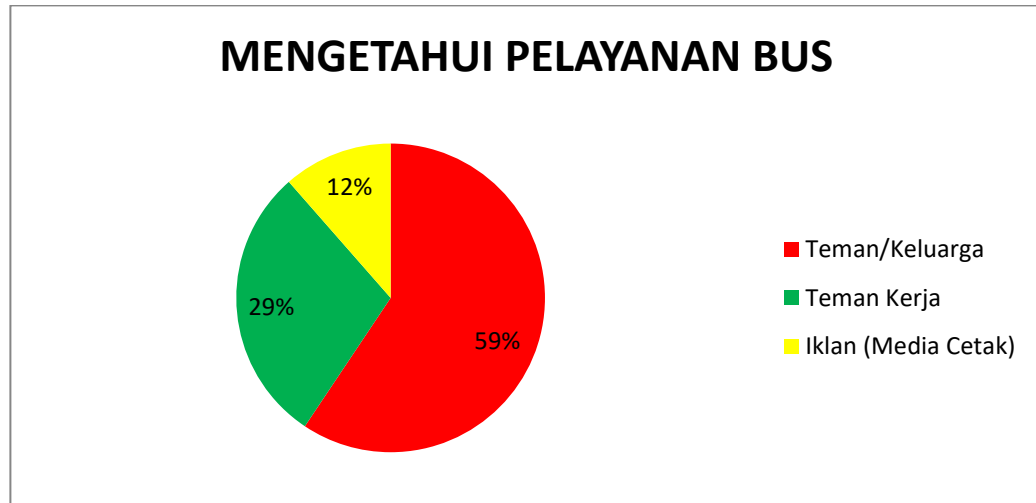
Gambar 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Seberapa sering menggunakan bus

Sumber Data : Penumpang Bus Samarinda Bontang (2019)

Dari gambar 4.7 di atas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan responden sebanyak 15% (14 orang responden) > 3 kali, 50% (48 orang responden) 4-6 kali, 35% (34 orang responden) > 6 kali.

g. Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui pelayanan bus

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner, diperoleh data mengenai karakteristik responden berdasarkan mengetahui pelayanan bus pada penumpang Bus Kota Samarinda Bontang sebagai berikut :

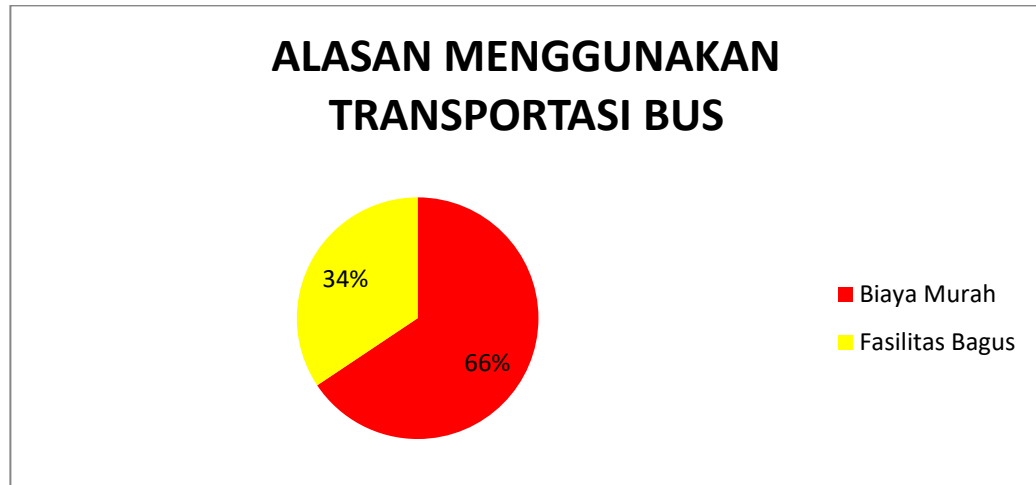


Gambar 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Mengetahui Pelayanan Bus
Sumber Data : Penumpang Bus Samarinda Bontang (2019)

Dari gambar 4.8 di atas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan responden sebanyak 59% (57 orang responden) dari teman/keluarga, 29% (28 orang responden) dari teman kerja, 12% (11 orang responden) dari iklan (Media Cetak).

h. Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan menggunakan transportasi bus

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui kuesioner, diperoleh data mengenai karakteristik responden berdasarkan alasan menggunakan transportasi bus pada penumpang Bus Kota Samarinda Bontang sebagai berikut :



Gambar 4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Transportasi Bus

Sumber Data : Penumpang Bus Samarinda Bontang (2019)

Dari gambar 4.9 di atas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan responden sebanyak 59% (57 orang responden) dari teman/keluarga, 29% (28 orang responden) dari temen kerja, 12% (11 orang responden) dari iklan (Media Cetak).

4.2.2 Penyajian Tabel Penelitian

Penyajian tabel variabel penelitian bertujuan untuk memberikan gambaran rinci tentang hasil penelitian yang telah dilakukan, dengan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Adapun indikator atau variabel dari kualitas pelayanan (X) dalam penelitian kali ini yaitu: bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Variabel kepuasan pelayanan (Y) dalam penelitian kali ini yaitu: perasaan puas, selalu menggunakan jasa, akan merekomendasikan kepada orang lain, terpenuhinya harapan pelanggan

setelah menggunakan jasa. Adapun uraian dari masing-masing variabel tersebut sebagai berikut :

4.2.2.1 Kualitas Pelayanan

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel dan uraian sebagai berikut :

- a. Apakah kondisi Bus yang digunakan untuk angkutan penumpang dalam kondisi baik?

Tabel 4.1

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	8	8%	40
Setuju	4	43	45%	172
Netral	3	40	42%	120
Tidak Setuju	2	5	5%	10
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		96	100%	342
Rata-Rata				4

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Apakah kondisi Bus yang digunakan untuk angkutan penumpang dalam kondisi baik? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 43 responden (45%), diikuti dengan “Netral” sebanyak 40 responden (42%), “Sangat Setuju” sebanyak 8 responden (8%), “Tidak Setuju” sebanyak 5 responden (5%), dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 4 yang berarti “Setuju”

- a. Tersedianya sarana dan prasarana di lokasi bus di Terminal Bus Lempake Kota menunjang kualitas layanan?

Tabel 4.2

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	13	14%	65
Setuju	4	37	39%	148
Netral	3	41	43%	123
Tidak Setuju	2	4	4%	8
Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
Total		96	100%	345
Rata-Rata				4

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Tersedianya sarana dan prasarana di lokasi bus di Terminal Bus Lempake Kota menunjang kualitas layanan? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Netral” sebanyak 41 responden (43%), “Setuju” sebanyak 37 responden (39%), diikuti dengan “Sangat Setuju” sebanyak 13 responden (14%), “Tidak Setuju” sebanyak 4 responden (4%), dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1 responden (1%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 4 yang berarti “Netral”.

- b. Apakah petugas dalam memberikan pelayanan pembelian tiket dilakukan secara cepat?

Tabel 4.3

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	24	25%	120
Setuju	4	40	42%	160

Netral	3	26	27%	78
Tidak Setuju	2	4	4%	8
Sangat Tidak Setuju	1	2	2%	2
Total		96	100%	368
Rata-Rata				4

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Apakah petugas dalam memberikan pelayanan pembelian tiket dilakukan secara cepat? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 40 responden (42%), “Netral” sebanyak 26 responden (27%), “Sangat Setuju” sebanyak 24 responden (25%), “Tidak Setuju” sebanyak 4 responden (4%), dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 2 responden (2%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 4 yang berarti “Setuju”.

- c. Apakah keberangkatan Bus konsisten dengan jadwal keberangkatan?

Tabel 4.4

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	5	5%	25
Setuju	4	31	32%	124
Netral	3	33	34%	99
Tidak Setuju	2	22	23%	44
Sangat Tidak Setuju	1	5	5%	5
Total		96	100%	297
Rata-Rata				3

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Apakah keberangkatan Bus konsisten dengan jadwal

keberangkatan? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Netral” sebanyak 33 responden (34%), “Setuju” sebanyak 31 responden (32%), “Tidak Setuju” sebanyak 22 responden (23%), “Sangat Setuju” sebanyak 5 responden (5%) dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 5 responden (5%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 3 yang berarti “Netral”.

- d. Apakah petugas di terminal tanggap dalam mengatasi masalah yang timbul?

Tabel 4.5

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	9	9%	45
Setuju	4	49	51%	196
Netral	3	28	29%	84
Tidak Setuju	2	10	10%	20
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		96	100%	345
Rata-Rata				4

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Apakah petugas di terminal tanggap dalam mengatasi masalah yang timbul? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 49 responden (51%), “Netral” sebanyak 28 responden (29%), “Tidak Setuju” sebanyak 10 responden (10%), “Sangat Setuju” sebanyak 9 responden (9%) dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 4 yang berarti “Setuju”.

- e. Apakah petugas terminal memiliki kemampuan dalam menyampaikan informasi kepada pengguna jasa angkutan bus?

Tabel 4.6

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	9	9%	45
Setuju	4	40	42%	160
Netral	3	40	42%	120
Tidak Setuju	2	7	7%	14
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		96	100%	339
Rata-Rata				4

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Apakah petugas terminal memiliki kemampuan dalam menyampaikan informasi kepada pengguna jasa angkutan bus? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 40 responden (42%), “Netral” sebanyak 40 responden (42%), “Sangat Setuju” sebanyak 9 responden (9%) “Tidak Setuju” sebanyak 7 responden (7%), dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 4 yang berarti “Setuju”.

- f. Apakah karyawan angkutan bus memiliki kemampuan dan keahlian teknis sehingga cepat mengatasi permasalahan teknis yang terjadi?

Tabel 4.7

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	8	8%	40
Setuju	4	51	53%	204

Netral	3	31	32%	93
Tidak Setuju	2	5	5%	10
Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
Total		96	100%	348
Rata-Rata				4

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Apakah karyawan angkutan bus memiliki kemampuan dan keahlian teknis sehingga cepat mengatasi permasalahan teknis yang terjadi? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 51 responden (53%), “Netral” sebanyak 31 responden (32%), “Sangat Setuju” sebanyak 8 responden (8%) “Tidak Setuju” sebanyak 5 responden (5%), dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1 responden (1%) Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 4 yang berarti “Setuju”.

- g. Apakah karyawan angkutan bus memberi jaminan keamanan kepada penumpang bus?

Tabel 4.8

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	4	4%	20
Setuju	4	48	50%	192
Netral	3	31	32%	93
Tidak Setuju	2	10	10%	20
Sangat Tidak Setuju	1	3	3%	3
Total		96	100%	328
Rata-Rata				3

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Apakah karyawan angkutan bus memberi jaminan keamanan kepada penumpang bus? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 48 responden (50%), “Netral” sebanyak 31 responden (32%), “Tidak Setuju” sebanyak 10 responden (10%), “Sangat Setuju” sebanyak 4 responden (4%) dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 3 responden (3%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 3 yang berarti “Setuju”.

- h. Apakah karyawan terminal bus lempake memiliki kepedualian terhadap penumpang bus?

Tabel 4.9

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	5	5%	25
Setuju	4	55	57%	220
Netral	3	24	25%	72
Tidak Setuju	2	12	13%	24
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		96	100%	341
Rata-Rata				4

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Apakah karyawan terminal bus lempake memiliki kepedualian terhadap penumpang bus? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 55 responden (57%), “Netral” sebanyak 24 responden (25%), “Tidak Setuju” sebanyak 12 responden (13%), “Sangat

Setuju” sebanyak 5 responden (5%) dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 4 yang berarti “Setuju”.

- i. Apakah petugas terminal lempake memiliki kemampuan berkomunikasi dengan penumpang bus?

Tabel 4.10

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	18	19%	90
Setuju	4	49	51%	196
Netral	3	25	26%	75
Tidak Setuju	2	4	4%	8
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		96	100%	369
Rata-Rata				4

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Apakah petugas terminal lempake memiliki kemampuan berkomunikasi dengan penumpang bus? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 49 responden (51%), “Netral” sebanyak 25 responden (26%), “Sangat Setuju” sebanyak 18 responden (19%) “Tidak Setuju” sebanyak 4 responden (4%) dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 4 yang berarti “Setuju”.

4.2.2.1 Kepuasan pelanggan

Tanggapan responden dapat dilihat pada tabel dan uraian sebagai berikut :

- a. Puas dengan perhatian petugas dalam memberikan pelayanan kepada penumpang?

Tabel 4.11

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	9	9%	45
Setuju	4	51	53%	204
Netral	3	31	32%	93
Tidak Setuju	2	4	4%	8
Sangat Tidak Setuju	1	1	1%	1
Total		96	100%	351
Rata-Rata				4

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Puas dengan perhatian petugas dalam memberikan pelayanan kepada penumpang? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 51 responden (53%), “Netral” sebanyak 31 responden (32%), “Sangat Setuju” sebanyak 9 responden (9%) “Tidak Setuju” sebanyak 4 responden (4%) dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1 responden (1%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 4 yang berarti “Setuju”.

- b. Puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak petugas terminal bus?

Tabel 4.12

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	9	9%	45
Setuju	4	48	50%	192
Netral	3	32	33%	96
Tidak Setuju	2	7	7%	14

Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		96	100%	347
Rata-Rata				4

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.12 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak petugas terminal bus? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 48 responden (50%), “Netral” sebanyak 32 responden (33%), “Sangat Setuju” sebanyak 9 responden (9%) “Tidak Setuju” sebanyak 7 responden (7%) dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 4 yang berarti “Setuju”.

c. Sering menggunakan jasa angkutan umum?

Tabel 4.13

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	3	3%	15
Setuju	4	40	42%	160
Netral	3	25	26%	75
Tidak Setuju	2	26	27%	52
Sangat Tidak Setuju	1	2	2%	2
Total		96	100%	304
Rata-Rata				3

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.13 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Sering menggunakan jasa angkutan umum? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 40 responden (42%), “Tidak Setuju” sebanyak 26 responden (27%) “Netral” sebanyak 25 responden

(26%), “Sangat Setuju” sebanyak 3 responden (3%) dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 2 responden (2%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 3 yang berarti “Setuju”.

- d. Merasa puas dengan layanan jasa angkutan umum?

Tabel 4.14

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	5	5%	25
Setuju	4	55	57%	220
Netral	3	30	31%	90
Tidak Setuju	2	6	6%	12
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		96	100%	347
Rata-Rata				4

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.14 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Merasa puas dengan layanan jasa angkutan umum? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 55 responden (57%), “Netral” sebanyak 30 responden (31%), “Tidak Setuju” sebanyak 6 responden (6%) “Sangat Setuju” sebanyak 5 responden (5%) dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 4 yang berarti “Setuju”.

- e. Sering merekomendasikan kepada orang lain atas jasa pelayanan yang diberikan di terminal bus lempake?

Tabel 4.15

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	6	6%	30

Setuju	4	44	46%	176
Netral	3	24	25%	72
Tidak Setuju	2	20	21%	40
Sangat Tidak Setuju	1	2	2%	2
Total		96	100%	320
Rata-Rata				3

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Sering merekomendasikan kepada orang lain atas jasa pelayanan yang diberikan di terminal bus lempake? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 44 responden (46%), “Netral” sebanyak 24 responden (25%), “Tidak Setuju” sebanyak 20 responden (21%) “Sangat Setuju” sebanyak 6 responden (6%) dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 2 responden (2%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 3 yang berarti “Setuju”.

- f. Merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak petugas terminal angkutan umum lempake?

Tabel 4.16

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	8	8%	40
Setuju	4	57	59%	228
Netral	3	24	25%	72
Tidak Setuju	2	7	7%	14
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		96	100%	354
Rata-Rata				4

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.16 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak petugas terminal angkutan umum lempake? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 57 responden (59%), “Netral” sebanyak 24 responden (25%), “Sangat Setuju” sebanyak 8 responden (8%) “Tidak Setuju” sebanyak 7 responden (7%) dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 4 yang berarti “Setuju”.

- g. Dalam menerima layanan di Terminal Bus Lempake sesuai dengan harapan?

Tabel 4.17

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	2	2%	10
Setuju	4	47	49%	188
Netral	3	41	43%	123
Tidak Setuju	2	6	6%	12
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		96	100%	333
Rata-Rata				3

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.17 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Dalam menerima layanan di Terminal Bus Lempake sesuai dengan harapan? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Setuju” sebanyak 47 responden (49%), “Netral” sebanyak 41 responden (43%), “Tidak Setuju” sebanyak 6 responden (6%) “Sangat Setuju” sebanyak 2 responden

(2%) dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 3 yang berarti “Setuju”.

- h. Apakah dengan ketersediaan fasilitas sesuai dengan harapan pengguna layanan terminal angkutan umum lempake?

Tabel 4.18

Kategori	Skala	Frekuensi	Presentase	Total Skor
Sangat Setuju	5	2	2%	10
Setuju	4	40	42%	160
Netral	3	48	50%	144
Tidak Setuju	2	6	6%	12
Sangat Tidak Setuju	1	0	0%	0
Total		96	100%	326
Rata-Rata				3

Sumber Data : diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.18 di atas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan Apakah dengan ketersediaan fasilitas sesuai dengan harapan pengguna layanan terminal angkutan umum lempake? menunjukkan mayoritas responden menjawab “Netral” sebanyak 48 responden (50%), “Setuju” sebanyak 40responden (42%), “Tidak Setuju” sebanyak 6 responden (6%) “Sangat Setuju” sebanyak 2 responden (2%) dan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 0 responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa skor rata-rata responden sebesar 3 yang berarti “Netral”.

4.3 Analisis Dan Pembahasan

4.3.1 Uji Validitas

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan program SPSS 23 for Windows. Rekapitulasi hasil uji Validitas dapat dilihat dalam tabel 4.18 berikut ini:

Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	N	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	Variabel X1 (a)	0,627	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (b)	0,517	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (c)	0,379	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (d)	0,465	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (e)	0,665	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (f)	0,571	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (g)	0,518	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (h)	0,393	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (i)	0,633	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (j)	0,550	0,167	96	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Variabel Y (a)	0,660	0,167	96	Valid
	Variabel Y (b)	0,635	0,167	96	Valid
	Variabel Y (c)	0,409	0,167	96	Valid
	Variabel Y (d)	0,637	0,167	96	Valid
	Variabel Y (e)	0,507	0,167	96	Valid
	Variabel Y (f)	0,680	0,167	96	Valid
	Variabel Y (g)	0,342	0,167	96	Valid
	Variabel Y (h)	0,420	0,167	96	Valid

Tabel : Hasil Uji Validitas

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 23 (2021)

Berdasarkan tabel 4.19 di atas dari setiap item pertanyaan diperoleh r_{hitung} lebih besar dari $r_{tabel} = 0,167$ (nilai r_{tabel} untuk $n = 96$), maka setiap item di atas dinyatakan valid dan dengan demikian data yang diperoleh layak untuk analisis selanjutnya menggunakan analisis regresi.

4.3.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan, atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu. Reliabilitas suatu konstruk variabel yang dikatakan reliabel jika memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,6$. Berikut adalah pengujian reliabilitas dari setiap variabel penelitian:

Tabel 4.20 Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X)	0,706	10	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,634	8	Reliabel

Tabel : Hasil Uji Reabilitas

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 23 (2021)

Dari Tabel 4.20 di atas dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha X sebesar $0,706 > 0,6$ dan Y sebesar $0,634 > 0,6$. Berarti instrumen atau item-item pernyataan dalam penelitian ini reliabel.

4.3.3 Analisis Regresi Sederhana

Menurut Sugiyono (2014:261) menjelaskan analisis regresi linier sederhana adalah sebagai berikut: "Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen". Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menguji sifat hubungan sebab-akibat antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang diformulasikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut: $Y = a+bX$.

Tabel 4.21 Hasil Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.800	2.257		5.227	.000
Kualitas Pelayanan	.453	.063	.596	7.200	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 23 (2021)

Data di atas menunjukkan bahwa coefficients bagian B diperoleh :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,800 + 0,453 (X)$$

4.3.4 Uji T atau Parsial

Pengujian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, berdasarkan hasil pengolahan program SPSS 23 maka didapatkan hasil uji t (parsial) yang dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.22 Hasil Uji T atau Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.800	2.257		5.227	.000
X	.453	.063	.596	7.200	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 23 (2021)

Hasil data output di atas menunjukkan nilai Sig. t_{hitung} untuk Kualitas Pelayanan (X) adalah 0,000 lebih kecil daripada 0,05 ($<0,05$). Maka hipotesis

diterima, artinya variabel Kualitas Pelayanan (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

4.3.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Perhitungan koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi nol (0) atau satu (1) (Ghazali,2016:98).

Tabel 4.23 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,596 ^a	.355	.349	2.63631

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 23 (2021)

Rumus determinasi sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Kd &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,596^2 \times 100\% \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel model summary nilai koefisien Determinasi diperoleh besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah 0,596 atau 59,6%. Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan variabel bebas dari Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang Pada Terminal Lempake Di Kota Samarinda (Y) termasuk pada tingkat hubungan “Sedang/Cukup”. Sedangkan sisanya 40,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

4.4 Pembahasan

Pembahasan dibuat dengan melihat hubungan yang terjadi sebagai pembuktian hipotesis yang diangkat dalam penelitian ini sesuai dengan data yang digunakan dan kajian secara teoritis. Teori-teori ataupun hasil penelitian empiris yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya akan digunakan dalam melakukan pembahasan hasil penelitian, apakah teori atau hasil penelitian empiris tersebut mendukung, menolak, atau bertentangan dengan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian.

Teori penghubung antar variabel dapat dilihat sebagai berikut:

4.4.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara simultan terhadap kinerja karyawan.

Hasil tersebut konsisten dengan penelitian terdahulu Wardani (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)” yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan memberikan pengaruh terhadap Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian terdahulu Nasbir (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets” yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh

signifikan secara simultan memberikan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets. Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian terdahulu Madona (2017). dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang” yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang. Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian terdahulu Happy (2009) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Luwes Loji Wetan Solo)” yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Luwes Loji Wetan Solo).

Selain itu hasil tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu Rini (2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Honda Mugen Puri PT. Mitrausaha Gentaniaga Jakarta” yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Honda Mugen Puri PT. Mitrausaha Gentaniaga Jakarta.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Jurusan Samarinda Bontang Pada Terminal Lempake Di Kota Samarinda, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas pada Terminal Lempake Di Kota Samarinda, sangat baik petugas yang bertugas ramah dalam melayani penumpang dan sistemnya terarah sehingga penumpang merasa lebih diperhatikan.
2. Kepuasan pelanggan tidak sejalan dengan kualitas pelayanan yang ada karena, banyaknya penumpang yang mengeluhkan jam keberangkatan yang tidak sesuai dengan jam yang sudah di tentukan oleh pihak terminal.
3. Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan harus diutamakan, melihat bahwa Terminal Lempake merupakan penyedia jasa transportasi yang handal.

5.2 Saran

Adapun saran-saran sehubungan dengan penelitian ini berdasarkan analisis dan pembahasan yang dikemukakan pada bagian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pimpinan organisasi, agar lebih memperbaiki suasana kerja dimana pegawai melakukan pekerjaan, karena hal ini memberikan pengaruh terhadap kinerja pegawai pada PT. Terminal Lempake di kota

Samarinda. Disamping itu juga pimpinan dalam menerapkan kepemimpinannya dapat dijadikan panutan bagi para pegawai, agar dapat mendukung pencapaian kinerja.

2. Untuk lebih meningkatkan profesionalisme pegawai terutama dalam peningkatan kinerja, sebaiknya pimpinan memberi kesempatan kepada pegawai untuk mengikuti pendidikan dan pelatihan, seperti pelatihan profesi, pelatihan teknis bidang administrasi guna menambah wawasan dan pengetahuan di bidang administrasi maupun sisi keilmuan dan teknik-teknik pelaksanaan kerja.
3. Diharapkan kepada pimpinan, agar memperhatikan lagi variabel-variabel lain yang dapat mendukung peningkatan kinerja, karena variabel ini baru mempengaruhi sebesar 59,6% sedangkan sisanya 40,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, contohnya motivasi kerja, perilaku, kepribadian, lingkungan kerja, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2001. *Statistik Induktif: untuk ekonomi dan bisnis*. Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Anderson W Eugene, Fornel Cleas & Lehman R Donald. 1994. *Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings From Sweden*. Journal of Marketing, Vol. 58.
- Fandy Tjiptono, 2011. Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta: Andi Offset
- Fitzsimmons James & Mona J Fitzsimmons. 1994. *Service Management For Competitive Advantage*. New York: Mc Graw-Hill Inc.
- Gaspers, V. 1997. *Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total*. Jakarta: Gramedia.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19 (Edisi Kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2003. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Airlangga.
- Idris, Adam. 2007. *Kinerja Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Malang: CV. Sofa Mandiri.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol*. Jakarta: Prehellindo.
- _____. 2001. *Manajemen Pemasaran: Marketing Management; Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Edisi Indonesia. Jilid 1. Jakarta: PT.Prenhallindo.
- Loudon L. David And Bitta J Della. 1993. *Consumer Behavior: Concept and Application*. Fourth Edition. McGraw-hill. Inc.
- Lovelock, Cristopher H. 1991. *Service Marketing*. Second Edition, USA: Prentice Hall International.Inc.
- Maylina, Wenny. 2002. *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan Terhadap Merek Pada Konsumen Pasta Gigi Pepesodent di Surabaya*. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi: Ventura, Vol.6 No.1.
- Oliver L Ricahrd. 1997. *Satisfaction A Behavioral Prespective On the Consumer*. New York: Mc Graw – Hill. Companies Inc.

Parasuraman, A , Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry. 1993. *SERVQUAL: A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, dalam *Journal of Retailing*. Vol. 64. No. 1.

Purwanto. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.

_____. 2005. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.

_____. 2006. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Kesembilan. Bandung: CV. Alfabeta.

_____. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Keduabelas. Bandung: CV. Alfabeta.

_____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Ke-19. Bandung: CV. Alfabeta.

Swastha, Basu. 1996. *Azas - azas Marketing*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

_____. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi I. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Wahyu Ariani, D. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yamit, Zulian. 2013. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.

Jurnal Online:

Wibowo, Susanto, A. 2013. *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan di Kota Purwokerto*. (Online), (<http://lib.unnes.ac.id/18048/1/7350408009.pdf>, diakses 05 Desember 2018).

Suhaji, Aditia, Indra. 2012. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada UD Pandan Wangi Semarang*. (Online), (<http://www.researchgate.net/publication/541541>, diakses 05 Desember 2018).

Internet:

https://www.google.co.id/url?q=http://digilib.esaunggul.ac.id/public/ueu/journal-2218-r_a_nurlinda.pdf&sa diakses pada tanggal 09 Mei 2015

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/13/jumlah-penduduk-indonesia-diproyeksikan-mencapai-270-juta-pada-2020>. (diakses 06 Januari 2020).

LAMPIRAN



PEMERINTAH PROVINSI KALIMANTAN TIMUR
DINAS PERHUBUNGAN

UPTD TERMINAL LEMPAKE

Jl. D.I. Panjaitan No. 42 Samarinda

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

- a. Nama : Jafaruddin H.A., S.E.
- b. Jabatan : Koordinator Terminal Lempake

Dengan ini menerangkan bahwa :

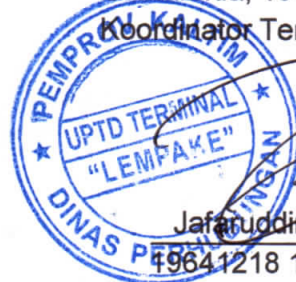
- a. Nama : Al Halim R
- b. NIM : 1402095173
- c. Program Studi : Administrasi Bisnis

Mahasiswa tersebut benar telah melaksanakan penelitian/observasi guna penyusunan skripsi di Terminal Lempake dengan judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BUS JURUSAN SAMARINDA BONTANG PADA TERMINAL LEMPAKE DI KOTA SAMARINDA"**.

Demikian Keterangan ini dibuat untuk digunakan seperlunya.

Samarinda, 19 Januari 2021

Koordinator Terminal Lempake



Jafaruddin H.A., S.E.

19641218 199003 1 015

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BUS JURUSAN SAMARINDA BONTANG PADA TERMINAL LEMPAKE DI KOTA SAMARINDA

Responden Yth.

Bersama ini, Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner penelitian ini yang dilakukan dalam rangka menyelesaikan studi pada program studi Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman dengan judul yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Jurusan Samarinda - Bontang Pada Terminal Lempake Di Kota Samarinda.” Penelitian ini diharapkan meberikan hasil yang bermanfaat. Oleh karena itu dimohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. Jawaban yang diberikan akan dijamin kerahasiannya dan hanya digunakan untuk kepentingan ilmiah dan bukan untuk kepentingan komersial.

Atas kerjasama yang baik dan kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini, kami mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Al Halim R.

I. Data Responden

Beri tanda (\surd) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan jawaban Anda.

1. Jenis Kelamin :

Laki-laki

Perempuan

2. Usia Anda saat ini adalah :

< 17 Tahun

40 – 49 Tahun

18 - 28 Tahun

> 50 Tahun

29 – 39 Tahun

3. Tingkat pendidikan terakhir Anda adalah :

SMP dan Dibawahnya

S2

SMA / Sederajat

S3

Diploma

Lain – lain.....

S1

4. Jenis pekerjaan Anda adalah :

Pelajar/Mahasiswa

Wiraswasta

Pegawai Negeri

Lain – lain (sebutkan).....

Pegawai Swasta

5. Tingkat pendapatan

< Rp. 500.000

> Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000

Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000

> Rp. 5.000.000

> Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000

6. Telah berapa kali Anda menggunakan pelayanan jasa transportasi Bus Jurusan Samarinda - Bontang pada Terminal Lempake Kota Samarinda ?

2 Kali

4 - 6 Kali

> 3 Kali

> 6 Kali

7. Dari manakah Anda tahu mengenai pelayanan jasa transportasi Bus Jurusan Samarinda - Bontang ?

- Teman atau keluarga
- Rekomendasi dari tempat kerja
- Iklan (media cetak)
- Surat Kabar
- Lain - lain (sebutkan)

8. Mengapa masih menggunakan transportasi Bus?

- Jam berangkatnya tepat waktu
- Biayanya Murah
- Fasilitasnya Bagus
- Lain - lain (sebutkan)

II. Kualitas Pelayanan

Petunjuk Pengisian :

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan memberi check tanda silang (X) pada alternatif jawaban yang telah disediakan dengan kondisi yang menurut anda sesuai dengan kenyataan. Pada setiap pertanyaan disediakan lima (5) point alternatif jawaban

A. Kualitas Pelayanan (X)

1. Menurut Bapak/Ibu/Sdr (i), apakah kondisi Bus yang digunakan untuk angkutan penumpang dalam kondisi baik?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
2. Menurut Bapak/Ibu/Sdr (i), tersedianya sarana dan prasarana di lokasi bus di Terminal Bus Lempake Kota menunjang kualitas layanan?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
3. Menurut Bapak/Ibu/Sdr (i), apakah petugas dalam memberikan pelayanan pembelian tiket dilakukan secara cepat?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

4. Menurut Bapak/Ibu/Sdr (i), apakah keberangkatan Bus konsisten dengan jadwal keberangkatan?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
5. Menurut Bapak/Ibu/Sdr (i), apakah petugas di terminal tanggap dalam mengatasi masalah yang timbul?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
6. Menurut Bapak/Ibu/Sdr (i), Apakah petugas terminal memiliki kemampuan dalam menyampaikan informasi kepada pengguna jasa angkutan Bus?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
7. Menurut Bapak/Ibu/Sdr (i), apakah karyawan angkutan Bus memiliki kemampuan dan keahlian teknis sehingga cepat mengatasi permasalahan teknis yang terjadi?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

8. Menurut Bapak/Ibu/Sdr (i), apakah karyawan angkutan Bus memberi jaminan keamanan kepada penumpang bus?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
9. Menurut Bapak/Ibu/Sdr (i), apakah karyawan Terminal Bus Lempake memiliki kepedualian terhadap penumpang Bus?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
10. Menurut Bapak/Ibu/Sdr (i), apakah petugas Terminal Lempake memiliki kemampuan berkomunikasi dengan penumpang Bus?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

B. Kepuasan Pelanggan (Y)

1. Apakah Bapak/Ibu/Sdr (i), puas dengan perhatian petugas dalam memberikan pelayanan kepada penumpang?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

2. Apakah Bapak/Ibu/Sdr (i), puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak petugas Terminal Bus?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
3. Apakah Bapak/Ibu/Sdr (i), sering menggunakan jasa angkutan umum?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
4. Apakah Bapak/Ibu/Sdr (i), merasa puas dengan layanan jasa angkutan umum?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
5. Apakah Bapak/Ibu/Sdr (i), sering merekomendasikan kepada orang lain atas jasa pelayanan yang diberikan di Terminal Bus Lempake?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

6. Apakah Bapak/Ibu/Sdr (i), merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak petugas Terminal Angkutan Umum Lempake?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
7. Apakah Bapak/Ibu/Sdr (i), dalam menerima layanan di Terminal Bus Lempake sesuai dengan harapan?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju
8. Apakah Bapak/Ibu/Sdr (i), apakah dengan ketersediaan fasilitas sesuai dengan harapan pengguna layanan Terminal Angkutan Umum Lempake?
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Netral
 - d. Tidak Setuju
 - e. Sangat Tidak Setuju

***** *Selamat Beraktivitas* *****

Lampiran II

Tabulasi Data

R	Kualitas Pelayanan (X)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	5	4	4	5	4	1	4	3	38
2	4	4	5	2	4	4	4	3	4	4	38
3	3	3	5	4	3	3	4	4	3	4	36
4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	41
5	5	5	1	5	2	3	4	3	4	5	37
6	5	5	1	5	2	3	4	3	4	5	37
7	4	4	4	1	4	4	5	2	4	4	36
8	4	5	5	3	5	3	3	4	4	5	41
9	3	3	5	4	5	4	4	3	4	4	39
10	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	36
11	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
12	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	34
13	4	4	4	3	4	5	4	4	5	3	40
14	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
15	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	31
16	3	3	5	2	3	5	3	3	4	4	35
17	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	31
18	4	4	4	3	2	4	4	1	3	4	33
19	4	5	3	4	3	2	3	3	4	3	34
20	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	25
21	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	35
22	4	3	5	1	4	4	3	4	3	5	36
23	4	4	5	2	4	4	5	3	4	5	40
24	3	3	5	2	3	3	4	1	4	3	31
25	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	31
26	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	33
27	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	40
28	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
29	3	2	4	1	3	2	3	2	2	2	24
30	5	5	5	3	5	5	4	3	4	4	43
31	2	4	4	3	3	2	3	4	3	2	30

32	4	4	5	2	4	4	2	4	2	4	35
33	3	3	3	2	2	3	3	3	4	2	28
34	3	5	3	2	3	4	3	4	4	5	36
35	4	3	5	3	4	5	4	4	4	3	39
36	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
37	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	29
38	3	3	4	3	3	3	4	3	4	5	35
39	2	1	5	1	4	4	3	3	2	4	29
40	3	4	4	1	4	4	4	2	4	4	34
41	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	41
42	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	33
43	4	4	4	2	4	2	4	4	2	4	34
44	5	5	4	3	4	3	3	4	3	5	39
45	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	34
46	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	40
47	4	3	3	3	4	3	4	3	4	5	36
48	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
49	3	3	5	3	3	4	3	2	3	4	33
50	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	43
51	4	4	3	2	4	4	4	2	4	4	35
52	3	3	4	2	2	3	3	3	2	4	29
53	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	45
54	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
55	4	5	5	2	4	3	4	2	4	4	37
56	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	39
57	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
58	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	29
59	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	39
60	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
61	4	2	4	2	3	4	3	5	4	4	35
62	3	4	4	4	3	4	2	4	2	5	35
63	4	3	4	3	4	4	2	4	2	5	35
64	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	32
65	4	3	3	3	4	3	1	4	3	4	32
66	5	3	5	3	2	2	4	4	2	5	35
67	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	32

68	3	4	3	3	4	3	2	4	4	4	34
69	4	3	5	4	4	3	4	3	3	4	37
70	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	36
71	3	3	4	4	4	4	2	4	2	4	34
72	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	38
73	4	3	3	5	4	3	4	2	4	4	36
74	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	37
75	3	3	2	4	3	2	4	4	4	4	33
76	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	31
77	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	40
78	3	4	2	3	4	3	4	4	4	3	34
79	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	30
80	3	4	2	4	4	3	4	3	3	4	34
81	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	35
82	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	39
83	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	29
84	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	37
85	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
86	4	5	3	3	3	4	4	5	4	4	39
87	3	3	5	4	5	4	3	4	4	4	39
88	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	36
89	3	3	5	4	5	4	4	3	5	4	40
90	3	2	3	2	3	4	3	4	4	4	32
91	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	39
92	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	39
93	2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	33
94	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	35
95	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	33
96	3	3	2	4	2	3	4	4	4	3	32

R	Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	2	4	4	4	2	3	27
2	4	4	3	4	2	4	3	4	28
3	4	4	2	3	3	4	4	5	29
4	4	3	3	5	4	4	3	4	30
5	3	5	2	4	2	5	3	5	29
6	3	5	2	4	2	5	3	3	27
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	5	5	1	4	3	4	4	3	29
9	5	4	4	4	2	5	4	4	32
10	3	3	3	3	5	4	4	2	27
11	4	4	2	4	4	4	4	4	30
12	4	4	3	3	3	3	4	3	27
13	3	3	2	4	3	4	3	3	25
14	4	4	2	4	2	4	4	4	28
15	5	3	3	3	2	3	3	3	25
16	4	4	2	3	1	3	4	2	23
17	2	3	2	3	2	2	4	4	22
18	3	3	4	4	4	3	3	4	28
19	4	4	4	4	3	4	2	3	28
20	2	3	3	3	2	4	4	2	23
21	4	3	2	4	2	4	3	4	26
22	3	4	2	4	5	4	4	3	29
23	4	5	4	4	4	4	3	4	32
24	3	2	4	2	3	2	4	2	22
25	3	3	2	3	3	3	3	3	23
26	3	3	3	4	4	4	4	3	28
27	3	4	4	4	4	4	3	4	30
28	5	5	5	4	4	4	4	4	35
29	1	2	4	3	4	2	4	3	23
30	4	4	4	5	4	4	4	3	32
31	2	3	4	3	2	2	3	2	21
32	4	2	4	2	4	2	3	3	24
33	2	2	2	3	1	2	2	3	17
34	5	5	5	5	4	5	4	3	36

35	4	4	3	4	4	4	3	4	30
36	5	5	2	5	4	5	4	4	34
37	3	3	4	3	2	3	4	3	25
38	4	4	3	4	2	4	4	3	28
39	3	3	4	2	3	2	3	3	23
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	5	5	4	4	4	4	3	3	32
42	3	3	2	3	3	3	4	3	24
43	4	4	2	4	4	4	3	3	28
44	4	4	2	4	2	3	4	3	26
45	5	3	5	5	5	5	4	3	35
46	4	5	2	4	5	5	4	3	32
47	4	4	3	4	3	4	3	4	29
48	3	3	4	3	3	3	3	3	25
49	4	3	4	4	4	4	3	4	30
50	4	3	3	4	5	3	4	3	29
51	4	4	2	4	2	4	3	3	26
52	3	3	2	3	4	3	3	4	25
53	3	2	2	3	4	4	3	3	24
54	4	3	4	4	2	4	4	4	29
55	3	3	2	4	2	3	4	3	24
56	4	4	1	4	2	4	3	4	26
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32
58	3	3	3	3	3	4	2	3	24
59	4	4	2	4	2	4	4	4	28
60	4	4	2	4	2	4	4	4	28
61	4	4	4	4	4	4	4	3	31
62	4	4	3	4	3	3	4	4	29
63	3	3	3	3	4	4	3	3	26
64	4	3	4	4	3	3	4	4	29
65	4	4	3	4	3	3	4	4	29
66	4	2	4	3	4	4	3	3	27
67	3	3	4	4	4	4	4	3	29
68	4	4	4	2	4	4	3	4	29
69	4	3	3	4	4	4	4	4	30
70	3	4	4	4	4	4	3	3	29

71	3	4	3	4	4	4	4	3	29
72	4	3	4	4	4	4	4	4	31
73	4	4	4	4	4	5	3	4	32
74	4	4	4	3	4	4	4	3	30
75	3	4	4	4	3	3	5	3	29
76	4	3	3	3	4	3	3	3	26
77	4	4	4	4	4	4	3	4	31
78	3	4	4	3	3	3	3	3	26
79	4	3	3	4	3	3	2	2	24
80	3	4	3	3	5	4	3	3	28
81	3	2	2	2	4	4	3	4	24
82	4	4	4	2	4	4	4	3	29
83	3	4	3	3	4	3	3	3	26
84	4	4	3	4	3	3	3	3	27
85	4	4	3	3	3	4	5	4	30
86	4	4	4	4	4	3	4	4	31
87	3	3	4	3	2	4	4	4	27
88	5	4	3	4	3	4	4	3	30
89	4	4	4	4	4	4	3	3	30
90	4	3	2	3	3	4	3	4	26
91	4	4	4	4	4	4	4	3	31
92	3	4	4	4	4	4	2	4	29
93	4	4	4	3	3	4	3	4	29
94	3	3	4	4	4	3	4	4	29
95	3	4	4	3	4	3	3	4	28
96	4	4	3	3	3	4	3	3	27

Lampiran III

Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	N	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	Variabel X1 (a)	0,627	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (b)	0,517	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (c)	0,379	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (d)	0,465	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (e)	0,665	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (f)	0,571	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (g)	0,518	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (h)	0,393	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (i)	0,633	0,167	96	Valid
	Variabel X1 (j)	0,550	0,167	96	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Variabel Y (a)	0,660	0,167	96	Valid
	Variabel Y (b)	0,635	0,167	96	Valid
	Variabel Y (c)	0,409	0,167	96	Valid
	Variabel Y (d)	0,637	0,167	96	Valid
	Variabel Y (e)	0,507	0,167	96	Valid
	Variabel Y (f)	0,680	0,167	96	Valid
	Variabel Y (g)	0,342	0,167	96	Valid
	Variabel Y (h)	0,420	0,167	96	Valid

Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X)	0,706	10	Reliabel
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,634	8	Reliabel

Analisis Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.800	2.257		5.227	.000
Kualitas Pelayanan	.453	.063	.596	7.200	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji T atau Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.800	2.257		5.227	.000
X	.453	.063	.596	7.200	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.355	.349	2.63631

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

LAMPIRAN IV

DOKUMENTASI



Tampak Depan Terminal Lempake



Bersama Petugas PT. Terminal



Pembagian Kuesioner