



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BUS PO. TIMBUL JAYA
di WONOGIRI**

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang

Oleh

Ahmad Mutaqin

NIM. 3352401038

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2006**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada :

Hari :

Tanggal :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Sugiharto, M.Si.
NIP. 131286682

Dra. Palupiningdyah, M.Si.
NIP. 130812917

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Sugiharto, M.Si.
NIP. 131286682

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang pada :

Hari :

Tanggal :

Penguji Skripsi,

Drs. S. Martono, M.Si.
NIP.131813655

Anggota I

Anggota II

Drs. Sugiharto, M.Si.
NIP.131286682

Dra. Palupiningdyah, M.Si.
NIP. 130812917

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Drs. Agus Wahyudin, M.Si.
NIP. 131658236

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, 2006

Ahmad Mutaqin
NIM. 3352401038

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- ⊕ *Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan (Qs. Alam Nasyrah: 5)*
- ⊕ *Tuntutlah ilmu. Sesungguhnya menuntut ilmu adalah pendekatan diri kepada Allah 'Azza wa Jalla. Mengajarkannya kepada orang yang tidak mengetahuinya adalah sedekah. Sesungguhnya ilmu pengetahuan menempatkan orangnya pada kedudukan terhormat dan mulia (HR. Ar-Rabii)*

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk :

1. Ayahku kasimin dan Ibuku Sukani tercinta yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang, doa dan kepercayaan demi keberhasilanku.
2. Adik-adikku tersayang yang telah memberiku semangat
3. Istriku Neny Widhayati tercinta yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang
4. Almamaterku

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri*”, dalam rangka menyelesaikan studi strata 1 untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah menerima banyak bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak yang tak ternilai harganya. Jasa baik mereka tentu tidak dapat saya lupakan begitu saja. Dan pada kesempatan ini saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Agus Wahyudin, M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
2. Bapak Drs. Sugiharto, M.Si, Ketua Jurusan ekonomi Universitas Negeri Semarang sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan membimbing penyusunan skripsi ini dengan sabar dan penuh perhatian.
3. Ibu Dra. Palupiningdyah, M.Si., Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan membimbing penyusunan skripsi ini dengan sabar dan penuh perhatian.
4. Bapak Danar Ramhanto. Direktur PO. Timbul Jaya yang telah bersedia memberikan izin dan fasilitas selama penulis melakukan penelitian.

5. Bapak Mashudi, Pembimbing Lapangan yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi tentang PO. Timbul Jaya.
6. Seluruh pelanggan Bus PO. Tumbul Jaya jurusan Wonogiri-Jakarta yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
7. Teman-temanku Bagus K, Dwek Voly, Agung D'guitar killer, Dian, Wawan, eko, Fitri, Farida dan teman-teman semua yang telah membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini.
8. Semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca. Amien.

Semarang, 2006

Penulis

SARI

Ahmad Mutaqin. 2006. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri.* Jurusan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. 62 hal.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya agar mereka merasa puas terhadap jasa yang mereka rasakan dan mereka mau menjadi pelanggan selain pelayanan, fasilitas dalam usaha jasa harus diperhatikan pula terutama yang berhubungan atau berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh konsumen. Karena dalam usaha jasa, penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan didasari atas apa yang mereka peroleh setelah penggunaan jasa tersebut. Kebenaran argumen tersebut perlu dibuktikan melalui suatu penelitian untuk memperoleh jawaban yang akurat.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah : (1) Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri ?, dan (2) Variabel manakah yang lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri. Tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri, dan (2) untuk mengetahui faktor mana yang lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri. Penetapan responden secara aksidental saat mereka akan bepergian menggunakan jasa bus PO. Timbul Jaya. Sedangkan ukuran sampel ditentukan berdasarkan rumus iterasi, menurut Sitepu (1994 :108-109) dan diperoleh besarnya sampel 120 orang. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan dan fasilitas sebagai variabel bebas dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Metode pengumpulan data menggunakan angket, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif persentase dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan bus PO. Timbul Jaya Wonogiri telah baik dengan bobot persentase 73,47%, untuk variabel fasilitas masuk dalam kategori baik dengan bobot 66,25% sedangkan kepuasan pelanggan termasuk kategori puas dengan bobot persentase 66,25%. Hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi : $\hat{Y} = 1,757 + 0,149X_1 + 0,210X_2$. Uji keberartian persamaan regresi dengan analisis variansi untuk regresi diperoleh $F_{hitung} = 76,472$ dengan harga signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji secara parsial diperoleh t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 4,689 dengan signifikansi 0,000 dan untuk variabel fasilitas diperoleh t_{hitung} sebesar 4,030 dengan signifikansi 0,000. dengan demikian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan fasilitas berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan termasuk kategori cukup besar (56,7%). Diantara kualitas pelayanan dan fasilitas yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan (15,82%) sedangkan fasilitas memberikan pengaruh sebesar (12,19%).

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas merupakan modal yang berharga untuk menciptakan kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri. Pelanggan pengguna bus PO. Timbul Jaya telah merasa puas menggunakan jasa angkutan ini, akan tetapi masih perlu ditingkatkan dengan jalan meningkatkan perhatian pada kualitas pelayanan dalam hal menasehati sopir maupun kru bus untuk tidak mengizinkan pengamen atau pedagang asongan masuk kedalam bus dengan cara apapun. Selain itu untuk memperhatikan fasilitas yang berkaitan dengan tempat duduk dalam bus agar dapat dipertimbangkan kembali untuk masalah kelonggarannya agar para pelanggan tetap loyal dalam menggunakan jasa angkutan dari PO. Timbul Jaya.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemilik usaha kaitannya dalam menjamin kepuasan pelanggan yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan serta menyediakan fasilitas yang memadai serta bermanfaat bagi mahasiswa jurusan manajemen kaitannya dalam mencermati faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan suatu jasa angkutan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA.....	vi
SARI.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	5
1.3 Penegasan Istilah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Skripsi.....	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	9
2.1 Jasa (<i>Service</i>)	9
2.1.1 Pengertian Jasa.....	9
2.1.2 Karakteristik Jasa	9
2.2 Kualitas.....	11
2.3 Pelayanan.....	12
2.4 Kualitas Pelayanan	12
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	12
2.4.2 Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan	13
2.4.3 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan	14

2.5 Fasilitas.....	16
2.6 Kepuasan Pelanggan	18
2.6.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	18
2.6.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	19
2.6.3 Atribut-atribut Pembentuk Kepuasan Pelanggan.....	21
2.6.4 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	22
2.7 Kerangka Berfikir	24
2.8 Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Populasi	27
3.2 Sampel.....	27
3.3 Variabel Penelitian.....	31
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.5 Validitas dan Reliabilitas	33
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.7 Metode Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.2 Hasil Penelitian	45
4.3 Pembahasan.....	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Simpulan	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Distribusi Usia Responden Penelitian.....	45
2. Distribusi Jenis Kelamin Responden	46
3. Dstribusi Pekerjaan Responden Penelitian.....	46
4. Kategori Kualitas Pelayanan	47
5. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Pelayanan	48
6. Deskripsi Tiap Indikator Kualitas Pelayanan.....	49
7. Kategori Fasilitas	49
8. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Fasilitas.....	50
9. Deskripsi Tiap Indikator Fasilitas	51
10. Kategori Kepuasan Pelanggan	51
11. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan pelanggan.....	52
12. Deskripsi Tiap Indikator Kepuasan Pelanggan	53
13. Ringkasan Analisis Regresi antara Kualitas Pelayanan dan Fasilitas dengan Kepuasan Pelanggan.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Konsep Kepuasan Pelanggan	19
2. Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Pelanggan.....	20
3. Kerangka Pemikiran.....	25
4. Uji Normalitas	36
5. Uji Heterokedastisitas	38
6. Struktur Organisasi PO. Timbul Jaya	43
7. Distribusi Kualitas Pelayanan Pelanggan Bus PO. Timbul Jaya	48
8. Distribusi Fasilitas Bus Po. Timbul Jaya	50
9. Distribusi Kepuasan Pelanggan Pelanggan Bus PO. Timbul Jaya.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Angket Penelitian	65
2. Validitas dan Reliabilitas Angket	71
3. Data Hasil Penelitian.....	74
4. Deskripsi Data Variabel Penelitian	77
5. Analisis Deskriptif Presentase Tiap Indikator.....	80
6. Analisis Regresi	85
7. r_{tabel}	91
8. Surat Ijin Penelitian.....	92
9. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Adanya kemajuan perekonomian global dewasa ini mendorong pertumbuhan sektor jasa yang begitu pesat. Banyak peluang bisnis yang muncul dari sektor ini, demikian halnya kesempatan kerja banyak tercipta dari sektor jasa. Hal ini besar kemungkinan disebabkan oleh adanya peningkatan pengaruh sektor jasa dalam perekonomian, waktu santai yang semakin banyak, presentase wanita yang masuk angkatan kerja semakin besar, tingkat harapan hidup semakin meningkat, produk-produk yang dibutuhkan dan dihasilkan semakin kompleks, adanya peningkatan kompleksitas kehidupan dan perubahan teknologi yang semakin cepat (Tjiptono 2004:04). Saat ini berbagai bisnis jasa banyak di jumpai dalam kehidupan sehari-hari, salah satu contohnya adalah perusahaan jasa transportasi.

Perusahaan jasa transportasi adalah suatu unit kegiatan ekonomi yang terletak pada suatu tempat tertentu yang menyediakan jasa angkutan penumpang, dan atau barang dari suatu tempat ketempat lain dengan menggunakan alat angkutan bermotor maupun tidak bermotor melalaui darat, air maupun udara dengan mendapat balas jasa (BPS 1997). Dapat dikatakan jasa transportasi pada saat ini merupakan suatu sarana yang sangat dibutuhkan bagi berbagai sendi kehidupan. Orang akan menggunakan kendaraan pribadi atau kendaraan angkutan umum guna mengantarkan dirinya kesuatu tempat tujuan, demikian pula perusahaan membutuhkan armada transportasi guna mendistribusikan barangnya dari gudang untuk dapat sampai kepada konsumen di pasar.

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 maupun mendirikan perusahaan transportasi baru.

Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan fasilitas yang memadai bagi konsumennya agar mereka merasa puas terhadap jasa yang mereka rasakan dan mereka mau menjadi pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan (Tjiptono 2004 : 54). Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan bagi para pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler dalam Sulisty 1999:10) Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, tetapi merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Kualitas dibentuk oleh perbandingan antara ideal dan persepsi dari kinerja dimensi kualitas (Oliver dalam Sulisty 1999:10).

Faktor yang tak kalah penting untuk diperhatikan setelah pelayanan dalam usaha jasa adalah mengenai fasilitas. Fasilitas dalam usaha jasa harus selalu

diperhatikan terutama yang berhubungan atau berkaitan erat dengan apa yang dirasakan oleh konsumen. Karena dalam usaha jasa, penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan didasari atas apa yang mereka peroleh setelah penggunaan jasa tersebut. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa dimata pelanggan (Tjiptono 2004 : 43). Oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

Fasilitas fisik merupakan salah satu indikator mengenai baik tidaknya kualitas suatu jasa, fasilitas erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Dengan demikian, bagi perusahaan yang ingin tetap mempertahankan eksistensinya dan memenangkan persaingan bisnis serta menarik perhatian pelanggan senantiasa memberikan pelayanan yang berkualitas serta fasilitas pendukung yang sesuai dengan harga yang telah dibayar oleh pelanggan atau berusaha untuk memenuhi kebutuhan serta mewujudkan harapan mereka.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibanding harapannya (Kotler dalam Tjiptono 2004 : 147).

Dilihat dari segi kependudukan, kabupaten Wonogiri merupakan daerah dimana masyarakatnya adalah masyarakat perantau. Menurut BPS kabupaten Wonogiri Pada tahun 2004 tercatat sejumlah 111.584 orang yang merantau atau sekitar 10 % dari total jumlah penduduk wonogiri yaitu 111.117.115 jiwa, yang tersebar di beberapa kota besar di Indonesia salah satunya adalah ibu kota Jakarta, dari yang bekerja sebagai pedagang, karyawan, hingga pekerja bangunan yang

sering mudik balik Wonogiri-Jakarta. Ini merupakan pasar yang cukup baik bagi bisnis transportasi khususnya perusahaan otobus. Di Wonogiri sendiri telah banyak terdapat perusahaan otobus, belum lagi perusahaan otobus dari luar Wonogiri yang mulai masuk kepasar Wonogiri. Hal ini membuat tingkat persaingan yang cukup ketat antar perusahaan otobus.

Perusahaan otobus Timbul Jaya merupakan salah satu perusahaan bus lokal yang mampu bertahan ditengah gejolak ekonomi saat ini. Adapun armada yang dimilikinya cukup banyak dan ijin trayek Wonogiri-Jakarta memberikan kontribusi yang besar bagi perusahaan. Karena jalur ini merupakan jalur yang ramai digunakan oleh masyarakat Wonogiri untuk bepergian merantau ke Jakarta. Ramainya jalur Wonogiri-Jakarta, membuat perusahaan jasa transportasi bus tertarik jalur tersebut. Ini terbukti dengan masuknya beberapa perusahaan bus dari daerah luar Wonogiri yang membeli trayek tersebut.

Pada perusahaan otobus Timbul Jaya masih sering dijumpai adanya suatu masalah yang dapat menyebabkan pelanggan atau konsumen mengeluh. Seperti ketidak tepatan waktu, waktu keberangkatan maupun waktu saat tiba di tujuan, tape atau radio dalam bus yang kurang dimanfaatkan, tempat duduk yang kurang longgar, gangguan-gangguan selama perjalanan yang mengurangi kenyamanan konsumen disebabkan masuknya pengamen, pedagang asongan ke dalam bus yang sering memaksa konsumen untuk mengeluarkan uangnya sehingga konsumen merasa terganggu. Berdasarkan kenyataan diatas inilah yang menarik peneliti untuk mengambil judul penelitian **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BUS PO. TIMBUL JAYA DI WONOGIRI.**

1.2 Permasalahan

Berdasar latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri ?
2. Variabel manakah yang lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri ?

1.3 Penegasan Istilah

Untuk menghindari salah tafsir dalam mengartikan istilah-istilah dalam judul ini, maka perlu adanya penegasan istilah sebagai berikut :

1. Pengaruh

Kekuatan yang ada atau timbul dari (orang / benda), yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.

2. Kualitas

Menurut Goetsh dan Davis dalam Tjiptono (2004 : 51) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

3. Pelayanan / Servis

Servis yang diberikan atau disampaikan oleh pemilik jasa transportasi bus berupa kemudahan, hubungan, kecepatan, keramahan dan kenyamanan melalui sikap dan sifat kepada konsumen.

4. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan

kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut (Lovelock dalam Tjiptono 2004: 59)

5. Fasilitas

Menurut Tjiptono (2004:19) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Yaitu fasilitas yang diberikan oleh perusahaan jasa transportasi bus PO. Timbul Jaya.

6. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan kesesuaian antara harapan dengan kinerja yang diterima pelanggan.

7. Jasa

jasa adalah sebuah tindakan atau perbuatan yang bersifat *intangible* yang ditawarkan untuk dijual kepada pihak lain

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri ?
2. Untuk mengetahui Variabel mana yang lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri ?

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1.5.1 Bersifat teoritis

1. Bagi pembaca, untuk menambah pengetahuan tentang usaha jasa dan masalah yang dihadapinya terutama tentang kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan.

2. Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan dipakai sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut dengan variabel yang berbeda.
3. Bagi penulis, penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah pengalaman dalam penerapan ilmu yang berkaitan dengan usaha jasa yaitu mengenai kualitas jasa, fasilitas, dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

1.5.2 Bersifat praktis

Bagi perusahaan atau pemilik usaha, penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam memberikan pelayanan dan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen sehingga mereka mau melakukan pembelian ulang atas produk yang ditawarkan.

1.6 Sistematika Skripsi

Merupakan garis besar penyusunan skripsi yang memudahkan jalan pikiran dalam memahami secara keseluruhan isi skripsi.

Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah :

Bagian Pertama adalah bagian awal berisi tentang judul skripsi, sari, pengesahan, motto dan persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, dan daftar lampiran.

Bagian Kedua adalah isi skripsi yang terdiri dari lima bab yaitu bab I, bab II, bab III, bab IV, bab V.

BAB I Pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, penegasan istilah, tujuan penelitian, kegunaan/manfaat penelitian serta sistematika skripsi

BAB II Landasan teori, kerangka pemikiran; hipotesis

BAB III Metodologi Penelitian terdiri dari populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian, metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, metode analisis data; regresi linier berganda

BAB IV Hasil Penelitian dan pembahasan berisi penyajian data, analisis data, pengujian hipotesis, pembahasan hasil penelitian.

BAB V Penutup berisi tentang simpulan, saran

Bagian Ketiga Adalah bagian akhir yang terdiri dari daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

BAB II

LANDASAN TEORI

Penelitian ini akan menjadi baik, jika didukung oleh landasan teori yang sesuai dengan masalahnya. Landasan teori tersebut, digunakan sebagai titik tolak berpikir dalam penelitian suatu masalah. Sesuai dengan judul penelitian ini, landasan teori yang dikemukakan meliputi hal-hal sebagai berikut :

2.1 Jasa (*Service*)

2.1.1 Pengertian Jasa

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 347) jasa adalah segala aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tak berwujud- fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

Jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual (Tjiptono 2004 : 06). Jadi, jasa adalah sebuah tindakan atau perbuatan yang bersifat *intangible* yang ditawarkan untuk dijual kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersama, dimana interaksi antara pemberi dan penerima jasa akan mempengaruhi hasil dari jasa tersebut (Freddy Rangkuti 2002: 26).

2.1.2 Karakteristik Jasa

Menurut Tjiptono (2004 : 15) ada empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang. Keempat karakteristik tersebut meliputi :

1. *Intangible*

Jasa bersifat *intangible* artinya, tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Menurut Enis dan Cox dalam Tjiptono (2004 : 15) Konsep *intangible* ini sendiri memiliki dua pengertian, yaitu :

- a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat dirasa.
- b. Sesuatu yang tidak mudah didefinisikan, diformulasikan, atau dipahami secara rohaniah.

Seseorang tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum ia menikmatinya sendiri. Bila pelanggan membeli jasa, maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan tersebut tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya. Oleh karena itu untuk mengurangi ketidakpastian, para pelanggan memperhatikan tanda-tanda atau bukti kualitas jasa tersebut. Mereka akan menyimpulkan kualitas jasa dari tempat (*place*), orang (*people*), peralatan (*equipment*), bahan-bahan komunikasi (*communication materials*), simbol, harga yang mereka amati.

2. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa tersebut. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa (*contact personnel*) merupakan unsur yang sangat penting.

3. *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *nonstandardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa, yaitu kerja sama atau partisipasi pelanggan selama penyampaian jasa, moral / motivasi karyawan dalam melayani pelanggan, dan beban kerja perusahaan.

4. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Kondisi ini tidak akan menjadi masalah jika permintaannya konstan. Tetapi kenyataannya permintaan pelanggan akan jasa umumnya sangat bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman. Oleh karena itu perusahaan jasa harus mengevaluasi kapasitasnya (substitusi dari persediaan jasa) guna menyeimbangkan penawaran dan permintaan.

Jadi jasa merupakan suatu tindakan atau perbuatan yang bersifat intangible yang di tawarkan untuk dijual kepada pihak lain yang memiliki beberapa ciri : *intangible, inseparability, variability* dan *perishability*.

2.2 Kualitas

Menurut Goetsh dan Davis dalam Tjiptono (2004 : 51) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Krajewski dalam Sumadi (2001: 57), Kualitas dapat ditinjau dari sudut pandang produsen dan konsumen. Ditinjau dari pandangan produsen kualitas adalah produk yang dalam

produksinya telah sesuai dengan spesifikasinya atau standar yang dibuat oleh perusahaan. Sedangkan dari sudut pandang konsumen kualitas adalah nilai atau kecocokan untuk digunakan. Dalam dasa warsa terakhir ini arti kualitas memang lebih banyak dilihat dari sudut pandang konsumen, karena perusahaan yang menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung dari konsumen. Sedemikian arti kesetiaan seorang konsumen bagi perusahaan, maka sudah tepat apabila konsumen ditempatkan pada posisi paling utama untuk dipuaskan.

2.3 Pelayanan

Pelayanan adalah setiap kegiatan dan manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak perlu berakibat pemilikan sesuatu (Kotler 1993:352). Pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak (Tjiptono 2000:6)

Berdasarkan kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah proses pemberian bantuan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada pemilikan sesuatu pada jual beli barang atau jasa sehingga orang tersebut memperoleh sesuatu yang dinginkannya

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan (Lovelock dalam Tjiptono 2004: 59). Bitner dalam Sulistyono (1999: 10)

mengemukakan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan hasil dari perbandingan kinerja dan yang diterima konsumen dari penyedia jasa.

Oliver dalam Sulisty (1999: 10) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan keseluruhan ditentukan oleh kesesuaian keinginan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen.

Berdasarkan ketiga pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut.

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan (*perceived service*) (Parasuraman, et al.dalam Tjiptono2004). Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*percieved service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler dalam Sulisty 1999:10). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasar pada sudut pandang atau persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa.

2.4.2 Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, dkk dalam Sumadi (2001: 60). Ciri-ciri kualitas pelayanan dapat dievaluasi ke dalam lima dimensi pokok, yaitu :

1. *Tangible* (bukti fisik), untuk mengukur fasilitas fisik, peralatan, karyawan serta sarana komunikasi.
2. *Reliability* (keandalan), untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memberikan jasa yang tepat dan dapat diandalkan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan cepat.
4. *Assurance* (jaminan), untuk mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan; bebas dari bahaya; bebas dari resiko dan keragu-raguan.
5. *Emphaty* (perhatian), untuk mengukur pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta perhatian yang diberikan oleh karyawan.

2.4.3 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 pokok tersebut meliputi (Wolkins, dkk dalam Tjiptono 2004) :

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk

meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

2. Pendidikan

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

3. Perencanaan

Proses perencanaan strategik 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 untuk mencapai tujuan kualitas.

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.

6. Penghargaan dan Pengakuan

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

2.5 Fasilitas

Menurut Tjiptono (2004:19) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. Pelanggan yang ingin mencari kenyamanan untuk bepergian dengan menggunakan bus, akan lebih memilih agen bus yang desainnya menarik dengan ditunjang fasilitas bus yang memiliki fasilitas memadai. Menurut Mudie dan Cottam dalam Tjiptono (2004 : 46) unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa adalah :

1. Pertimbangan /perencanaan spasial

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

2. Perencanaan ruangan

Unsur ini mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.

3. Perlengkapan/perabotan

Perlengkapan memiliki berbagai fungsi, diantaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunanya.

4. Tata cahaya

Beberapa yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah warna, jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan, dan suasana yang diinginkan.

5. Warna

Warna dapat menggerakkan perasaan dan emosi. Warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi dalam ruangan, menimbulkan kesan rileks, mengurangi tingkat kecelakaan.

6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Aspek yang penting dan saling terkait dalam unsure ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda untuk maksud tertentu.

Menurut Nirwana (2004: 47) terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang dukungan fisik atau fasilitas fisik, di antaranya adalah :

1. Desain fasilitas
2. Nilai fungsi
3. Estetika
4. Kondisi yang mendukung
5. Peralatan penunjang
6. Seragam pegawai
7. Laporan-laporan
8. Garansi

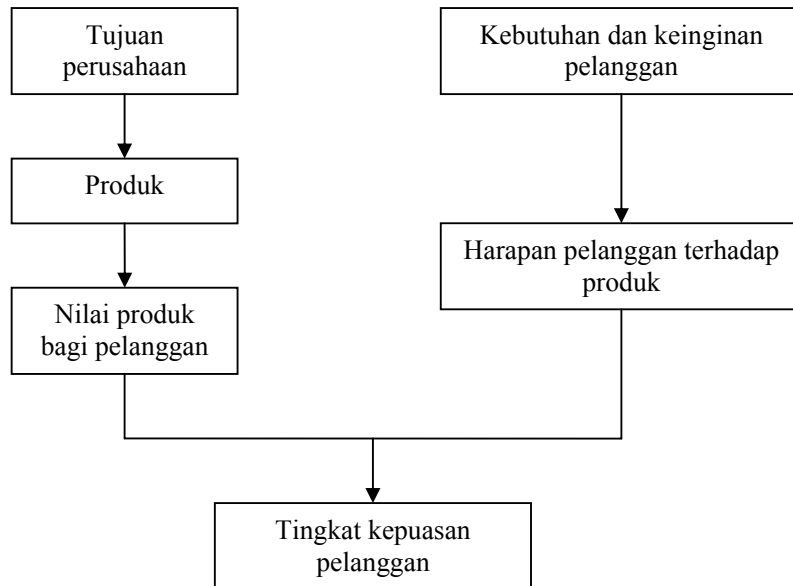
2.6 Kepuasan Pelanggan

2.6.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Engel, et al dalam Tjiptono (2004 :146) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Kotler, dkk (2001 : 50) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan.

Menurut Oliver dalam Sulistyono (1999:11) kepuasan keseluruhan ditentukan oleh ketidak sesuaian harapan yang merupakan perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan pada dasarnya kepuasan pelanggan merupakan kesesuaian antara harapan dengan kinerja yang diterima pelanggan. Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dalam gambar .1.



Gambar 1. Konsep Kepuasan Pelanggan

Sumber : Tjiptono, Fandy (1995), Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset, p. 28. (dalam Tjiptono 2004 : 147).

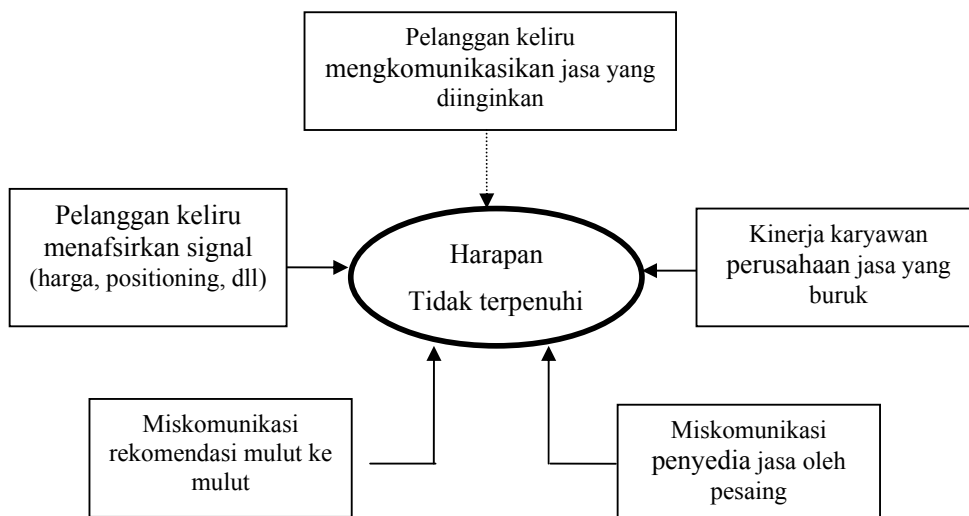
2.6.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Pada prinsipnya, kualitas jasa berpotensi menciptakan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memberikan sejumlah manfaat seperti (Tjiptono dan Gregorius 2004 : 140) :

1. Terjalin relasi saling menguntungkan jangka panjang antar perusahaan dan para pelanggan,
2. Terbukanya peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian ulang, *cross-selling* dan *up-selling* (penjualan silang dan penjualan keatas).

3. Loyalitas pelanggan dapat terbentuk.
4. Terjadinya komunikasi mulut ke mulut (gethok tular) positif yang berpotensi menarik pelanggan baru.
5. Presepsi pelanggan dan public terhadap reputasi perusahaan semakin positif.
6. Laba yang duperoleh bisa meningkat.

Harapan pelanggan mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk jasa dan kepuasan pelanggan. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan/keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya (Zeithmal, et al. 1993). Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa factor diantaranya pengalaman berbelanja dimasa lampau, opini teman dan kerabat serta informasi dan janji perusahaan dan para pesaing (Kotler 1995). Ada beberapa penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan seperti ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Pelanggan

Sumber : Mudie, Peter and Angela Cottam (1993), *The Management and Marketing of Services*. Oxford : Butterworth-Heineman Ltd., p. 223. (dalam Fandy Tjiptono, 2004 : 151).

Beberapa penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan (gambar 2). Di antara beberapa faktor penyebab tersebut ada yang bisa dikendalikan oleh penyedia jasa. Dengan demikian penyedia jasa bertanggung jawab untuk meminimumkan miskomunikasi dan misinterpretasi yang mungkin terjadi dan menghindarinya dengan cara merancang jasa yang mudah dipahami dengan jelas.

2.6.3 Atribut-atribut Pembentuk Kepuasan Pelanggan

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Maylina (2003: 102), atribut-atribut pembentuk kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang dikenal dengan “*The Big Eight*” yang terdiri dari :

1. *Value to Price Relationship*

Yaitu merupakan hubungan antara harga dan nilai produk yang ditentukan oleh perbedaan antara nilai yang diterima oleh pelanggan terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh badan usaha.

2. *Product Quality*

Yaitu merupakan mutu dari semua komponen-komponen yang membentuk produk sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah atau dapat memberikan manfaat kepada pelanggannya.

3. *Product Features*

Artinya merupakan komponen-komponen fisik dari suatu produk yang menghasilkan manfaat.

4. *Reliability*

Artinya merupakan gabungan dari kemampuan suatu produk dari badan usaha yang dapat diandalkan, sehingga suatu produk yang dihasilkan dapat

sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan atau sesuai harapan pelanggan.

5. *Warranty*

Yaitu penawaran untuk pengembalian harga pembelian atau mengadakan perbaikan terhadap produk yang rusak dalam suatu kondisi dimana suatu produk mengalami kerusakan.

6. *Response to and remedy of problems*

Artinya merupakan sikap dari karyawan didalam memberikan tanggapan terhadap keluhan atau membantu pelanggan didalam mengatasi masalah yang terjadi.

7. *Sales Experience*

Artinya merupakan hubungan antar pribadi antara karyawan dengan pelanggan khususnya dalam hal komunikasi yang berhubungan dengan pembelian.

8. *Convenience of Acquisition*

Artinya merupakan kemudahan yang diberikan oleh badan usaha pada pelanggan terhadap produk yang dihasilkannya.

2.6.4 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2004:148) mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*Customer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan

meliputi kotak saran yang letakkan ditempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus, dan lain-lain.

2. Survei kepuasan pelanggan

Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan pelanggan dengan metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya :

3. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti “*ungkapkan seberapa puas saudara terhadap pelayanan Po. Timbul Jaya pada skala berikut :sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas*”.

4. *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan *menyangkut* dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

5. *Problem analysis*

Pelanggan diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

6. *Importance performance analysis*

Dalam tehnik ini responden diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut.

7. *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan produk perusahaan dan pesaing. Lalu

Ghost shopper menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

8. *Lost customer analysis*

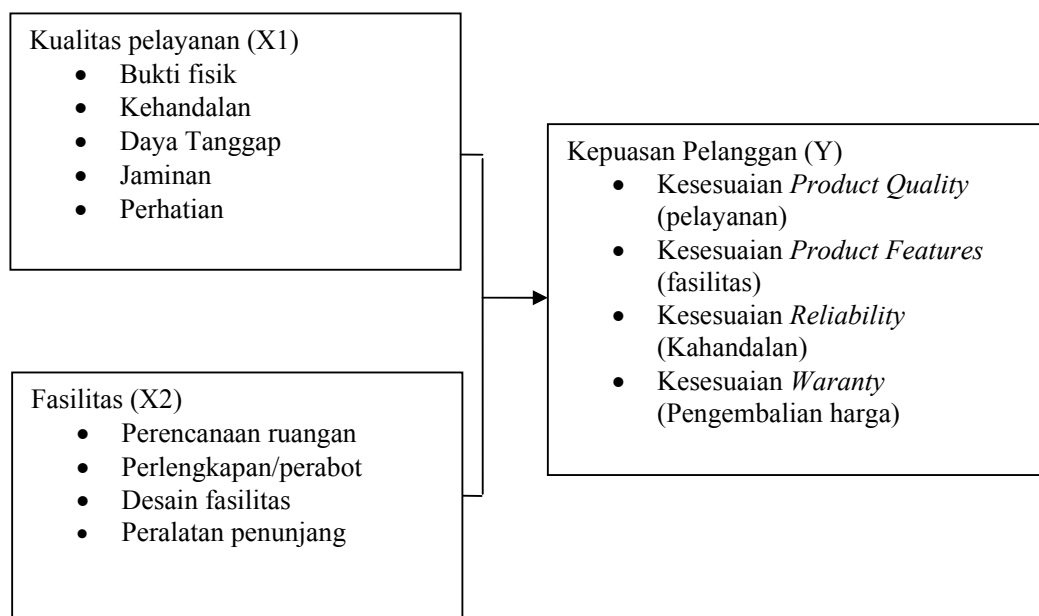
Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

2.7 Kerangka Pikir

Bertambahnya jumlah penduduk dan kompleksitas kehidupan yang semakin meningkat, menyebabkan kebutuhan akan jasa transportasi semakin meningkat pula. Ini merupakan kesempatan yang baik bagi pelaku bisnis untuk bergerak dalam bisnis jasa transportasi. Setiap perusahaan jasa transportasi senantiasa berlomba untuk mendapatkan konsumen dengan harapan dapat tetap eksis di dalam dunia persaingan yang semakin ketat. Salah satu cara agar perusahaan lebih unggul di banding dengan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, yang memenuhi tingkat harapan pelanggan. Pada dasarnya pelanggan akan membandingkan jasa yang telah mereka nikmati dengan yang mereka harapkan. Bila jasa yang mereka nikmati ternyata berada jauh di bawah yang mereka harapkan, para pelanggan akan merasa kecewa dan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut. Sebaliknya, jika jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi harapan, mereka cenderung akan merasa puas dan akan kembali lagi untuk menggunakan jasa tersebut. Perusahaan jasa transportasi yang memberikan kenyamanan dan keamanan kepada penumpang selama dalam perjalanan akan lebih dipilih oleh para calon penumpang.

Upaya dalam menciptakan kepuasan pelanggan tidaklah cukup hanya dengan pelayanan yang berkualitas, namun harus didukung dengan sumber daya fisik/fasilitas yang memadai. Fasilitas dalam usaha jasa harus selalu diperhatikan terutama yang berhubungan erat dengan apa yang dirasakan oleh pelanggan. Fasilitas yang dirasakan oleh pelanggan akan membentuk suatu persepsi terhadap kualitas jasa di mata pelanggan. Apabila fasilitas yang diterima tidak sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh pelanggan maka mereka cenderung akan menilai bahwa kualitas jasa dari pemberi jasa tersebut buruk dan kurang memuaskan. Pelanggan yang ingin mencari kenyamanan dalam perjalanan akan lebih menyukai bus yang desainnya menarik.

Hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel fasilitas (X2) dalam pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan (Y) dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

2.8 Hipotesis

Hipotesa merupakan jawaban sementara atau kesimpulan yang diambil untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian (Mardalis 2002 : 48). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

H2 : Ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

H3 : Ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunto 1998 : :115). Populasi adalah Seluruh penduduk yang dimaksudkan untuk diselidiki yang dibatasi sebagai individu yang paling sedikit mempunyai satu sifat yang sama (Hadi 2000 : 220). Dalam penelitian ini populasinya adalah keseluruhan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri.

3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto 1998 : 117). Menurut Hadi (2000 : 221) sampel adalah sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari jumlah populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan bus PO. Timbul Jaya.

Untuk memperoleh sampel yang mewakili populasi secara keseluruhan maka sampel diambil secara aksidental yaitu siapa saja yang kebetulan dijumpai di tempat-tempat tertentu, di warung-warung, di kafetaria, di lapangan, di stasiun dan sebagainya (Hadi 2000 : 227). Penetapan responden secara aksidental artinya responden ditetapkan pada saat mereka kebetulan akan bepergian menggunakan jasa bus PO. Timbul Jaya.

Mengenai ukuran sampel dapat ditentukan dengan rumus iterasi, menurut Sitepu (1994 :108-109) dapat ditempuh melalui beberapa tahap perhitungan. Pada langkah pertama, menentukan perkiraan harga beberapa tahap perhitungan. Pada langkah pertama, menentukan perkiraan harga koefisien korelasi (ρ) terkecil

antara variabel bebas dan variabel terikat. Kedua menentukan taraf nyata (α) kuasa uji ($1-\beta$). Setelah itu baru menentukan sampel secara interatif.

Pada iterasi pertama menggunakan rumus :

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U\rho)^2} + 3$$

Sedangkan

$$U\rho = \frac{1}{2} \text{Ln}\left(\frac{1+\rho}{1-\rho}\right)$$

Dimana $Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta}$ merupakan konstanta yang diperoleh dari distribusi normal.

Pada iterasi kedua menggunakan rumus :

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U\rho)^2} + 3$$

Keterangan :

$Z_{1-\alpha}$ = konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

$Z_{1-\beta}$ = konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal

Sedangkan

$$U\rho = \frac{1}{2} \text{Ln}\left(\frac{1+\rho}{1-\rho}\right) + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

Apabila ukuran sampel minimal pada iteratif pertama dan kedua harganya sama dengan bilangannya sama maka iterasi berhenti. Apabila belum sama perlu dilakukan iterasi ketiga dengan menggunakan rumus seperti pada iterasi kedua.

Berdasarkan studi pendahuluan pada penelitian Windarti (2001) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia” diperoleh korelasi

terendah dari variabel bebas adalah 0,30. Dengan dasar pertimbangan tersebut dalam penelitian ini diperkirakan korelasi terendah dari variabel bebas adalah 0,30 taraf nyata yang diinginkan sebesar 5%. Dengan demikian diperoleh harga :

$$\rho = 0,30 \text{ dari tabel distribusi normal diperoleh :}$$

$$Z_{1-\alpha} = 1,645$$

$$Z_{1-\beta} = 1,645$$

(1) Menghitung Iterasi Pertama

Hitung dengan

$$U_{\rho} = \frac{1}{2} \text{Ln}\left(\frac{1+\rho}{1-\rho}\right)$$

$$U_{\rho} = \frac{1}{2} \text{Ln}\left(\frac{1+0,30}{1-0,30}\right)$$

$$= 0,3099519604$$

Maka

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U_{\rho})^2} + 3$$

$$n_1 = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3099519604)^2} + 3$$

$$n_1 = 115,9836173$$

$$= 116$$

(2) Menghitung Iterasi Kedua

$$U_{\rho} = \frac{1}{2} \text{Ln}\left(\frac{1+\rho}{1-\rho}\right) + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

$$U_{\rho} = \frac{1}{2} \text{Ln}\left(\frac{1+0,30}{1-0,30}\right) + \frac{0,30}{2(116-1)}$$

$$= 0,3180823951$$

maka

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U\rho)^2} + 3$$

$$n = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3180823951)^2} + 3$$

$$n = 115,0528961$$

$$= 115$$

(3) Menghitung interasi ketiga :

$$U_\rho = \frac{1}{2} \text{Ln} \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right) + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

$$U_\rho = \frac{1}{2} \text{Ln} \left(\frac{1+0,30}{1-0,30} \right) + \frac{0,30}{2(115-1)}$$

$$= 0,31835393$$

maka,

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U\rho)^2} + 3$$

$$n = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,31835393)^2} + 3$$

$$n = 115,0291063$$

$$= 115$$

Karena n_3 dan n_2 harga sampai dengan bilangan satuannya sama, maka iterasi berhenti. Dalam penelitian ini mengambil sampel minimum sebesar 115 pelanggan bus PO. Timbul Jaya. Untuk penelitian ini ditetapkan ukuran sampel yang diambil sebesar 120.

3.3 Variabel penelitian

Variabel penelitian merupakan obyek atau titik penelitian suatu penelitian.

Variabel ini meliputi : variabel bebas dan variabel terikat (Arikunto,1997 : 111)

3.3.1 Variabel bebas (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas, yaitu :

1. Kualitas Pelayanan(X_1), dengan indikator :

- a. Bukti fisik (*Tangibles*)
- b. Keandalan (*Reliability*)
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- d. Jaminan (*Assurance*)
- e. Perhatian (*Emphaty*)

2. Fasilitas (X_2), dengan indikator :

- a. Perencanaan ruang
- b. Perlengkapan/perabot
- c. Desain fasilitas
- d. Peralatan penunjang

3.3.2 Variabel Terikat

Variabel terikat yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Kepuasan pelanggan (Y), yaitu preferensi tingkat kepuasan pelanggan dalam penggunaan jasa dengan indikator :

1. Kesesuaian *Product Quality* (pelayanan)
2. Kesesuaian *Product Features* (fasilitas)

3. Kesesuaian *Reliability* (kehandalan)
4. Kesesuaian *Waranty* (pengembalian harga)

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi :

3.4.1 Metode Kuesioner (angket)

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto 1997 :128)

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan metode angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pelayanan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dari pelanggan bus PO. Timbul Jaya.

Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan ganda di mana setiap item soal disediakan 4 (empat) jawaban dengan skor masing-masing sebagai berikut :

1. Jawaban A dengan skor 4
2. Jawaban B dengan skor 3
3. Jawaban C dengan skor 2
4. Jawaban D dengan skor 1

3.4.1.1 Metode Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden (Arikunto1997 :132)

Dalam penelitian ini metode wawancara digunakan sebagai pelengkap untuk memperoleh data dari responden mengenai pertanyaan angket yang belum jelas sehingga akan diperoleh data yang lengkap mengenai pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya.

3.4.1.2 Metode Dokumentasi

Metode pengumpulan data yang bersumber pada hal-hal yang tertulis, seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan dan sebagainya (Arikunto 1997:135). Metode dokumentasi ini mengungkapkan tentang pelayanan yang diberikan, fasilitas yang ditawarkan dan jumlah pelanggan bus PO. Timbul Jaya.

3.5 Validitas dan Realibilitas

3.5.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen (Arikunto 1998 : 160).

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan yaitu mengungkap data variabel yang diteliti tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud, untuk mencari validitas.

Cara yang dipakai dalam menguji tingkat validitas adalah dengan validitas internal, yaitu menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukurnya menggunakan analisis butir. Pengukuran pada analisis butir yaitu dengan cara skor-skor yang ada kemudian dikorelasikan

dengan menggunakan rumus *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson yaitu :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi
 N = Jumlah subyek independent
 X = Nilai skor butir (nilai skor tertentu)
 $\sum X$ = Jumlah kuadrat nilai X
 $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat nilai Y
 (Arikunto 1996:159-160)

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 23 butir angket kepada 120 orang responden, diketahui bahwa terdapat 22 butir angket yang valid karena memiliki r_{hitung} lebih besar dari $r_{tabel} = 0,195$ untuk $N = 120$ pada taraf signifikan 5% dan 1 butir angket yang tidak valid yaitu butir nomor 11 karena r_{hitung} lebih kecil dari $r_{tabel} = 0,195$ untuk $N = 120$ pada taraf signifikan 5%. Selanjutnya 22 butir angket yang valid tersebut penomorannya diurutkan kembali dan dapat digunakan untuk penelitian.

3.5.2 Reliabilitas

Realibilitas menunjukan pada suatu pengertian bahwa sebuah instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik sehingga mampu mengungkap data yang dapat dipercaya (Arikunto 1998 :170). Rumus alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian yang skornya merupakan rentangan antara beberapa nilai

(misalnya 0-10 atau 0-100) atau yang berbentuk Skala 1- 3, 1-5 atau 1-7, maka menggunakan rumus alpha (α) :

$$R_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan :

R_{11} = Realibilitas instrumen
 K = Banyaknya butir pertanyaan /soal
 $\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir
 σt^2 = Varian total
 (Arikunto, 1998 :192-193)

Untuk mencari varian tiap butir digunakan rumus :

$$R_2 = \frac{\sum(\sigma)^2 - \frac{\sum(\sigma)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

σ = Varian tiap butir
 X = Jumlah skor tiap butir
 N = Jumlah responden
 (Arikunto, 1996 :176)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas untuk variabel kualitas pelayanan = 0,785, variabel fasilitas = 0,727 dan variabel kepuasan pelanggan = 0,634. Harga dari koefisien reliabilitas dari ketiga variabel tersebut lebih besar dari $r_{\text{tabel}} = 0,195$ untuk $N = 120$ pada taraf signifikan 5% maka dapat dinyatakan bahwa angket penelitian tersebut reliabel dan dapat dipergunakan untuk pengambilan data penelitian.

3.6 Uji Asumsi Klasik

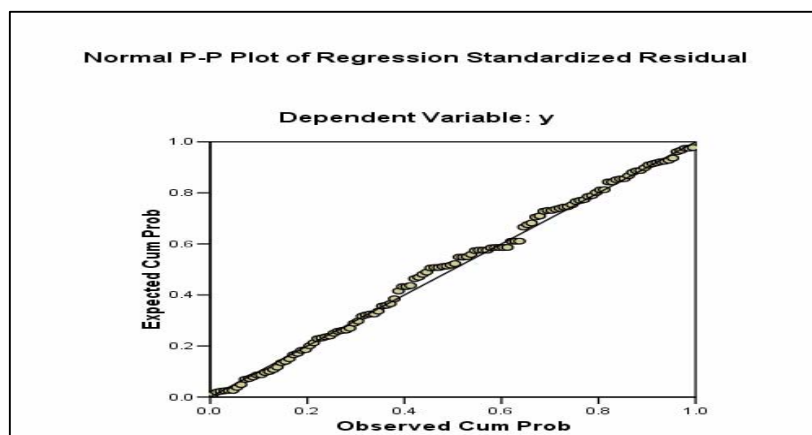
Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah penaksir dalam regresi merupakan penaksir kolinear tak bias terbaik. Untuk memperoleh

persamaan yang paling tepat digunakan parameter regresi yang dicari dengan metode kuadrat terkecil atau *Ordinary Least Square (OLS)*. Metode regresi OLS akan dapat dijadikan alat estimasi yang tidak bias jika telah memenuhi persyaratan *Best Linear Unbiased Estimation (BLUE)*. Oleh karena itu diperlukan adanya uji asumsi klasik terhadap model yang telah diformulasikan, yang mencakup pengujian normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi.

3.6.1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dapat dari grafik normal *probability plot*. Apabila variabel berdistribusi normal, maka penyebaran plot akan berada disekitar dan disepanjang garis 45° (Santoso 2001 : 235).

Hasil perhitungan normalitas data pada lampiran menunjukkan bahwa penyebaran plot berada di sekitar dan sepanjang garis 45° , dengan demikian menunjukkan bahwa data-data pada variabel penelitian berdistribusi normal. Lebih jelasnya penyebaran plot tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 4. Uji Normalitas

3.6.2 Uji Multikolinieritas

Salah satu asumsi klasik adalah tidak terjadinya multikolinieritas di antara variabel-variabel bebas yang berada dalam satu model, artinya antara variabel independen yang terdapat dalam model tidak memiliki hubungan yang sempurna (koefisien tinggi atau bahkan satu).

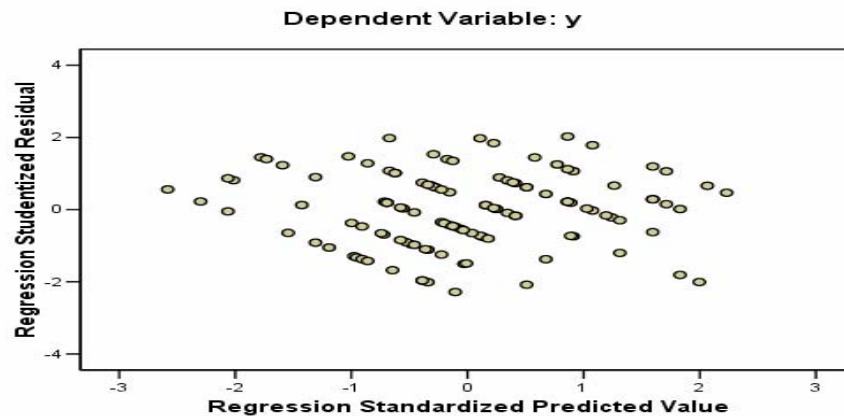
Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendekteksi adanya multikolinieritas dapat dilakukan dengan mencari besarnya *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*-nya. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance*-nya lebih dari 0,1 maka regresi bebas dari multikolinieritas.

Berdasarkan hasil analisis dengan program komputasi SPSS for Windows release 10 pada lampiran diperoleh harga toleransi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,454 dan untuk variabel fasilitas sebesar 0,454. harga VIF untuk variabel kualitas pelayanan 2,204 dan variabel fasilitas 2,204. karena harga torelasi kedua variabel tersebut lebih besar dari dari 0,1 dengan nilai VIF kurang dari 10, maka persamaan regresi yang diperoleh tidak mengandung multikolinieritas

3.6.3 Uji Heterokedastisitas

Pengujian terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui pengamatan terhadap pola *scatter plot* yang dihasilkan melalui SPSS. Apabila pola *scatter plot* membentuk pola tertentu, maka model regresi memiliki gejala heteroskedastisitas. Munculnya gejala heteroskedastisitas menunjukkan bahwa penaksir dalam model regresi tidak efisien dalam sampel besar maupun kecil.

Berdasarkan hasil analisis dengan program komputasi *SPSS for Windows release 11* diperoleh scatter plot yang tidak membentuk pola tertentu, maka model regresi tidak memiliki gejala heteroskedastisitas. Lebih jelasnya pola *scatter plot* dari hasil perhitungan diperlihatkan di bawah ini.



Gambar 5. Uji Heterokedastisitas

Dari ketiga pengujian di atas menunjukkan bahwa data penelitian membentuk distribusi normal dan persamaan regresi yang diperoleh tidak mengalami penyimpangan asumsi klasik baik multikolinieritas, maupun heterokedastisitas, dengan demikian persamaan regresi yang diperoleh efisien untuk menggambarkan bentuk hubungan antar variable penelitian.

3.7 Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari suatu penelitian harus dianalisa terlebih dahulu secara benar agar dapat ditarik suatu kesimpulan yang merupakan jawaban yang tepat dari permasalahan yang diajukan.

Ada 2 teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

3.7.1 Metode Analisis Deskriptif Persentase

Metode ini digunakan untuk mengkaji variabel-variabel yang ada pada penelitian ini yang terdiri dari kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan pelanggan. Langkah-langkah yang ditempuh dalam penggunaan teknik analisis ini adalah sebagai berikut :

1. Membuat tabel distribusi jawaban angket
2. Menentukan skor jawaban dengan ketentuan skor yang telah ditetapkan
3. Menjumlahkan skor jawaban yang diperoleh dari tiap-tiap responden
4. Memasukkan skor tersebut ke dalam rumus sebagai berikut :

$$\% = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan

n = Jumlah nilai yang diperoleh

N = Jumlah nilai ideal (jumlah responden x jumlah soal x skor tertinggi)

3.7.2 Analisis Regresi Gerganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2) terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya (Y). Selain itu untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Persamaan regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_i$$

Keterangan :

Y : Variabel Kepuasan Konsumen

A : Bilangan Konstanta

b_1 : Koefisien regresi kualitas pelayanan

b_2 : Koefisien regresi fasilitas

X_1 : Variabel kualitas pelayanan
 X_2 : Variabel fasilitas
 e_i : Variabel gangguan
(Algifari 2000 : 62)

Untuk menentukan persamaan linear yang menggunakan program komputerisasi yaitu SPSS.

1. Uji parsial

Uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menguji kemaknaan koefisien parsial. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dengan demikian variabel bebas menerangkan variabel berikutnya. Sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima sehingga dapat dikatakan variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel berikutnya, dengan kata lain tidak ada pengaruh diantara variabel yang diuji.

Selain melakukan pembuktian dengan uji F dan uji T, dalam uji regresi linier berganda ini dianalisis pula besarnya koefisien determinan R^2 digunakan untuk mengetahui sejauh mana sumbangan masing-masing variabel bebas. Semakin besar nilai determinasi maka semakin besar variasi sumbangan terhadap variabel berikutnya (Algifari 2000 : 69-73) dalam menganalisis data penelitian, digunakan program komputer SPSS.

2. Uji Simultan (uji F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel *independent* mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel *dependent*.

Untuk membuktikannya kebenaran hipotesis digunakan uji distribusi F dengan cara membandingkan antara nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , apabila perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari regresi dapat menerangkan variabel terikat secara serentak.

Sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas tidak menjelaskan variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Berdirinya PO. Timbul Jaya

PO. Timbul Jaya adalah merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa angkutan penumpang, baik angkutan antar kota maupun antar propinsi. PO. Timbul Jaya merupakan salah satu perintis perusahaan bus angkutan penumpang di Wonogiri-Jakarta.

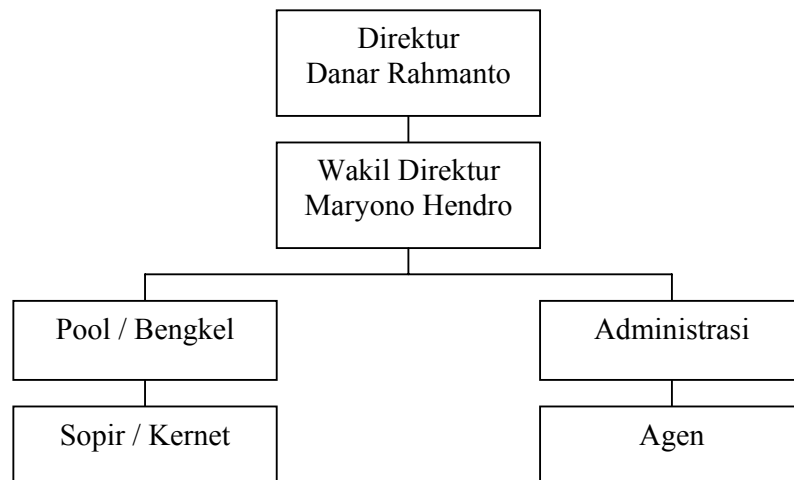
PO. Timbul Jaya sebelumnya merupakan perusahaan perseorangan yang didirikan oleh Bapak H. Atmo Wiranto (almarhum) sekitar tahun 1970. Beliau memulai usaha ini dari mengusahakan angkutan barang jarak dekat dengan menggunakan sebuah truk tua. Keadaan lingkungan yang selalu mengalami perubahan telah mempengaruhi persepsi usaha kedalam benak beliau ke arah jasa angkutan penumpang.

Pada waktu pertama kali mengusahakan bus angkutan penumpang Bapak H. Atmo Wiranto (almarhum) menjual truk yang dimilikinya dan ditambah dengan uang tabungannya untuk membeli bus bekas. Pada tahun 1973 berdirilah PO. Timbul Jaya dengan menggunakan dua armada bus untuk melayani penumpang antar kota. Dengan naluri kewiraswastaannya yang tinggi, beliau membeli beberapa bus dari waktu ke waktu untuk memenuhi jasa angkutan penumpang yang semakin meningkat, terutama untuk tujuan Jakarta dan sekitarnya.

PO. Timbul Jaya mengalami perkembangan yang cukup pesat dimana sekarang ini jumlah armada yang aktif sebanyak 30 bus yang terdiri dari 11 bus kelas ekonomi, 5 bus AC patas, 5 bus eksekutif dan 9 bus AKDP.

4.1.2 Struktur Organisasi PO. Timbul Jaya

Struktur organisasi yang digunakan oleh PO. Timbul Jaya adalah menggunakan struktur organisasi garis, karena struktur organisasi ini menunjukkan adanya lalulintas wewenang yang mengalir dari atas ke bawah dan lalu lintas tanggungjawab dari bawah ke atas. Selain itu masing-masing bagian bertanggungjawab pada satu atasan dan atasan inipun bertanggungjawab pada atasan yang lebih tinggi. Adapun struktur organisasi PO. Timbul Jaya adalah sebagai berikut :



Gambar 6. Struktur Organisasi PO. Timbul Jaya

Adapun tugas dan tanggungjawab masing-masing bagian dalam struktur organisasi PO. Timbul Jaya adalah sebagai berikut :

1. Direktur

Bertindak sebagai pimpinan tertinggi dalam menjalankan usahanya. Direktur mempunyai tugas mengkoordinir dan mengawasi segala aktifitas perusahaan serta menjalin hubungan koordinatif dengan pihak eksternal perusahaan misalnya tiket, pihak pemasok, relasi, pihak bank maupun pihak lainnya. Direktur perusahaan bertanggungjawab penuh atas maju mundurnya perusahaan.

2. Wakil Direktur

- a. Mewakili keputusan penting perusahaan dengan persetujuan direktur.
- b. Bertanggungjawab atas pengendalian keuangan dan pengawasan perusahaan.
- c. Pengurusan pajak dan penyempurnaan pengelolaan perusahaan.

3. Pool/Bengkel

Bertanggungjawab atas kelangsungan, kelancaran pemeliharaan bus dan memperbaiki bagian-bagian bus yang kurang baik.

4. Sopir dan kernet

Sopir bertanggungjawab atas keselamatan penumpang dan kendaraannya. Sopir wajib datang sebelum jam kerja untuk mengadakan persiapan, memeriksa surat-surat kendaraan seperti SIM, STNK, selain itu juga mengadakan laporan keadaan bus setelah beroperasi.

Kernet bertugas melakukan pemeriksaan terhadap kesiapan kendaraan meliputi ban, oli, minyak rem, mesin dan bagian yang perlu diperiksa.

5. Administrasi

Bagian ini bertugas melakukan pencatatan meliputi administrasi kepegawaian, mengadakan korespondensi surat keluar masuk serta membuat laporan ke DLLAJR dan menginventarisir alat-alat perusahaan.

6. Agen Pemasaran

Bagian ini bertanggungjawab dalam pelaksanaan tugas yang berkaitan dengan pemasaran. Tugas tersebut antara lain melaksanakan penjualan tiket kepada konsumen.

PO. Timbul Jaya berjumlah 198 orang yang terdiri dari 58 orang bagian bengkel, 14 bagian administrasi dan 128 orang bagian kru.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden Penelitian

1. Deskripsi Usia Responden

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang usia pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 1. Distribusi Usia Responden Penelitian

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1.	< 20 tahun	28	23.33
2.	21-30 tahun	42	35.00
3.	31-40 tahun	31	25.83
4.	41-50 tahun	13	10.83
5.	> 50 tahun	6	5.00
Jumlah		120	100

Berdasarkan data pada tabel 1 diatas menunjukkan bahwa pelanggan jasa bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri yang menjadi responden terbesar dalam

penelitian ini berusia 21 sampai dengan 30 tahun yaitu sebesar 42 orang atau (35,00%), sedangkan yang paling sedikit berusia lebih dari 50 tahun yaitu sebesar 6 orang atau (5,00%).

2. Deskripsi Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang jenis kelamin pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 2. Distribusi Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Pria	97	80,83
2.	Wanita	23	19,17
Jumlah		120	100

Berdasarkan data pada tabel 2 diatas menunjukkan bahwa Pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri yang terbanyak adalah pria sebesar 97 responden atau (80,83%), sedangkan yang wanita yaitu 23 responden atau (19,17%).

3. Deskripsi Pekerjaan Responden

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data tentang pekerjaan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3. Dstribusi Pekerjaan Responden Penelitian

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1.	Pedagang	88	73,33
2.	Buruh	23	19,17
3.	Karyawan	9	7,50
Jumlah		120	100

Berdasarkan data pada tabel 3 diatas menunjukkan bahwa jenis pekerjaan dari pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri yang terbesar adalah pedagang

yaitu sebanyak 88 orang atau (73,33%), sedangkan yang paling sedikit adalah karyawan yaitu sebanyak 9 orang atau (7,50%).

4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian

Gambaran dari masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2) dan kepuasan pelanggan (Y) dapat dilakukan dengan analisis deskriptif persentase berikut ini:

1. Kualitas pelayanan

Dalam rangka mengungkap kualitas pelayanan pelanggan Bus PO. Timbul Jaya digunakan 13 butir pertanyaan dan masing-masing pertanyaan skornya antara 1 sampai 4, sehingga skor minimal = $1 \times 13 = 13$ dan skor maksimal = $4 \times 13 = 52$. Rentang skor = $52 - 13 = 39$. Interval kelas = $39 : 4 = 9,75$. Dari perhitungan di atas dapat dibuat kategori pada variabel kualitas pelayanan sebagai berikut :

Tabel 4. Kategori Kualitas Pelayanan

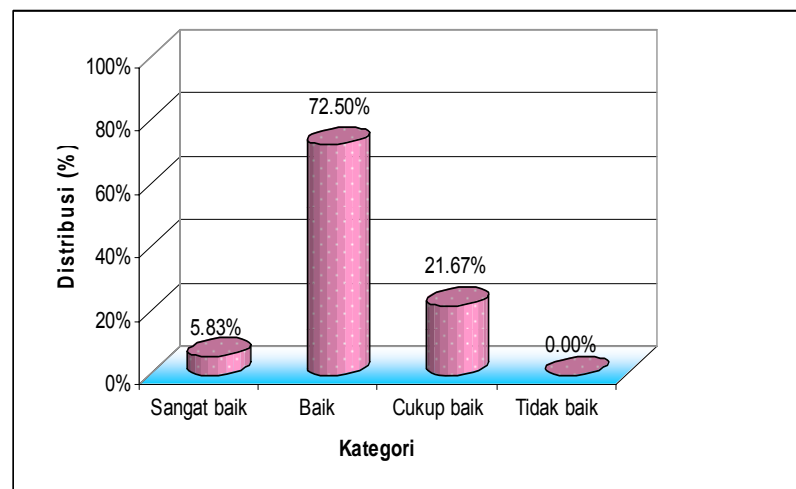
No.	Interval Skor	Interval Persentase	Kategori
1.	42,25-52,0	81,26%-100,00%	Sangat baik
2.	32,5-42,24	62,51%-81,25%	Baik
3.	22,76-32,4	43,76%-62,50%	Cukup baik
4.	13,0-22,75	25,00%-43,75%	Tidak baik

Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor kualitas pelayanan adalah 38,26 dengan persentase 68,32% dan berdasarkan tabel kategori di atas termasuk kategori baik. Secara lebih rinci ditinjau dari jawaban masing-masing responden diperoleh hasil seperti disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Pelayanan

Rentang Persentase	Kriteria	Frekuensi	Persentase
81,26%-100,00%	Sangat baik	7	5,83
62,51%-81,25%	Baik	87	72,50
43,76%-62,50%	Cukup baik	26	21,67
25,00%-43,75%	Tidak baik	0	0,00
Jumlah		120	100

Lebih jelasnya data tentang kualitas pelayanan pelanggan Bus PO. Timbul Jaya dapat disajikan secara grafis pada diagram batang berikut ini :



Gambar 7. Distribusi Kualitas Pelayanan Pelanggan Bus PO. Timbul Jaya

Berdasarkan gambar 7 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 72,50% menyatakan kualitas pelayanan pada pelanggan Bus PO. Timbul Jaya telah baik, sedangkan selebihnya yaitu 5,83% menyatakan sangat baik, 21,67% menyatakan cukup baik dan tidak ada satupun responden yang menyatakan tidak baik.

Ditinjau dari tiap-tiap indikator kualitas pelayanan diperoleh hasil seperti disajikan pada tabel berikut:

Tabel 6. Deskripsi Tiap Indikator Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Skor	Persentase	Kriteria
1	Bukti fisik	1087	75,49%	Baik
2	Keandalan	1008	70,00%	Baik
3	Daya tanggap	733	76,35%	Baik
4	Jaminan	655	68,23%	Baik
5	Perhatian	1108	76,94%	Baik

Berdasarkan tabel 6 tersebut tampak bahwa seluruh indikator pelayanan pada pelanggan Bus PO. Timbul Jaya dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati telah baik. Diantara kelima indikator tersebut yang memberikan dukungan paling tinggi terhadap kualitas pelayanan adalah pada sub variabel perhatian (76,94%) dan daya tanggap (76,35%) sedangkan yang dukungannya paling rendah adalah sub variabel jaminan (68,23%).

2. Fasilitas

Dalam rangka mengungkap kondisi fasilitas Bus Po. Timbul Jaya digunakan 5 butir pertanyaan dan masing-masing pertanyaan skornya antara 1 sampai 4, sehingga skor minimal = $1 \times 5 = 5$ dan skor maksimal = $4 \times 5 = 20$. Rentang skor = $20 - 5 = 15$. Interval kelas = $15 : 4 = 3,75$. Dari perhitungan di atas dapat dibuat kategori pada variabel fasilitas sebagai berikut :

Tabel 7. Kategori Fasilitas

No.	Interval Skor	Interval Persentase	Kategori
1.	16,26-20,00	81,26%-100,00%	Sangat baik
2.	12,51-16,25	62,51%-81,25%	Baik
3.	8,76-12,50	43,76%-62,50%	Cukup baik
4.	5,00-8,75	25,00%-43,75%	Tidak baik

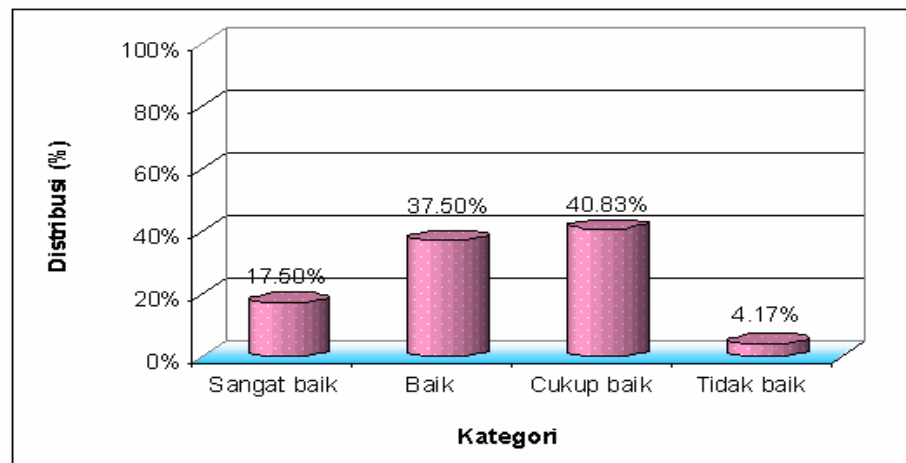
Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor fasilitas pada Bus PO. Timbul Jaya adalah 13,25 dengan persentase 66,25% dan

berdasarkan tabel kategori di atas termasuk kategori baik. Secara lebih rinci ditinjau dari jawaban masing-masing responden diperoleh hasil seperti disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 8. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Fasilitas

Rentang Persentase	Kriteria	Frekuensi	Persentase
81,26%-100,00%	Sangat baik	21	17.50%
62,51%-81,25%	Baik	45	37.50%
43,76%-62,50%	Cukup baik	49	40.83%
25,00%-43,75%	Kurang baik	5	4.17%
Jumlah		120	100%

Lebih jelasnya tentang fasilitas pelanggan Bus PO. Timbul Jaya dapat disajikan secara grafis pada diagram batang berikut ini :



Gambar 8. Distribusi Fasilitas Bus Po. Timbul Jaya

Berdasarkan gambar 8 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 48,83% menyatakan fasilitas Bus PO. Timbul Jaya cukup baik, sedangkan selebihnya yaitu 37,50% menyatakan baik, 17,50% menyatakan sangat baik dan hanya 4,17% yang menyatakan tidak baik.

Ditinjau dari tiap-tiap indikator fasilitas diperoleh hasil seperti disajikan pada tabel berikut:

Tabel 9. Deskripsi Tiap Indikator Fasilitas

No	Indikator	Rata-rata Skor	Persentase	Kriteria
1	Rencana ruang	293	61,04%	Cukup baik
2	Perlengkapan / perabot	626	65,21%	Baik
3	Desain fasilitas	352	73,33%	Baik
4	Peralatan penunjang	319	66,46%	Baik

Sumber: Data Primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 9 tersebut tampak bahwa indikator fasilitas yang paling baik adalah untuk desain fasilitas (73,33%) sedangkan yang masih perlu ditingkatkan adalah rencana ruang karena baru masuk dalam kategori cukup baik dengan bobot persentase 61,04%.

3. Kepuasan Pelanggan

Dalam rangka mengungkap kepuasan pelanggan pelanggan bus Po. Timbul Jaya di Wonogiri digunakan 4 butir pertanyaan dan masing-masing pertanyaan skornya antara 1 sampai 4, sehingga skor minimal = $1 \times 4 = 4$ dan skor maksimal = $4 \times 4 = 16$. Rentang skor = $16 - 4 = 12$. Interval kelas = $12 : 4 = 3$. Dari perhitungan di atas dapat dibuat kategori pada variabel fasilitas sebagai berikut :

Tabel 10. Kategori Kepuasan Pelanggan

No.	Interval Skor	Interval Persentase	Kategori
1.	13,1-16,0	81,26%-100,00%	Sangat puas
2.	10,1-13,0	62,51%-81,25%	Puas
3.	7,1-10,0	43,76%-62,50%	Cukup puas
4.	4,0-7,0	25,00%-43,75%	Tidak puas

Sumber: Data Primer yang diolah, 2006

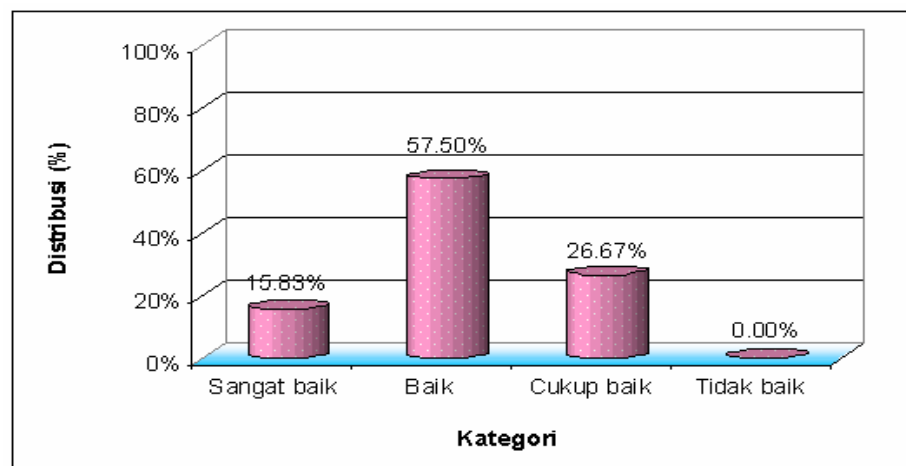
Berdasarkan data hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri adalah 13,25 dengan persentase 66,25% dan berdasarkan tabel kategori di atas termasuk kategori puas. Secara lebih rinci ditinjau dari jawaban masing-masing responden diperoleh hasil seperti disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 11. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Kepuasan pelanggan

Rentang Persentase	Kriteria	Frekuensi	Persentase
81,26%-100,00%	Sangat puas	19	15.83%
62,51%-81,25%	Puas	69	57.50%
43,76%-62,50%	Cukup puas	32	26.67%
25,00%-43,75%	Tidak puas	0	0.00%
Jumlah		120	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2006

Lebih jelasnya data tentang kepuasan pelanggan Bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri dapat disajikan secara grafis pada diagram batang berikut ini :



Gambar 9. Distribusi Kepuasan Pelanggan Pelanggan Bus PO. Timbul Jaya

Berdasarkan gambar 9 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yaitu 57,50% menyatakan puas menggunakan jasa bus Po. Tibul Jaya,

sedangkan selebihnya yaitu 26,67% menyatakan cukup puas, dan 15,83% menyatakan sangat puas.

Ditinjau dari tiap-tiap indikator kepuasan pelanggan diperoleh hasil seperti disajikan pada tabel berikut:

Tabel 12. Deskripsi Tiap Indikator Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	Rata-rata Skor	Persentase	Kriteria
1	Kesesuaian product quality	330	68,75%	Baik
2	Kesesuaian product features	332	69,17%	Baik
3	Kesesuaian reliability	328	68,33%	Baik
4	Kesesuaian waranty	290	60,42%	Cukup baik

Sumber: Data Primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 12 tersebut tampak bahwa indikator kepuasan pelanggan yang paling baik adalah untuk kesesuaian product features (69,17%) sedangkan yang masih perlu ditingkatkan adalah kesesuaian response to and remedy of problems yang masuk dalam kategori cukup baik (60,42%).

4.2.3 Pengujian Hipotesis

Sebagaimana dinyatakan dalam bab II hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri”. Guna pengujian secara statistik maka dirumuskan hipotesis nihil (H_0) “Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri”.

Dalam rangka menguji hipotesis tersebut digunakan analisis regresi berganda. Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi berganda dengan

menggunakan program komputasi *SPSS for windows relase 13* diperoleh hasil seperti terangkum pada table berikut ini :

Tabel 13. Ringkasan Analisis Regresi antara Kualitas Pelayanan dan Fasilitas dengan Kepuasan Pelanggan

Keterangan	Nilai
Konstanta	2,122
Kualitas pelayanan	0,147
Fasilitas	0,220
F_{hitung}	75,475
R	0,751
R^2	0,563
t_{hitung} variabel kualitas pelayanan	4,578
t_{hitung} variabel fasilitas	4,295
r parsial kualitas pelayanan	0,390
r parsial fasilitas	0,369

Dari Tabel 13 di atas menunjukkan bahwa persamaan regresi ganda yang diperoleh dari hasil analisis yaitu : $\hat{Y} = 2,122 + 0,147X_1 + 0,220X_2$. Dalam rangka pengujian hipotesis yang telah diajukan dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik yaitu uji F dan uji t.

1. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan perhitungan analisis regresi berganda menggunakan program komputasi *SPSS for Windows release 13* yang terangkum pada tabel 13 diperoleh $F_{hitung} = 75,475$ dengan harga signifikansi sebesar 0,000. Karena harga signifikansi kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh tersebut signifikan sehingga hipotesis nihil (H_0) yang diuji dalam penelitian ini yaitu “Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri” ditolak, dan menerima hipotesis kerja (H_a) yang berbunyi “Ada pengaruh kualitas

pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri”.

Derajat hubungan antara kualitas pelayanan dan fasilitas dengan kepuasan pelanggan secara bersama-sama atau secara simultan dapat diketahui dari harga korelasi secara simultan atau R. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program komputasi *SPSS for Windows release 13* yang terangkum pada tabel 13 diperoleh harga koefisien korelasi secara simultan sebesar 0,751. Keberartian dari korelasi secara simultan ini diuji dengan uji F seperti pada uji keberartian persamaan regresi. Dari hasil pengujian tersebut dimana menunjukkan bahwa F_{hitung} signifikan, maka dapat diartikan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan fasilitas dengan kepuasan pelanggan adalah signifikan.

Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas dengan kepuasan pelanggan dapat diketahui dari harga koefisien determinasi simultan (R^2). Berdasarkan hasil analisis pada lampiran dan terangkum pada tabel 13 diperoleh keandalan R^2 sebesar 0,563. Dengan demikian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 56,3% dan sisanya yaitu 43,7% dari kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial ini dimaksudkan untuk menguji keberartian pengaruh dari masing-masing variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1), dan fasilitas (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

a. Pengaruh bukti kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan pada lampiran dan terangkum pada tabel 13 di atas menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas pelayanan

diperoleh koefisien regresi sebesar 0,147. Uji keberartian koefisien regresi dengan uji t diperoleh $t_{hitung} = 4,578$ dengan signifikansi 0,000. Karena harga signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan, hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Bentuk pengaruh tersebut yaitu jika kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) point sementara fasilitas dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,147 point.

b. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan pada lampiran dan terangkum pada tabel 13 di atas menunjukkan bahwa untuk variabel fasilitas diperoleh koefisien regresi sebesar 0,220. Uji keberartian koefisien regresi dengan uji t diperoleh $t_{hitung} = 4,295$ dengan signifikansi 0,000. Karena harga signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05, menunjukkan bahwa nilai t yang diperoleh tersebut signifikan, hal ini berarti bahwa variabel fasilitas (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Bentuk pengaruh tersebut yaitu jika fasilitas mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) point sementara kualitas pelayanan dianggap tetap, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,220 point.

Hubungan antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini dapat diketahui dari harga koefisien korelasi secara parsial. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program komputasi *SPSS for Windows release 13* seperti terangkum pada tabel 13 diperoleh koefisien korelasi parsial antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,390 dan koefisien korelasi parsial antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,369.

Besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi secara parsial (r^2) dari masing-masing variabel tersebut. Dengan demikian besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 15,21% sedangkan besarnya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan adalah 13,62%. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan pengaruh lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan variabel fasilitas.

4.3 Pembahasan

PO. Timbul Jaya merupakan perusahaan jasa yang menyediakan pelayanan transportasi, sehingga aspek kualitas pelayanan memegang peranan yang sangat penting. Sebab tingkat kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Setiap pelanggan mempunyai karakteristik yang berbeda-beda, dalam hal tingkat pendidikan, pola pikir, sikap, perilaku, tingkat sosial ekonomi maupun harapan terhadap pelayanan yang akan diterima.

Secara nyata adanya pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri tersebut dibuktikan dari uji pengaruh secara parsial yang memperoleh $t_{hitung} = 4,578$ dengan probabilitas 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 atau kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ini sebesar yaitu 15,21%.

Selanjutnya apabila dilihat per sub variabel/dimensi kualitas pelayanan maupun per item soal kualitas pelayanan menunjukkan hasil rata-rata responden menyatakan kualitas pelayanan yang diberikan PO. Timbul Jaya sudah baik, namun demikian masih ada dari sub variabel yang masih perlu mendapat

perhatian. Untuk prioritas peningkatan kualitas pelayanan didasarkan pada sub variabel/dimensi kualitas jasa yang memperoleh persentase terkecil. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari lima sub variabel/dimensi kualitas pelayanan, jaminan (*Assurance*) merupakan sub variabel/dimensi yang mendapat persentase terkecil yaitu 68,23%. Ini berarti baik sopir maupun kru bus Timbul Jaya selalu melarang pengamen atau pedagang asongan yang ingin masuk ke dalam bus namun demikian masih ada pengamen atau pedagang asongan yang masuk ke dalam bus, ini karena faktor kenekatan pengamen atau pedagang asongan tersebut yang tidak bisa dicegah oleh sopir maupun kru bus.

Pernyataan tersebut di atas didukung oleh Kotler (1994) yang menyatakan bahwa meningkatkan kepuasan bagi para pelanggan dapat terjadi apabila perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Usaha meningkatkan kualitas pelayanan dapat dimulai dari pemenuhan kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan sebab meningkatkan nilai yang diterima pelanggan dalam tiap interaksinya dengan perusahaan, perusahaan akan lebih mungkin meningkatkan tingkat kepuasan, mengarah pada ketahanan pelanggan yang lebih tinggi. Ketika pelanggan bertahan karena merasa nyaman dengan nilai dan kenyamanan yang di dapat, akan lebih mungkin menjadi pelanggan yang loyal, meningkatkan intensitas pembelian dan merekomendasikan pada teman dan keluarga pelanggan tersebut.

Selain kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh fasilitas yang dapat disediakan oleh pengusaha untuk pelanggannya. Hal ini

dibuktikan dari hasil uji parsial yang memperoleh $t_{hitung} = 4,295$ dengan probabilitas 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, atau kontribusi pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan ini sebesar 13,62%.

Selanjutnya apabila dilihat per item soal fasilitas menunjukkan hasil rata-rata responden menyatakan fasilitas yang diberikan PO. Timbul jaya sudah baik. Tetapi jika dilihat dari sub variabel/dimensi fasilitas, hasil analisis menunjukkan bahwa dari empat sub variabel/dimensi fasilitas tersebut, rencana ruang merupakan sub variabel/dimensi fasilitas yang masuk dalam kategori kurang baik dengan persentase yaitu 61,04%. Ini menunjukkan bahwa dari 21 bus Timbul Jaya AKAP masih ada beberapa bus yang tempat duduknya kurang longgar.

Pernyataan tersebut diperkuat pendapat Fandy Tjiptono (1996) yang menyatakan bahwa fasilitas merupakan salah satu sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Dalam usaha yang bergerak dibidang jasa, fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

Secara umum menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas merupakan faktor yang penting agar diperoleh tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dan fasilitas yang baik pula, maka minat pelanggan untuk menggunakan kembali jasa yang pernah digunakannya akan tumbuh, begitu juga dengan sebaliknya. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji simultan dengan diperolehnya F_{hitung} sebesar 75,475 dengan

probabilitas $0.000 < \alpha = 0.05$, yang berarti kedua variabel yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Besarnya pengaruh dari kedua variabel ini cukup besar yaitu 56,3%.

Bentuk pengaruh antara kualitas dan fasilitas dengan kepuasan pelanggan adalah pengaruh positif yang ditunjukkan dari harga-harga koefisien regresi maupun koefisien korelasi yang bertanda positif. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa jika variabel kualitas pelayanan dan fasilitas pada bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri ditingkatkan, maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan pelanggan dan sebaliknya jika variabel kualitas pelayanan dan fasilitas pada bus PO. Timbul Jaya di Wonogiri menurun, maka akan diikuti dengan menurunnya kepuasan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasannya, maka dapat diambil suatu simpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan dan fasilitas PO. Timbul Jaya dikategorikan baik
2. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 15,21% dan fasilitas sebesar 13,62% terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya, ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh lebih besar terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya.
3. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan bus PO. Timbul Jaya. Besarnya pengaruh tersebut yaitu 56,3%, sedangkan sisanya 43,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

5.2 Saran

Saran yang dapat diajukan berdasarkan simpulan di atas adalah sebagai berikut :

1. Dengan kualitas pelayanan dan fasilitas yang baik ini maka PO. Timbul Jaya hendaknya dapat mempertahankan dan meningkatkannya seiring dengan meningkatnya harapan penumpang.
2. PO. Timbul Jaya hendaknya memperhatikan kualitas pelayanan dalam hal menasehati sopir maupun kru bus berusaha untuk tidak mengijinkan

pengamen atau pedagang asongan masuk kedalam bus dengan cara apapun. Selain itu untuk memperhatikan fasilitas yang berkaitan dengan tempat duduk dalam bus agar dapat dipertimbangkan kembali untuk masalah kelonggarannya.