

ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA JASA BUS DAMRI MELALUI KUALITAS PELAYANAN (Studi Pada Pool Damri Kebon Kawung Trayek Bandung-Lampung)

Suci Fika Widyana - Puspa Gradiza

Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Politeknik Pos Indonesia

E-mail: fika.bharata@poltekpos.ac.id - pgradiza@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu jenis transportasi umum darat yang banyak diminati oleh masyarakat adalah Bus, Pool Damri Kebon Kawung hadir untuk memenuhi kebutuhan penggunanya terutama dalam memberikan pelayanan yang berkualitas agar pengguna merasa puas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan yang sudah ada terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Damri dan tingkat kepuasannya, serta mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel yang diteliti sebanyak 100 responden menggunakan metode *Non Probability Sampling* yaitu teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, teknik analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis secara simultan dan parsial.

Hasil analisis deskriptif menyatakan bahwa penilaian pengguna jasa Bus Damri mengenai kualitas pelayanan sangat baik dengan *mean* diatas 4,4100. Hasil analisis regresi linear sederhana menyatakan bahwa kualitas pelayanan pada Pool Damri Kebon Kawung memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Damri yakni sebesar 41,1. Tingkat kepuasan pengguna jasa Bus Damri sebesar 90,39% dinyatakan sangat puas.

Kualitas pelayanan pada Pool Damri Kebon Kawung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung. Dari hasil uji F secara simultan, variabel kualitas pelayanan yang menggambarkan secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna. Hasil uji T secara parsial, diperoleh variabel kualitas pelayanan pada semua dimensi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Damri.

Kata Kunci : Kepuasan pengguna/pelanggan, Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

One type of land public transportation that is in great demand by the public is Bus, Pool Damri Kebon Kawung is here to meet the needs of its users, especially in providing quality services so that users feel satisfied. This study aims to determine the description of the quality of existing services on the satisfaction of Damri Bus service users and the level of satisfaction, as well as knowing the quality of service on user satisfaction has a significant effect simultaneously and partially. This study uses a quantitative method with a sample of 100 respondents using the Non Probability Sampling method, namely the accidental sampling technique. The data analysis technique used is descriptive analysis, simple linear regression analysis technique and hypothesis testing simultaneously and partially.

The results of the descriptive analysis stated that the assessment of Damri Bus service users regarding the quality of service was very good with a mean above 4.4100. The results of simple linear regression analysis state that the quality of service at the Damri Kebon Kawung Pool has an influence on the satisfaction of Damri Bus service users, which is 41.1. The level of satisfaction of Damri Bus service users of 90.39% is stated to be very satisfied.

The quality of service at the Damri Kebon Kawung Pool has a positive and significant effect on the satisfaction of users of the Damri Bus services for the Bandung-Lampung route. From the results of the simultaneous F test, the variable of service quality that describes simultaneously has an influence on the variable of user satisfaction. The results of the partial T test, obtained that the service quality variable on all dimensions partially has a positive and significant effect on the satisfaction of Damri Bus service users.

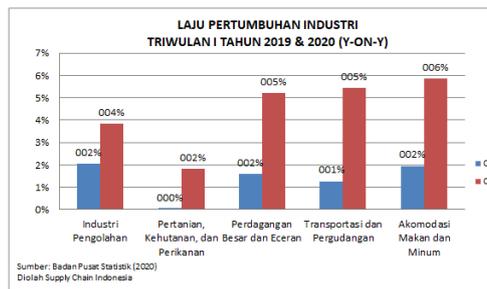
Keywords: Satisfaction of users/customers, Quality of Service.

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Meningkatnya perkembangan bisnis di Indonesia menyebabkan para pelaku bisnis semakin berkompetisi dalam membuka peluang usahanya untuk mempengaruhi pola pikir pelanggan dalam membuat keputusan dalam pemilihan kualitas jasa yang ditawarkan oleh pelaku bisnis termasuk industri jasa transportasi. Industri jasa transportasi saat ini tumbuh sangat pesat, dimana industri ini bergerak pada bidang jasa yang memadukan produk dan layanan.

perkotaan yang mobilitasnya cukup tinggi membutuhkan sarana transportasi umum yang murah, nyaman, aman dan cepat. Sedangkan pada Bandung merupakan kota terpadat ketiga di Jawa Barat, di mana penduduknya bukan hanya berasal dari Bandung melainkan banyak juga penduduk dari luar daerah yang bermigrasi atau memiliki kepentingan pribadi untuk tinggal di Bandung. Berikut perkembangan penduduk menurut kabupaten/kota pada wilayah Jawa Barat termasuk Bandung periode tahun 2018 – 2020 :



Gambar 1 Laju Pertumbuhan Industri Tahun 2019 - 2020

Sumber: Badan Pusat Statistik 2020, diolah Supply Chain Indonesia

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa laju pertumbuhan industri transportasi mengalami kenaikan pada tahun 2019 kemudian mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2020. Dampak pandemi Covid-19 yang terjadi pada tahun 2020 berimbas pada industri transportasi terhadap penurunan permintaan pelanggan. Hal ini juga berdampak pada industri jasa transportasi darat.

Transportasi darat adalah sarana/alat perhubungan menggunakan jalan untuk mengangkut penumpang atau barang. Bagi masyarakat yang tinggal di

Tabel 1 Jumlah Penduduk Kabupaten/Kota Wilayah Jawa Barat

Wilayah Jawa Barat	Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota (Jiwa)		
	2018	2019	2020
Bogor	5.840.907	5.965.410	6.088.233
Bekasi	3.630.907	3.763.886	3.899.017
Bandung	3.717.291	3.775.279	3.831.505
Kota Bekasi	2.931.897	3.003.923	3.075.690
Garut	2.606.399	2.622.425	2.636.637
Kota Bandung	2.503.708	2.507.888	2.510.103
Kota Depok	2.330.333	2.406.826	2.484.186
Sukabumi	2.460.693	2.466.272	2.470.219
Karawang	2.336.009	2.353.915	2.370.488
Cianjur	2.260.620	2.263.072	2.264.328
Cirebon	2.176.213	2.192.903	2.209.633
Tasikmalaya	1.751.295	1.754.128	1.755.710
Indramayu	1.719.187	1.728.469	1.737.624
Bandung Barat	1.683.711	1.699.896	1.714.982
Subang	1.579.018	1.595.825	1.612.576
Majalengka	1.199.300	1.205.034	1.210.709
Ciamis	1.188.629	1.195.176	1.201.685
Kota Bogor	1.096.828	1.112.081	1.126.927
Sumedang	1.149.906	1.152.400	1.154.428
Kuningan	1.074.497	1.080.804	1.087.105
Purwakarta	953.414	962.893	971.889
Kota Tasikmalaya	662.723	663.517	663.986
Kota Cimahi	607.811	614.304	620.393
Pangandaran	397.187	399.284	401.493

Kota Sukabumi	326.282	328.680	330.691
Kota Cirebon	316.277	319.312	322.322
Kota Banjar	182.819	183.110	183.299

Sumber: Badan Pusat Statistik 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jumlah penduduk di Bandung pada tahun 2018-2019 mengalami kenaikan sebanyak 1,06 juta orang, dan di tahun 2019-2020 mengalami kenaikan sebanyak 56 ribu orang. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah penduduk di Bandung meningkat pada tahun 2018 hingga 2020.

Pada transportasi umum di Bandung, salah satu jenis transportasi umum darat yang banyak diminati oleh masyarakat adalah bus. Keberadaan sarana transportasi umum darat untuk Bandung dapat dilihat cukup memadai. Perusahaan Umum (Perum) Damri sebagai salah satu perusahaan jasa yang bergerak dibidang transportasi darat yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) di Indonesia dan cukup di kenal oleh masyarakat luas. Perum Damri memiliki jaringan pelayanan yang tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia. Terdapat 33 kantor cabang Perum Damri di Indonesia, salah satunya adalah Perum Damri Bandung dengan kantor pemasaran penjualan tiket yang terletak di Pool Damri Kebon Kawung. Salah satu tujuan umum setiap perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan untuk mendapatkan profit/keuntungan, Basu Swastha (dalam Yudhistira, 2019:20) berpendapat bahwa volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan. Untuk meningkatkan volume penjualan, perusahaan harus mampu memasarkan produk/jasanya dengan baik, salah satunya dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan penjualan.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan jasa menurut Kotler (dalam Sinaga et al., 2020:91) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi

cara pelanggan dalam membandingkan antara persepsi dengan harapan pelanggan mengenai layanan yang sesungguhnya. Apabila layanan yang diterima oleh pelanggan sama dengan layanan yang diharapkan, maka layanan tersebut dikatakan memuaskan.

Untuk meningkatkan kepuasan pengguna jasa transportasi Bus Damri Trayek Bandung-Lampung pada Pool Damri Kebon Kawung, maka bukan hanya mengutamakan fasilitas Bus Damri, tetapi harus juga mengutamakan dalam segi kualitas pelayanannya. Bentuk pelayanan pada Pool Damri Kebon Kawung selain pelayanan penjualan tiket, dapat dilihat dari para *staff*/karyawan, misalnya memberikan senyum dan sapaan yang akan memberikan kesan baik pada setiap pelanggan yang datang.

Tabel 2 Penjualan Tiket Damri Bandung – Lampung tahun 2020

Tahun	Penjualan Tiket
2018	45.987
2019	51.110
2020	33.243

Sumber: Data Sekunder Pool Damri Kebon Kawung, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa penjualan tiket Damri trayek Bandung – Lampung mengalami fluktuasi yaitu tahun 2018-2019 terjual tiket sebanyak 45.987 dengan kenaikan tiket sebanyak 5.123, sedangkan pada tahun 2019-2020 penjualan tiket Damri trayek Bandung – Lampung mengalami penurunan yang signifikan sebanyak 17.867. Penjualan tiket tertinggi berada di tahun 2019. Hal ini dikarenakan pada tahun tersebut Damri masih beroperasi normal sebelum mewabahnya pandemi covid-19 di Indonesia. Sedangkan penjualan tiket menurun pada tahun 2020 karena semakin meningkatnya kasus covid-19 di Indonesia serta mulai berlakunya *tagline* "DiRumahAja" untuk memutus rantai dan penyebaran covid-19 bagi masyarakat luas yang tidak mempunyai kepentingan untuk bergian dan diadakannya PSBB

(Pembatasan Sosial Berskala Besar) di Bandung dari tanggal 22 April hingga tanggal 5 Mei 2020 dan dalam rangka melakukan pencegahan covid-19 berdasarkan surat Kebijakan Penegakkan Penggunaan Wajib Memakai Masker No.9 Tahun 2020 dengan imbauan Damri mulai menerapkan kebijakan wajib mengenakan masker bagi calon pelanggannya dan mulai diberlakukan saat memasuki area Pool Damri, didalam bus dan tujuan akhir bus.

Pool Damri Kebon Kawung Trayek Bandung-Lampung menyediakan 3 jenis tipe bus yang berbeda-beda, yakni dari *business*, *executive* dan *royal class* dengan harga tiket mulai dari Rp.225.000 – Rp.365.000 dengan memberikan pelayanan transaksi dan transportasi pengguna jasa Bus Damri merasa dihargai, aman, nyaman dan percaya. Rasa dihargai, keamanan, kenyamanan dan rasa percaya inilah yang akan menjadi kesan baik di mata pelanggan serta salah satu alasan pelanggan untuk menggunakan jasa transportasi Bus Damri Trayek Bandung-Lampung pada Pool Damri Kebon Kawung tersebut berulang-ulang kali. Pelanggan pengguna jasa Bus Damri berulang-ulang menandakan mereka sudah loyal menggunakan jasa transportasi tersebut.

Dengan adanya produk-produk yang disediakan oleh Perum Damri pada Pool Damri Kebon Kawung, penulis tertarik untuk membahas bagaimana pelayanan bisa memunculkan kepuasan pengguna jasa Bus Damri dan apakah pelanggan benar-benar merasa puas dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh Damri atau tidak.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka perlu dilakukan penelitian yang terkait dengan masalah kualitas pelayanan dengan judul "***Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Bus Damri Melalui Kualitas Pelayanan (Studi Pada Pool Damri Kebon Kawung Trayek Bandung-Lampung)***".

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan pada dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible* dan kepuasan pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung pada Pool Damri Kebon Kawung?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung pada Pool Damri Kebon Kawung?

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Manajemen Pemasaran

Tjahjaningsih dan Soliha (dalam Khoirulloh Rafif, 2018:3) mendefinisikan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu proses analisis, perencanaan, implementasi dari perwujudan produk, harga, distribusi dan promosi untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran sehingga dapat memenuhi tujuan pelanggan dan perusahaan.

2. Pengertian Transportasi

Menurut Abbas Salim dalam (Nenio & Yuliansyah, 2017) transportasi merupakan kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari satu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi ada dua unsur terpenting yaitu :

- a. Pemindahan/pergerakan (*movment*)
- b. Secara fisik mengubah tempat dari barang (komodit) dan penumpang ke tempat lain.

3. Pengertian Pelayanan

Menurut Hardiansyah (dalam Kusmatuti & Nilna Sya'diyah, 2017:11) mendefinisikan pelayanan adalah aktifitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus. Baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak yang lain.

4. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (dalam Pangestika Gumiwang Sudrajat, 2017:270) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta pemberian pelayanan untuk menyeimbangkan harapan konsumen. Hal ini dapat mengurangi kemungkinan mantan pelanggan beralih ke perusahaan lain.

Tjiptono (2016) (dalam Rahman Fauzi, 2017:59) mendefinisikan bahwa Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Definisi kualitas pelayanan menurut Wijaya (dalam Isra & Trenggana, 2017:4) yaitu sebagai keseluruhan gabungan karakteristik yang dihasilkan dari pemasaran rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli mengenai kualitas pelayanan diatas, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan adalah upaya untuk memberikan pelayanan yang optimal menjadi sangat penting untuk dilakukan demi memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan pada industri transportasi umum darat seperti damri harus ditingkatkan secara optimal untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan agar tingkat pelayanan damri semakin berkualitas.

5. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (dalam Eka et al., 2019:137) terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

a. Reliabilitas (*Reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Mengacu pada kemauan dan kemampuan karyawan untuk membantu dan menanggapi pelanggan dan berkomunikasi saat memberikan layanan dan menyampaikannya dengan cepat.

c. Jaminan (*Assurance*)

Perilaku karyawan yang meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan membuat perusahaan merasa aman di antara pelanggan. Kepercayaan juga berarti bahwa karyawan selalu sopan dan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani pertanyaan pelanggan.

d. Empati (*Emphaty*)

Menyatakan bahwa perusahaan memahami kekhawatiran pelanggannya dan bertindak demi kepentingan terbaik mereka, menyediakan layanan pelanggan pribadi dan memiliki jam kerja yang nyaman.

e. Bukti Fisik (*Tangible*)

Tentang daya tarik tempat, peralatan dan bahan yang digunakan perusahaan, dan penampilan karyawan.

6. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Richard (dalam Zeithaml, 2018:18) (dalam Sabila, 2020:19) kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

7. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Hawkins dan Lonney (dikutip dalam Tjiptono, 2015:101) (dalam Suwito, 2018:257) indikator kepuasan pelanggan terdiri dari:

a. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- 1) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

- 2) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - 3) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
- 1) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - 2) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - 3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Kesediaan merekomendasikan, merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:
- 1) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - 2) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - 3) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

8. Hipotesis

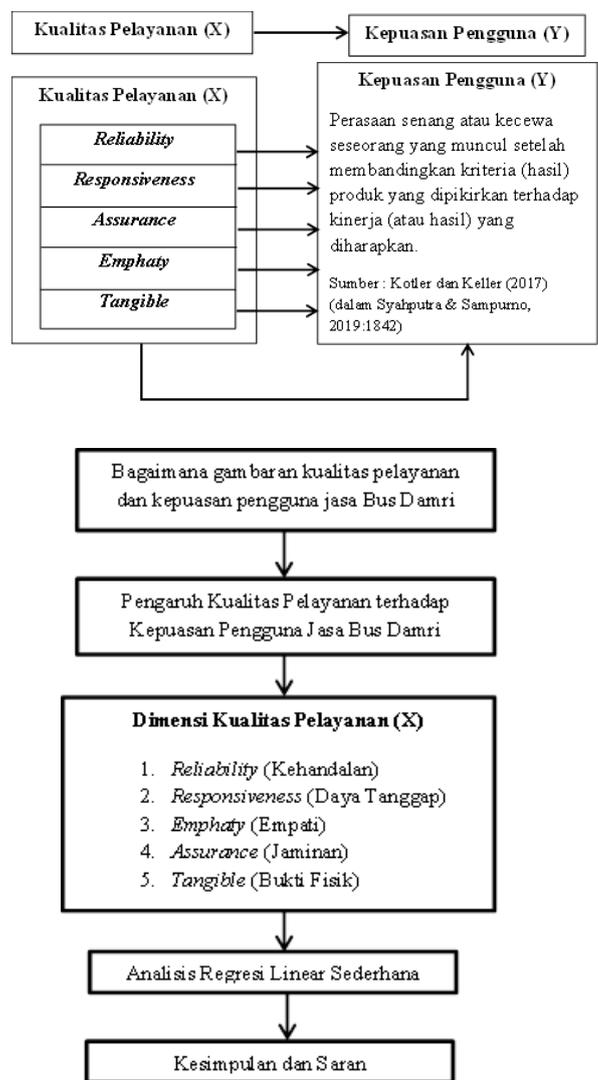
Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan, maka berikut hipotesis yang dapat diambil :

H_0 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung pada Pool Damri Kebon Kawung.

H_1 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung pada Pool Damri Kebon Kawung.

9. Kerangka Pemikiran

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari beberapa dimensi dan merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berikut merupakan gambar kerangka pikiran :



Gambar 2 Kerangka Pemikiran

C. METODE PENELITIAN

1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat kuantitatif.

Desain penelitian digunakan untuk membuktikan hubungan antara beberapa variabel. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, adanya variabel-variabel yang akan ditelaah hubungannya serta bertujuan untuk menyajikan gambaran secara terstruktur dan akurat mengenai hubungan antara variabel yang akan diteliti yaitu kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Damri.

2. Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka ruang lingkup dalam penelitian ini mencakup tentang kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangible* secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Pool Damri Kebon Kawung yang beralamat di Jl. Kebon Kawung No.20, Pasir Kaliki, Kec.Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40171.

4. Operasional Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) (dalam Hermawan, 2017:61) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Menurut Sugiyono (2017) (dalam Hermawan, 2017:62) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

5. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017) (dalam Hermawan, 2017:66) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini didasarkan dari data seluruh pengguna jasa Bus Damri selama dengan jumlah pelanggan sebanyak 33.255.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2017) (dalam Hermawan, 2017:67) menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Penentuan ukuransampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

N : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Tingkat kesalahan

diambil/*margin of error*, diambil 10% (0,1)

Berdasarkan rumus Slovin diatas, maka ukuran sampel dalam penelitian dapat dihitung sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ &= \frac{33255}{1+(33255 \times 0,1^2)} \\ &= \frac{33255}{1+(33255 \times 0,01)} \\ &= \frac{33255}{1+332,55} \\ &= \frac{33255}{333,55} \\ &= 99,70 \text{ (maka dibulatkan menjadi } 100) \end{aligned}$$

Sehingga sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

6. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung. Data yang dihasilkan adalah dengan pengisian kuesioner yang disebar kepada responden sesuai target sasaran serta mewakili seluruh populasi yang di dalam penelitian ini yaitu Pengguna Jasa Bus Damri

Trayek Bandung – Lampung. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah ada. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari pihak ketiga. Data mengacu pada penelitian yang dilakukan berupa riwayat, ruang lingkup, struktur organisasi, artikel, dan situs web.

7. Metode Analisis Data

a. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Penelitian itu dikatakan valid jikalau alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) tersebut valid. Valid berarti pengguna/pelanggan tersebut dapat digunakan untuk mengukur yang seharusnya diukur. Adapun analisis faktor yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Jika korelasi masing-masing faktor tersebut positif dan nilainya > 0,30 ke atas, maka faktor tersebut dapat dikatakan konstruk kuat.

b. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Uji Reliabilitas menurut Sugiyono (dalam Mahriez & Sastika, 2020:2855) adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji Reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Penelitian uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan SPSS.

c. Uji Normalitas Data

Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan

bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik *parametric* tidak dapat digunakan.

Ghozali (dalam Rahmadayana, 2019:27) didasarkan pada pengambilan keputusan probabilitas (*Asymtotic Significance*) yaitu :

- 1) Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
- 2) Jika probabilitas < 0,05 maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

8. Teknik Analisis Data

a. Analisis Deskriptif

Metode yang digunakan peneliti untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Sugiyono (dalam Kurnia & Hanifa, 2018:5) mengemukakan analisis statistik deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, hanya berguna untuk satu atau beberapa variabel (variabel yang berdiri sendiri atau bebas) tidak perlu membandingkan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel.

b. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pengguna/pelanggan). Adapun bentuk umum persamaan regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

Y : Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a : Harga Y ketika harga X = 0 (harga konstan)

b : Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

x : Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai independen.

9. Uji Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (dalam Stawati, 2020:151) Uji Statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat. Kaidah pengambilan keputusan dalam Uji F adalah :

H_0 : tidak memenuhi kelayakan

H_a : memenuhi kelayakan

b. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Uji statistik t digunakan untuk menguji pengaruh parsial atau unilateral yang signifikan pada setiap variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Hipotesis nol (H_0) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen, maka pengujian dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

Taraf signifikansi 5% atau 0,05.

H_0 : tidak ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y

H_a : ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengguna Jasa Bus Damri

Valid berarti pelanggan tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukuran validitas ini dilakukan untuk menguji apakah tiap-tiap butir pernyataan telah mewakili dimensi atau indikator-indikator yang diteliti. Hasil uji validitas terhadap instrumen variabel kualitas pelayanan, yaitu:

Tabel 11 Uji Validitas Kepuasan Pengguna Jasa Damri

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	103.7800	100.981	.655	.	.927
X2	103.8200	99.260	.685	.	.927
X3	103.8300	99.799	.660	.	.927
X4	103.8400	101.186	.599	.	.928
X5	103.9500	99.866	.658	.	.927
X6	103.9000	100.394	.629	.	.928
X7	103.9400	99.411	.589	.	.928
X8	103.8000	103.273	.464	.	.930
X9	103.8200	101.806	.537	.	.929
X10	103.7600	104.507	.439	.	.930
X11	103.8600	102.687	.469	.	.930
X12	103.8500	102.189	.566	.	.929
X13	103.8800	98.955	.616	.	.928
X14	103.9100	100.366	.591	.	.928
X15	103.9000	99.020	.602	.	.928
X16	103.8700	100.134	.648	.	.927
X17	103.9300	97.359	.700	.	.926
X18	103.9200	98.054	.615	.	.928
X19	103.8300	103.617	.478	.	.930
X20	103.7800	103.163	.490	.	.930
X21	103.8800	100.652	.547	.	.929
X22	103.8600	100.142	.619	.	.928
X23	103.7900	104.127	.437	.	.930
X24	103.8100	100.903	.593	.	.928

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan hasil analisis validitas variabel kualitas pelayanan (X) menyatakan bahwa semua indikator tersebut dinyatakan valid dengan jumlah butir pernyataan sebanyak 24 pernyataan dan koefisien validitasnya diatas 0,3. Dari hasil uji validitas X dapat dilanjutkan dengan uji validitas Y.

Hasil pengujian validitas terhadap 9 pernyataan pada variabel kepuasan pengguna jasa Bus Damri (Y), yaitu :

Tabel 3 Uji Validitas Kepuasan Pengguna Jasa Damri

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	35.9700	21.545	.707	.671	.904
Y2	36.1100	20.220	.707	.664	.903
Y3	36.1600	19.348	.777	.729	.898
Y4	36.0700	20.732	.719	.753	.902
Y5	36.0900	20.709	.615	.590	.910
Y6	36.0400	21.332	.670	.561	.906
Y7	36.0500	20.654	.734	.686	.901
Y8	36.0700	20.248	.688	.589	.905
Y9	36.0800	20.095	.712	.613	.903

Sumber: Diolah oleh penulis

Berdasarkan hasil analisis validitas variabel kepuasan pengguna jasa Bus Damri (Y) diketahui dari 9 butir pernyataan, dapat diketahui bahwa semua pernyataan kuesioner valid. Dilihat dari *correlated item total correlation* koefisien validitasnya diatas 0,3 dan dapat dinyatakan valid. Oleh karena itu, jumlah pernyataan variabel kepuasan pengguna (Y) yang disebar kepada sampel penelitian tetap sebanyak 9 pernyataan. Data diatas tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengguna Jasa Bus Damri

Berdasarkan data dari beberapa pernyataan yang dinyatakan valid, kemudian dihitung koefisien reliabilitas instrumen penelitian dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan computer program SPSS.

Tabel 4 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.931	.931	24

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan tabel *reliability statistics* pada variabel kualitas pelayanan terdapat *Cronbach Alpha* nya 0,931 yang menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,60, maka variabel kualitas pelayanan dapat dinyatakan reliabel yang berarti kuesioner dalam

penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

Tabel 5 Uji Reliabilitas Kepuasan Pengguna Jasa Bus Damri

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.913	.915	9

Sumber: Data diolah penulis

Berdasarkan tabel *reliability statistics* pada variabel kepuasan pengguna jasa Bus Damri terdapat *Cronbach Alpha* nya 0,913 yang menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,60, maka variabel kepuasan pengguna Jasa Bus Damri dapat dinyatakan reliabel yang berarti kuesioner dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal dan dapat dilakukan uji penelitian selanjutnya.

3. Uji Normalitas

Tabel 6 Uji Normalitas Data (One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test)

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Mean Parameters ^{a,b}	.0000000
Std. Deviation	3.89342454
Most Extreme Absolute Differences	.115
Positive	.069
Negative	-.115
Kolmogorov-Smirnov Z	1.152
Asymp. Sig. (2-tailed)	.141

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Penulis menggunakan uji normalitas kolmogrov-smirnov yang merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Pada tabel diatas, terlihat bahwa pada kolom *Asymptotic Significance* nya yaitu 0,141. Dapat dilihat bahwa uji normalitas data dapat diketahui dengan nilai signifikansi sebesar 0,141 > 0,05 yang berarti data tersebut berdistribusi secara normal dan dapat dilakukan untuk uji penelitian selanjutnya.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

a. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis untuk kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan/pengguna (Y) dapat dihitung menggunakan uji F. pembuktian hipotesis tersebut dengan memperhatikan nilai bilangan yang tertera pada kolom t atau kolom sig pada tabel berikut :

Tabel 7 ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1045.643	1	1045.643	68.283	.000 ^a
Residual	1500.717	98	15.313		
Total	2546.360	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)

Sumber: Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel diatas yang memperoleh nilai F hitung 68.283 dengan signifikannya 0,000 dibawah 0,05 bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 68.283. artinya variabel kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangible* memiliki hubungan dan pengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pengguna/pelanggan.

b. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Hasil dari uji T untuk mengetahui kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai berikut :

Tabel 8 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.930	4.091		1.694	.093
X	.311	.038	.641	8.263	.000

a. Dependent Variable: y

Sumber: Diolah oleh penulis

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat hasil uji secara parsial bahwa model persamaan regresi yang diperoleh dengan koefisien konstanta dan koefisien variabel yang terdapat pada kolom *unstandardized coefficients* dengan model persamaan regresi yang

diperoleh : $Y = 6.930 + 0,311x$. angka tersebut dapat diartikan sebagai berikut :

Pertama, jika konstanta yang diperoleh sebesar 6,930 artinya apabila kualitas pelayanan (X) = 0 maka kepuasan pengguna jasa Bus Damri (Y) sebesar 6,930.

Kedua, jika koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,311 artinya koefisien regresi kualitas pelayannya positif (searah) sebesar 0,311. Jika kualitas pelayanan (X) meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan pengguna jasa Bus Damri (Y) akan meningkat sebesar 1,311. Artinya jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 1, berarti kepuasannya juga akan meningkat sebesar 1,311.

Dari tabel *coefficient* diatas, diketahui nilai t hitung = 8,263 dengan nilai signifikasinya $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Damri (Y).

5. Hasil Penelitian

a. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung pada Pool Damri Kebon Kawung?

Jika dilihat dari garis kontinum, kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pengguna jasa Bus Damri (Y) menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan indikator kedua variabel tersebut. Sedangkan pada garis presentase, kualitas pelayanan berada pada posisi 90,28% dengan kategori sangat baik, hasil presentase diperoleh dari jumlah rata-rata skor dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible*. Presentase yang paling besar yaitu 90,65% yang terdapat pada dimensi *assurance* kualitas pelayanan yang sudah ada pada Pool Damri Kebon Kawung.

b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Damri Trayek

Bandung-Lampung pada Pool Damri Kebon Kawung?

Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung pada Pool Damri Kebon Kawung berdasarkan analisis regresi linear sederhana diperoleh besarnya nilai korelasi sebesar 0,641 dan koefisien determinasi sebesar 0,411 yang mengandung pengertian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung yaitu sebesar 41,1%, sedangkan sisanya sebesar 58,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. KESIMPULAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari BAB IV maka diperoleh kesimpulan penelitian sebagai berikut :

- a. Hasil dari penelitian mengenai penilaian pengguna jasa Bus Damri tentang kualitas pelayanan dikatakan baik karena berdasarkan tabel *descriptive statistics*, penilaian pengguna secara kumulatif dapat dilihat dari nilai *mean* dari setiap indikator kualitas pelayanan yang berada di skor 4,4100, maka penilaian pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung mengenai kualitas pelayanan yang diberikan dinyatakan baik.
- b. Hasil analisis deskriptif pada variabel kepuasan pengguna/pelanggan sebesar 90,39% yang menyatakan sangat puas. Dari hasil tersebut pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung sudah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh *staff*/karyawan Pool Damri Kebon Kawung.
- c. Hasil dari uji F secara simultan variabel kualitas

pelayanan (X) dapat mempengaruhi/berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar 68,283. Artinya bahwa variabel dari kualitas pelayanan secara simultan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* berpengaruh positif secara simultan terhadap variabel kepuasan pengguna.

- d. Hasil dari uji T secara parsial diperoleh variabel pada kualitas pelayanan pada pada semua dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* sebesar 90,39% secara parsial mempengaruhi kepuasan pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung, maka dapat diartikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Pool Damri Kebon Kawung berkualitas.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas mengenai penelitian pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung yang dinyatakan baik, Damri tetap harus meningkatkan dan mempertahankan indikator kualitas pelayanan yang sudah ada. Adapun saran-saran dari penulis yaitu sebagai berikut:

- a. Pada dimensi *tangible* (bukti fisik) dan *reliability* (kehandalan) dengan indikator fasilitas yang didapatkan pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung, sebaiknya dengan harga yang ditawarkan pelanggan bisa mendapatkan fasilitas yang baik seperti mendapatkan *snack* yang enak dan menyenangkan, kamar mandi yang bersih dan wangi disemua tipe Bus, mendapatkan 3S (Senyum,

Salam dan Sapa) dari semua staf/karyawan, sopir, kondektur Damri, fasilitas diruang tunggu (AC, Tv dan WiFi) disandingkan diruang tunggu agar pelanggan tidak bosan, bangunan kantor yang direnovasi setiap 1 tahun atau 2 tahun sekali dan sediakan kursi di ruang tunggu lebih banyak agar pelanggan tidak duduk didepan kantor pemasaran dan merasa nyaman ketika menunggu keberangkatan bus.

- b. Dengan adanya dimensi kualitas pelayanan Pool Damri Kebon Kawung yang sudah ada dan diterapkan, penulis memberi saran agar Damri tetap mempertahankan dimensi kualitas pelayanan yang sudah baik dan lebih meningkatkan kepuasan pengguna jasa Bus Damri serta meningkatkan penjualan tiket dengan memberikan pelayanan yang memuaskan.
- c. Pada tingkat kepuasan pengguna jasa Bus Damri Trayek Bandung-Lampung sudah menyatakan sangat puas. Damri harus tetap memperbaiki, memperhatikan, mempertahankan dan meningkatkan dari kualitas pelayanannya agar pelanggan tetap merasa sangat puas dan nyaman, karena keinginan dan kebutuhan pelanggan selalu berubah dan berbeda dari waktu ke waktu. Mungkin Damri dapat menambahkan atribut lain pada pelayanannya jika diperlukan untuk lebih meningkatkan kepuasan pengguna jasanya.

F. REFERENSI

Andreson, J. (2017). *GAYA KEPEMIMPINAN*

TRANSFORMASIONAL PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. DIGITAL NETWORK VENTURE INDONESIA [STIE Malangkececwara].

<http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/926>

<http://eprints.umg.ac.id/id/eprint/3011>

Eka, D., Hamdani, Y., & Karim, S. (2019). Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(2), 89–98. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v16i2.6948>

Fahmi Kamal, Widi Winarso, & Lia Mardiani. (2020). Peningkatan Kepuasan Mahasiswa Melalui Kualitas Pelayanan Akademik (Studi Kasus Pada Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam As-Syafi'iyah Jakarta). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1), 33–45. <https://doi.org/10.31599/jiam.v16i1.111>

Firmansyah. (2018). Dr. M. Anang Firmansyah, SE., MM. Pemasaran (Dasar dan Konsep) i. In *Pemasaran*.

Hafni, N. (2018). *ANALISIS PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA BAITUL MAAL WAT TAMWIL (BMT) PAHLAWAN NGEMPLAK, BAITUL MAAL WAT TAMWIL (BMT) ISTIQOMAH DAN BAITUL MAAL WAT TAMWIL (BMT) SINAR AMANAH TULUNGAGUNG*.

<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/id/eprint/7579>
Hasibuan, P. H. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Damri di Soekarno Hatta. In *Journal 1* (Vol. 1).

- [http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/33634/1/Putri Handayani Hasibuan %281112081000008%29.pdf](http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/33634/1/Putri%20Handayani%20Hasibuan%20%281112081000008%29.pdf)
- Hermawan, S. (2017). *Pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cafe Imah Babaturan Kota Bandung*. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/30297%0A>
- Imron. (2020). SPK Pemberian Pinjaman dalam Upaya Mengantisipasi Kredit Macet pada Anggota Koperasi Studi Kasus: KSP Warna Artha. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(2), 369–375.
- Khoirulloh Rafif, S. (2018). *NILAI PENGARUH NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CARREFOUR CABANG BEKASI BLU PLAZA (Studi Kasus Pada Konsumen Di Bekasi Timur)* [Universitas Darma Persada]. <http://repository.unsada.ac.id/id/eprint/885>
- Kurnia, P. F., & Hanifa, F. H. (2018). *ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN PRODUK INDIHOME MELALUI MEDIA OUTDOOR DENGAN MENGGUNAKAN EPIC MODEL Permana*. 4(3), 800–806.
- Kusmatuti, & Nilna Sya'diyah. (2017). *KUALITAS PELAYANAN PUBLIK PADA KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA SURABAYA KARANGPILANG*.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (SERVICE QUALITY) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT SUCOFINDO*. *Business Administration*, 1(2), 232–243.
- Mahriez, A. N., & Sastika, W. (2020). *TINJAUAN SOSIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM PADA BRAND THIS! BY ALIFAH RATU OLEH CV. FANDI UNIVERSAL TAHUN 2020*. *E-Proceeding of Applied Science*, 6(2), 2844–2857.
- Prastuti, I. D. (2017). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Direktif, Suportif dan Partisipatif Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV. Aneka Mitra Jaya, Tangerang Selatan*. <http://eprints.unpam.ac.id/1838/>
- Pujiati, E. (2018). *Pengaruh Kompetensi, Beban Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Perawat Rumah Sakit Umum (Rsu) Avisena Cimahi* [Universitas Pasundan]. <http://fe.unpas.ac.id/>
- Purnawati, D. (2018). *PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Study Kasus FIFGROUP Yogyakarta 1)*. [http://eprint.stieww.ac.id/538/1/144114872-Dewi Purnawati U.pdf](http://eprint.stieww.ac.id/538/1/144114872-Dewi%20Purnawati%20U.pdf)
- Putranusa, G. D. (2019). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. In *Universitas Muhammadiyah Magelang*.
- Rahmadayana, W. (2019). *PENGARUH ARUS KAS OPERASI, ARUS KAS INVESTASI, ARUS KAS PENDANAAN DAN LABA AKUNTANSI TERHADAP RETURN SAHAM (Studi Kasus Pada Perusahaan JAKARTA ISLAMIC INDEX di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017)* [Universitas Pasir Pengaraian]. <http://repository.upp.ac.id/id/eprint/222>
- Rahman Fauzi, A. (2017). *PENGARUH KUALITAS*

- PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG DI PT. KERETA API INDONESIA (Survei Pada Penumpang KA Argo Parahyangan) [Universitas Pasundan].
<http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/30309%0A>
 Sabila, E. (2020). *Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan Pengguna Grab Bike di Mall Palembang Icon*.
 Saraswati, P. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survey Pada Pelanggan Coffee Shop Starbucks Di Surabaya Dan Kuala Lumpur). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 14(1), 84295.
 Sepriyadi. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survey Pada Konsumen Restoran Double Steak Cabang Jalan Jawa No 46 Bandung).
<http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/41254%0A>
 Sinaga, L. R., Efendi, N., & Harori, M. I. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi bus damri. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 3(November), 89–96.
<https://doi.org/https://doi.org/10.23960/jpb.v3i2.33>
 Sitorus, A. B. (2020). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMILIH PRODUK JASA DI PT. POS INDONESIA (PERSERO) KANTOR POS LUBUK PAKAM 20500.
<http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/5151>
 Stawati, V. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PENGHINDARAN PAJAK Vicka. *Akuntansi Dan Bisnis*, 6(November), 147–157.
<https://doi.org/10.31289/jab.v6i2.3472>
 Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian* (30th ed.). Alfabeta.cv.
 Suwito, J. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CV GLOBAL AC BANJARBARU. 14(3), 255–262.
<https://ejournal.stiepancasetia.ac.id>
 Umi, M. (2019). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Produk Ponds di Minimarket Mikro mart di Lumajang).
 Verriana, R. I., & Anshori, M. Y. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan (Service Quality) Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pada Mahasiswa Universitas Nu Surabaya. *Accounting and Management Journal*, 1(1), 63–79.
<https://doi.org/10.33086/amj.v1i1.73>

Rujukan Elektronik :

www.damri.co.id
www.wikipedia.com
www.bps.go.id