

## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Analisis Kualitatif

Analisis Kualitatif adalah analisis yang menjelaskan tentang gambaran perusahaan yang diteliti menggunakan analisis statistik deskriptif berupa karakteristik konsumen, persepsi konsumen terhadap kelima dimensi jasa dalam bentuk persentase.

##### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisa dalam penelitian ini meliputi, jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### a. Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam memilih jasa transportasi, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing-masing jenis kelamin. Dari hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.1

Tabel 4.3

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	65	65%
Wanita	35	35%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005 (Lampiran 4)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 65% responden berjenis kelamin pria dan 35% responden berjenis kelamin wanita. Kenyataan ini menunjukkan bahwa konsumen yang memilih jasa transportasi PO. RAHARJA didominasi oleh pria. Hal ini disebabkan kelompok responden pria memiliki tingkat aktivitas yang tinggi dibandingkan dengan kelompok wanita, sehingga kebutuhan akan sarana transportasi baik untuk keperluan bisnis, maupun kebutuhan akan *travelling* lebih besar dibandingkan dengan wanita. Kenyataan ini dapat dijadikan sebagai potensi bagi perusahaan jasa transportasi PO. RAHARJA untuk memperoleh konsumen yang sebesar-besarnya, dimana kelompok pria sebagai kelompok yang lebih mendominasi dalam pengambilan keputusan termasuk keputusan dalam memilih jasa transportasi..

**b. Usia**

Usia seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan penilaian konsumen karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi persepsi dalam menentukan obyek. Tabel 4.2 menunjukkan usia responden.

Tabel 4.4  
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
15 - 24 tahun	20	20%
25 - 44 tahun	38	38%
44 - 65 tahun	27	27%
> 65 tahun	15	15%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2005 (Lampiran 4)

Dari data diatas menunjukkan bahwa responden yang memilih jasa transportasi PO. RAHARJA mayoritas berusia antara 25 - 44 tahun, yaitu sebesar 38% (38 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia antara 44 - 65 tahun sebesar 27% (27 orang), berusia 15 - 24 tahun sebesar 20% (20 orang) dan terakhir berusia lebih dari 65 tahun sebesar 15% atau 15 orang. Hal ini menunjukkan untuk pembelian jasa transportasi PO. RAHARJA adalah berusia produktif sehingga kebutuhan akan transportasi dengan kualitas pelayanan terbaik sangat dibutuhkan dalam menunjang aktivitasnya.

### c. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang mencerminkan pola berpikir yang rasional dan pola tingkah laku yang lebih mantap. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka pengetahuan orang tersebut juga akan semakin luas sehingga dalam mengambil keputusan lebih teliti. Distribusi tingkat pendidikan responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	3	3%
SMP	6	6%
SMU	48	48%
D3 / Sederajat	9	9%
S1	34	34%
Total	3	3%

Sumber : Data primer, 2005 (Lampiran 4)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden mayoritas berpendidikan terakhir SLTA, yaitu sebesar 48 persen (48 orang). Sedangkan distribusi tingkat pendidikan yang lain yaitu Sarjana sebesar 34% (34 orang), D3 / sederajat sebesar 9 orang atau 9%, SMP sebesar 6% (6 orang) dan terakhir adalah konsumen yang tingkat pendidikan terakhirnya SD yaitu sebesar 3% (3 orang).

Mayoritas konsumen pengguna jasa PO. RAHARJA mayoritas telah memiliki tingkat pendidikan menengah keatas. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen jasa transportasi PO. RAHARJA telah memiliki tingkat intelegensi yang tinggi dalam mempertimbangkan atau menyikapi sebuah produk jasa terutama jasa transportasi. Sehingga keberadaan PO. RAHARJA telah dapat diterima oleh konsumen pengguna jasa travel yang mayoritas berpendidikan menengah keatas.

#### d. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan faktor yang dapat menentukan sikap konsumen dalam memilih jasa transportasi PO. RAHARJA. Hal ini disebabkan karena pekerjaan berhubungan langsung dengan tingkat kepentingan pada pekerjaan yang ditekuninya. Tabel 4.4 menunjukkan pekerjaan responden.

Tabel 4.4

#### Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar / mahasiswa	13	13%
Pegawai negeri / ABRI	21	21%
Pegawai swasta	31	31%
Wiraswasta	25	25%
Petani / nelayan / buruh	7	7%
Lain-lain	3	3%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005 (Lampiran 4)

Dari tabel 4.4 diatas menunjukan bahwa pekerjaan responden mayoritas adalah Pegawai Swasta, yaitu sebesar 31% (31 orang ). Sedangkan distribusi tingkat pekerjaan yang lain yaitu Wiraswasta sebesar 21% (21 orang), Pegawai Negeri / ABRI sebesar 21 orang atau 21% , Pelajar / mahasiswa sebesar 13% (13 orang ), Petani/Nelayan/ Buruh sebesar 7 % (7 orang) dan terakhir adalah konsumen yang mempunyai pekerjaan Lain - lain yaitu sebesar 3% (3 orang).

Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen pemakai jasa transportasi PO. RAHARJA adalah Pegawai Swasta, hasil ini menunjukkan bahwa konsumen yang memilih jasa travel Rosali Indah mayoritas memiliki

pekerjaan swasta. Hal ini disebabkan karena mereka lebih cenderung memiliki tingkat kebutuhan yang cukup banyak, salah satunya jasa transportasi.

#### e. Pendapatan

Tingkat pendapatan seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan sikap konsumen dalam memilih jasa transportasi PO. RAHARJA. Responden yang berpendapatan rendah cenderung memilih alat transportasi yang harganya lebih terjangkau, sedangkan responden yang berpendapatan tinggi cenderung mementingkan kualitas dan harga sebagai alternatif kedua. Tabel 4.6 menunjukkan distribusi tingkat pendapatan responden.

Tabel 4.5

Klasifikasi Responden berdasarkan Pendapatan

Tingkat Pendapatan	Jumlah	Persentase
< Rp.300.000	10	10%
Rp.300.000 - 500.000	12	12%
Rp.500.000 - 700.000	19	19%
Rp.700.000 - 900.000	22	22%
Rp.900.000 - 1.100.000	20	20%
> Rp.1.100.000	17	17%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2005 (Lampiran 4)

Dari tabel 4.5 diatas menunjukan bahwa pendapatan responden mayoritas antara Rp.700.000 – Rp.900.000 sebesar 22% (22 orang). Sedangkan distribusi tingkat pendapatan yang lain yaitu antara Rp.900.000 –

1.100.000,- sebesar 20% (20 orang), responden yang pendapatan antara Rp.500.000 – Rp.700.000 sebesar 19% (19 orang), responden yang berpendapatan lebih dari Rp.1.100.000 sebesar 17% (17 orang), berpendapatan antara Rp.300.000 – 500.000 sebesar 12 % (12 orang) dan responden yang pendapatan kurang dari Rp.300.000 adalah sebesar 10% atau 10 orang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang memilih jasa transportasi PO. RAHARJA mempunyai penghasilan yang cukup besar untuk bisa melakukan pembelian terhadap jasa transportasi PO. RAHARJA.

## 2. Persepsi Konsumen terhadap Dimensi Jasa transportasi PO. RAHARJA

### a. Variabel Tangibles ( $X_1$ )

Penilaian terhadap variabel Tangibles meliputi penilaian yang berhubungan keadaan fisik seperti TV, kamar kecil, AC di dalam bus serta televisi pada ruang tunggu di Jasa transportasi PO. RAHARJA. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Tangibles.

**Tabel 4.6**  
**Penilaian Variabel Tangibles**

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1	1%
Tidak setuju	13	13%
Setuju	38	38%
Sangat setuju	48	48%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2005 (Lampiran 5)

Dari Tabel 4.6 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 1 orang atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju dan 13 orang atau 13% yang menyatakan tidak setuju terhadap dimensi reliability pada jasa transportasi PO. RAHARJA. Selanjutnya sebanyak 38 orang atau 38% menyatakan setuju, dan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 48 orang atau 48% keberadaan kamar kecil, televisi dan AC di dalam bus "Raharja" serta adanya televisi di ruang tunggu. Dengan demikian menunjukkan bahwa konsumen pada Jasa transportasi PO. RAHARJA mempunyai kecenderungan penilaian yang tinggi terhadap Tangibles.

**b. Variabel Reliability ( $X_2$ )**

Penilaian terhadap variabel Reliability yaitu penilaian terhadap kemampuan yang diandalkan, akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai yang diinginkan konsumen atau jasa yang dijanjikan yang meliputi ketepatan waktu berangkat, kecepatan dalam melayani pembelian tiket, kecakapan karyawan terhadap konsumen dan sikap simpatik karyawan terhadap konsumen. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Reliability.



**Tabel 4.7**  
**Penilaian Variabel Reliability**

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	8	8%
Tidak setuju	51	51%
Setuju	36	36%
Sangat setuju	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2005 (Lampiran 5)

Dari Tabel 4.7 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 8 orang atau 8% yang menyatakan sangat tidak setuju. Sedangkan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 51 orang atau 51%, sebanyak 36 orang atau 36% menyatakan setuju dan 5 orang atau 5% menyatakan sangat setuju terhadap ketepatan waktu berangkat, kecepatan dalam melayani pembelian tiket, kecakapan karyawan dalam melayani konsumen dan sikap simpatik karyawan terhadap konsumen. Dengan demikian menunjukkan bahwa konsumen pada Jasa transportasi PO. RAHARJA mempunyai kecenderungan penilaian yang rendah terhadap Reliability.

**c. Variabel Responsiveness ( $X_3$ )**

Penilaian terhadap variabel Responsiveness yaitu penilaian terhadap kemauan PO. RAHARJA untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan segera yang meliputi penanganan keluhan, kesiagaan menangani masalah dan keinginan konsumen. Dari hasil jawaban responden maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Responsiveness.

**Tabel 4.8**  
**Penilaian Variabel Responsiveness**

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1	1%
Tidak setuju	14	14%
Setuju	54	54%
Sangat setuju	31	31%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2005 (Lampiran 5)

Dari Tabel 4.8 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 pelanggan sebagai responden yang diambil sebagai sampel sebanyak 1 orang atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, 14 orang atau 14% yang menyatakan tidak setuju. Sedangkan responden yang lain memberikan penilaian setuju sebanyak 54 orang atau 54% dan sebanyak 31 orang atau 31% menyatakan sangat setuju terhadap kemauan PO. RAHARJA untuk memberikan penanganan terhadap keluhan pelanggan, kesigapan menangani masalah, pelayanan yang baik dan akurat serta pelayanan dalam memenuhi keinginan pelanggan. Dengan demikian menunjukkan bahwa pelanggan pada Jasa transportasi PO. RAHARJA mempunyai kecenderungan penilaian yang sangat tinggi terhadap Responsiveness.

**d. Variabel Assurance ( $X_4$ )**

Penilaian terhadap variabel Assurance yaitu penilaian tentang pengetahuan dan kemampuan perusahaan dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap jasa yang diberikan. Dari hasil jawaban responden maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas

variabel Assurance.

**Tabel 4.9**  
**Penilaian Variabel Assurance**

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	1	1%
Tidak setuju	22	22%
Setuju	48	48%
Sangat setuju	29	29%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2005 (Lampiran 5)

Dari Tabel 4.9 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel, sebanyak 1 orang atau 1% menyatakan sangat tidak setuju, 22 orang atau 22% menyatakan tidak setuju, 48 orang atau 48% menyatakan setuju dan 29 orang atau 29% menyatakan sangat setuju terhadap perhatian yang diberikan jasa transportasi PO. RAHARJA, terhadap jaminan keselamatan dan keamanan dalam perjalanan, adanya tambahan pengetahuan profesionalisme dan supir yang tidak mengendarai dengan ugal - ugalan. Dengan demikian menunjukkan bahwa pelanggan Jasa transportasi PO. RAHARJA mempunyai kecenderungan penilaian yang cukup tinggi terhadap Assurance.

**e. Variabel Empathy ( $X_5$ )**

Penilaian terhadap variabel Empathy yaitu perhatian yang tulus dari pihak PO. RAHARJA kepada konsumennya yaitu meliputi perhatian khusus, kesopanan karyawan dan pemahaman terhadap keluhan konsumen. Dari hasil jawaban responden maka dapat

dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Empathy.

**Tabel 4.10**  
**Penilaian Variabel Empathy**

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	2	2%
Tidak setuju	33	33%
Setuju	49	49%
Sangat setuju	16	16%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2005 (Lampiran 5)

Dari Tabel 4.10 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel sebanyak 2 orang atau 2% yang menyatakan sangat tidak setuju, 33 orang atau 33% menyatakan tidak setuju, sebanyak 49 orang atau 49% menyatakan setuju dan 16 orang atau 16% menyatakan sangat setuju terhadap usaha PO. RAHARJA dalam memahami setiap keluhan konsumen serta adanya perhatian, keramahan dan kesopanan karyawan kepada konsumen. Dengan demikian menunjukkan bahwa pelanggan jasa transportasi PO. RAHARJA mempunyai kecenderungan penilaian yang tinggi terhadap Empathy.

**f. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

Penilaian terhadap variabel Kepuasan konsumen meliputi penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Jasa transportasi PO. RAHARJA. Dari hasil jawaban responden maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel Kepuasan konsumen.

**Tabel 4.11**  
**Penilaian Variabel Kepuasan Konsumen**

Jawaban rata-rata	Frekuensi	Persentase
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	6	6%
Setuju	38	38%
Sangat setuju	56	56%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer 2005 (Lampiran 5)

Dari Tabel 4.11 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 konsumen sebagai responden yang diambil sebagai sampel, tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Sedangkan responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6% dan 38 orang atau 38% menyatakan setuju dan terakhir 56 orang atau 56% menyatakan sangat setuju terhadap kinerja dan pelayanan yang meliputi harga tiket, keramahan, kecepatan, kenyamanan dan keamanan yang sesuai dengan harapan konsumen. Dengan demikian menunjukkan bahwa pelanggan pada Jasa transportasi PO. RAHARJA mendapatkan nilai Kepuasan konsumen yang tinggi.

#### **4.1. Analisis Kuantitatif**

Analisis kuantitatif yaitu cara menganalisis data dengan menggunakan statistik inferensial yang digunakan untuk membuktikan hipotesis. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linear berganda, analisis korelasi berganda dan analisis korelasi parsial.

#### 4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS Versi 11.00 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) dengan  $r_{tabel}$ . Dengan jumlah sampel (N) sebanyak 100 responden maka dapat ditentukan besarnya  $r_{tabel}$  yaitu 0,196. Dari hasil uji validitas diperoleh tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r - xy	r - tabel	Keterangan
Tangible	X <sub>1.1</sub>	0.695	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
	X <sub>1.2</sub>	0.767	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
	X <sub>1.3</sub>	0.835	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
	X <sub>1.4</sub>	0.667	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
Reliability	X <sub>2.1</sub>	0.571	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
	X <sub>2.2</sub>	0.792	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
	X <sub>2.3</sub>	0.791	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
	X <sub>2.4</sub>	0.824	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
Responsiveness	X <sub>3.1</sub>	0.681	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
	X <sub>3.2</sub>	0.710	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
	X <sub>3.3</sub>	0.691	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
	X <sub>3.4</sub>	0.662	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
Assurance	X <sub>4.1</sub>	0.744	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
	X <sub>4.2</sub>	0.912	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
	X <sub>4.3</sub>	0.886	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
	X <sub>4.4</sub>	0.868	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>
Empathy	X <sub>5.1</sub>	0.637	0.196	$r_{xy} > r_{tabel}$ , <b>Valid</b>

dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,196, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Assurance merupakan pertanyaan yang reliabel. Dan untuk variabel Empathy, besarnya koefisien alpha adalah 0,7684. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritisnya yaitu sebesar 0,196, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan mengenai Empathy merupakan pertanyaan yang reliabel. Dari kelima hasil analisis reliabilitas di atas dapat diartikan bahwa secara menyeluruh quisioner yang digunakan dalam penelitian ini telah dinyatakan reliabel atau andal.

#### 4.2.2. Hasil Regresi Linear Linier Sederhana

Analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana, dan Uji t. Model regresi linear liner sederhana mempunyai formula sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Dalam penelitian ini, dalam menganalisis regresi linear berganda penulis menggunakan seri program statistik SPSS versi 110.00. SPSS adalah suatu program *software* komputer yang digunakan untuk mengolah data baik parametrik maupun nonparametrik, seperti pada lampiran 7.

**Tabel 4.14**  
**Estimasi Regresi Linear Sederhana**

No	Variabel	Koef. Regresi	Koef. Determinasi	Sig.t	Keterangan
1	Sarana Kamar kecil	0,400	0,146	0,000	Signifikan
2	Sarana TV	0,459	0,217	0,000	Signifikan
3	Sarana AC	0,554	0,277	0,000	Signifikan
4	TV pada ruang tunggu	0,194	0,055	0,019	Signifikan
5	Kecekatan karyawan	0,271	0,062	0,012	Signifikan
6	Jasa Otobus tepat waktu	0,274	0,152	0,000	Signifikan
7	Kecepatan karyawan dalam melayani tiket	0,358	0,155	0,000	Signifikan
8	Kecekatan karyawan melayani konsumen	0,214	0,069	0,008	Signifikan
9	Pelayanan jasa otobus yang baik	0,289	0,105	0,001	Signifikan
10	Kepekaan karyawan melayani keluhan	0,306	0,157	0,000	Signifikan
11	Membbackup keinginan konsumen	0,306	0,157	0,000	Signifikan
12	Kesigapan karyawan menangani masalah konsumen	0,231	0,094	0,002	Signifikan
13	Jaminan keamanan dan keselamatan	0,428	0,122	0,000	Signifikan
14	Penyediaan sarana	0,425	0,241	0,000	Signifikan
15	Tambahan pengetahuan profesionalisme	0,396	0,225	0,000	Signifikan
16	Sopir bus yang tidak ugal-ugalan	0,511	0,269	0,000	Signifikan
17	Karyawan bersifat simpatik	0,285	0,096	0,002	Signifikan
18	Karyawan yang sopan dan ramah	0,305	0,165	0,000	Signifikan
19	Perhatian yang sama pada setiap konsumen	0,332	0,090	0,002	Signifikan
20	Peningkatan kualitas pelayanan	0,300	0,073	0,007	Signifikan

Sumber : (Lampiran 7)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui pengujian secara parsial untuk masing-masing indikator.

#### 4.2.2.1. Pengaruh Dimensi Tangibles terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil koefisien regresi untuk indikator pemberian sarana kamar kecil di dalam kendaraan bus adalah sebesar 0,400 dan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan pemberian sarana kamar kecil terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin semakin lengkap sarana di dalam bus pada Jasa Transportasi PO. Raharja yang berupa kamar kecil maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan



besarnya pengaruh indikator pemberian sarana kamar kecil terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,146 Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut kebersihan bengkel sebesar 14,6%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator sarana TV adalah sebesar 0,459 dan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan sarana TV terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin lengkap sarana yang diberikan di dalam Bus PO Raharja yang berupa TV maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator sarana TV terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,217. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut sarana TV sebesar 21,7%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator sarana AC adalah sebesar 0,554 dan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan sarana AC terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin lengkap sarana yang diberikan di dalam Bus PO Raharja yang berupa AC maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator sarana AC terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,277. Artinya

kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut sarana AC sebesar 27,7%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator sarana TV pada ruang tunggu adalah sebesar 0,194 dan probabilitas sebesar 0,019 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan sarana TV pada ruang tunggu terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin lengkap sarana yang diberikan di ruang tunggu penumpang ketika akan berangkat dengan diberikan sarana TV maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator sarana TV pada ruang tunggu terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,055. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut sarana TV pada ruang tunggu sebesar 5,5%.

Berdasarkan hasil analisis pada keempat indikator diatas maka dapat dinyatakan bahwa dimensi tangibles berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan Jasa PO. Rahaaja pada dimensi Tangibles maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

#### **4.2.2.2. Pengaruh Dimensi Reliability terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil koefisien regresi untuk indikator kecekatan karyawan adalah sebesar positif sebesar 0,271 dan probabilitas sebesar 0,012 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara

signifikan kecekatan karyawan terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin cekatan karyawan dalam memberikan pelayanan terhadap setiap konsumen pada jasa transportasi PO. RAHARJA maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator kecekatan karyawan terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,062. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut pelayanan cepat sebesar 6,2%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator ketepatan waktu adalah sebesar 0,274 dan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin tepat jasa pelayanan ini sesuai dengan yang dijanjikan seperti ketepatan keberangkatan maupun ketepatan di tempat tujuan yang diberikan oleh jasa transportasi PO. RAHARJA maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,152. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut ketepatan sebesar 15,2%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator pelayanan tiket yang cepat adalah sebesar 0,358 dan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan pelayanan tiket yang cepat terhadap kepuasan konsumen. Artinya

semakin cepat dalam pelayanan tiket pada jasa transportasi PO. RAHARJA maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator pelayanan cepat dalam pembelian tiket terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,155. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut kecepatan dalam pembelian tiket sebesar 15,5%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator kecekatan karyawan dalam melayani konsumen adalah sebesar 0,214 dan probabilitas sebesar 0,008 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan pelayanan kecekatan karyawan dalam melayani konsumen terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin cekatan karyawan dalam melayani konsumen pada jasa transportasi PO. RAHARJA maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator kecekatan karyawan dalam melayani konsumen terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,069. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut kecekatan karyawan dalam melayani konsumen sebesar 6,9%.

Berdasarkan hasil analisis pada keempat indikator diatas maka dapat dinyatakan bahwa dimensi Reliability berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi

kualitas pelayanan Jasa transportasi PO RAHARJA pada dimensi Reliability maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

#### 4.2.2.3. Pengaruh Dimensi Responsiveness terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil koefisien regresi untuk indikator pelayanan jasa otobus yang baik adalah sebesar 0,289 dan probabilitas sebesar 0,001 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan pelayanan jasa otobus yang baik terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin baik pelayanan jasa transportasi PO. RAHARJA maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator pelayanan jasa otobus yang baik terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,105. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut pelayanan jasa otobus yang baik sebesar 10,5%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator kepekaan karyawan melayani konsumen adalah sebesar 0,306 dan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan kepekaan karyawan melayani konsumen terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin peka karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen oleh jasa transportasi PO. RAHARJA maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator kepekaan karyawan melayani konsumen terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi

parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,157. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut kepekaan karyawan melayani konsumen sebesar 15,7%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator membackup keinginan konsumen adalah sebesar 0,306 dan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan membackup keinginan konsumen terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin baik perusahaan dalam membackup keinginan konsumen pada jasa transportasi PO. RAHARJA maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator membackup keinginan konsumen dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,157. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut membackup keinginan konsumen sebesar 15,7%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator kesiapan karyawan dalam menangani masalah konsumen adalah sebesar 0,231 dan probabilitas sebesar 0,002 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan kesiapan karyawan dalam menangani masalah konsumen terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin sigap karyawan dalam menangani masalah konsumen pada jasa transportasi PO. RAHARJA maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator kesiapan karyawan dalam menangani masalah konsumen dapat ditunjukkan

dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,094. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut membackup keinginan konsumen sebesar 9,4%.

Berdasarkan hasil analisis pada keempat indikator diatas maka dapat dinyatakan bahwa dimensi Responsiveness berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan Jasa transportasi PO. RAHARJA pada dimensi Responsiveness maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

#### **4.2.2.4. Pengaruh Dimensi Assurance terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil koefisien regresi untuk indikator jaminan keamanan dan keselamatan penumpang adalah sebesar 0,428 dan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan jaminan keamanan dan keselamatan penumpang terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin baik pihak otobus dalam memberikan jaminan keamanan dan keselamatan pada penumpangnya maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator jaminan keamanan dan keselamatan penumpang terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,122 Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut jaminan keamanan dan keselamatan penumpang sebesar 12,2%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator penyediaan sarana bagi konsumen adalah sebesar 0,425 dan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan penyediaan sarana bagi konsumen terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin besar penyediaan sarana bagi konsumen pada transportasi PO. RAHARJA maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator penyediaan sarana bagi konsumen terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,241. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut penyediaan sarana bagi konsumen sebesar 24,1%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator tambahan pengetahuan profesionalisme adalah sebesar 0,396 dan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan tambahan pengetahuan profesionalisme terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi tingkat keprofesionalan karyawan dalam melayani pelanggan maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator tambahan pengetahuan profesionalisme terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,225. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut tambahan pengetahuan profesionalisme sebesar 22,5%.



Hasil koefisien regresi untuk indikator sopir bus yang tidak ugal-ugalan adalah sebesar 0,511 dan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan sopir bus yang tidak ugal-ugalan terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin baik sikap sopir yang tidak ugal-ugalan dalam melaksanakan tugasnya menjalankan otobus maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator sopir bus yang tidak ugal-ugalan terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,269. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut sopir bus yang tidak ugal-ugalan sebesar 26,9%.

Berdasarkan hasil analisis pada keempat indikator diatas maka dapat dinyatakan bahwa dimensi Assurance berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan Jasa transportasi PO. RAHARJA pada dimensi Assurance maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

#### **4.2.2.5. Pengaruh Dimensi Emphaty terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil koefisien regresi untuk indikator karyawan bersikap simpatik adalah sebesar 0,285 dan probabilitas sebesar 0,002 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan karyawan bersikap simpatik terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin simpatik kinerja karyawan pada jasa transportasi PO.

RAHARJA kepada pelanggan maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator karyawan bersikap simpatik terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,096 Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut karyawan bersikap simpatik sebesar 9,6%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator karyawan yang sopan dan ramah adalah sebesar 0,305 dan probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan karyawan yang sopan dan ramah terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin sopan dan ramah pada sikap karyawan otobus maka semakin besar pula kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator karyawan yang sopan dan ramah terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,305. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut karyawan yang sopan dan ramah sebesar 30,5%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator perhatian yang sama pada setiap konsumen adalah sebesar 0,332 dan probabilitas sebesar 0,002 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan memastikan perhatian yang sama pada setiap konsumen terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin adil pihak PO. RAHARJA dalam memberikan perhatian kepada konsumen tanpa membedakan status sosialnya maka semakin besar kepuasan

konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator perhatian yang sama pada setiap konsumen terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,332. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut memastikan pelanggan tidak kecewa sebesar 33,2%.

Hasil koefisien regresi untuk indikator peningkatan kualitas pelayanan adalah sebesar 0,300 dan probabilitas sebesar 0,007 yang nilainya dibawah 0,05. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif secara signifikan peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin besar upaya otobus dalam meningkatkan kualitas pelayanan maka semakin besar kepuasan konsumen. Sedangkan besarnya pengaruh indikator peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat ditunjukkan dengan koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,300. Artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh atribut peningkatan kualitas pelayanan sebesar 33,2%

Berdasarkan hasil analisis pada keempat indikator diatas maka dapat dinyatakan bahwa dimensi Emphaty berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan Jasa transportasi PO. RAHARJA pada dimensi Emphaty maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

Dari analisis kelima dimensi tersebut di atas koefisien determinasi parsial terbesar ditunjukkan oleh dimensi Tangible terutama pada atribut sarana AC sebesar 0,277 atau 27,7%. Dengan demikian untuk dimensi Tangible mempunyai pengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan. Untuk itu pihak manajemen otobus harus dapat memprioritaskan peningkatan pada kualitas pelayanan dimensi Tangible, mengingat variabel ini merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Besar kecilnya jasa yang diberikan pada dimensi tangible sangat menentukan besar kecilnya kepuasan yang akan diperoleh pelanggan.

Hal ini mengingat banyaknya persaingan pada usaha yang sama pada perusahaan otobus, sehingga setiap usaha akan berlomba-lomba memperbaiki kualitas pelayanan untuk mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya. Jasa otobus merupakan jasa yang mengandalkan tampilan fisik atau Tangible, dimana semakin bagus kondisi fisik bus maka semakin memberikan kepuasan konsumen. Apalagi dalam perjalanan yang jauh, fasilitas AC sangat diperlukan oleh penumpang demi kenyamanannya selama dalam menggunakan jasa otobus tersebut. Bahkan jika konsumen memilih jasa otobus, maka pilihan pertamanya biasanya fasilitasnya, sehingga pihak perusahaan pun membedakan jenis otobus yaitu "Full AC" dan "Non AC".

Selain fasilitas AC, dimensi tangible yang hendaknya diperhatikan oleh manajemen jasa otobus, adalah sarana-sarana

pendukung lainnya seperti TV dan kamar kecil. Dengan keinginan yang tulus untuk memberikan kepuasan konsumen yaitu dengan meningkatkan kondisi fisik bus, diharapkan kepuasan konsumen akan semakin tercapai, sehingga di masa yang akan datang konsumen ini akan menjadikan pilihan pertama terhadap PO. Raharja sebagai jasa transportasi yang memuaskan.

