

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa  
Transportasi Bus DAMRI  
(Survei Terhadap Pengguna Jasa Bus DAMRI Trayek Bandung - Lampung)**

**Gugum Gumilang Wirakanda – Fernando Sinurat**

**Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Politeknik Pos Indonesia  
Email : [gumilanggugum13@poltekpos.ac.id](mailto:gumilanggugum13@poltekpos.ac.id) – [fernandosinurat721@gmail.com](mailto:fernandosinurat721@gmail.com)**

---

---

**ABSTRACT**

*Transportation has a crucial role in everyday life as a means of connecting one place to another. DAMRI is one of the pioneers of land transportation that is in demand by the public. Especially in the DAMRI Kebon Kawung Pool which always fulfills the needs of its consumers by always maintaining the quality of service so that consumers feel satisfied with DAMRI. The purpose of this study is 1 to determine the service quality of DAMRI route Bandung - Lampung at Pool DAMRI Kebon Kawung, 2 to determine customer satisfaction on DAMRI route Bandung - Lampung at Pool DAMRI Kebon Kawung, 3 the relationship of service quality to customer satisfaction of users of bus services DAMRI Route Bandung – Lampung at Pool DAMRI Kebon Kawung. a survey of users of transportation services for the Bandung – Lampung route. This type of research is quantitative. Data collection was carried out by 100 respondents using questionnaires distributed to DAMRI service users on the Bandung - Lampung route. This study uses data analysis techniques such as normality test, coefficient of determination test, f test (simultaneous), t test (pasial), and simple linear. The results of the descriptive analysis of service quality stated that the assessment of DAMRI bus service users regarding the quality of service could be said to be very good. Service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction of DAMRI tryaek bus service users from Bandung to Lampung.*

**Keywords:** *Service Quality, Consumer Satisfaction, and DAMRI*

**A. PENDAHULUAN**

**1. Latar Belakang**

Di masa globalisasi sekarang ini, transportasi mempunyai kiprah krusial dalam kehidupan sehari-hari menjadi sarana penghubung antara suatu tempat ke tempat lainnya. Perkembangan moda transportasi pula semakin beraneka ragam diikuti menggunakan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Berkaitan dengan semakin ketatnya persaingan usaha khususnya di bidang jasa transportasi, maka untuk bisa memenangkan persaingan sekaligus supaya bisa bertahannya sebuah

perusahaan jasa bisa melakukan banyak sekali taktik pada menjalankan bisnisnya.

Tujuan utama pelayanan di bidang transportasi dalam memberikan pelayanan adalah tercapainya kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller dalam Ret Ningsih Matantu, et al (2017 : 356), Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon terhadap perilaku konsumen setelah pembelian suatu barang atau jasa yang dirasakan

konsumen. Kepuasan konsumen tergantung pada persepsi serta harapan konsumen.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Gronross dalam Farid firmansyah dan Rudy Haryanto (2019 : 12) Kualitas dari suatu pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik, sehingga akan berdampak pada peningkatan loyalitas konsumen. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk sehingga akan berdampak pada menurunnya tingkat loyalitas konsumen.

Pelayanan dapat menentukan kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi, karena baik atau buruknya pelayanan yang dibekalkan kepada konsumen berkaitan dengan citra perusahaan semakin prima pelayanan yang diberikan maka semakin baik juga perusahaan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Menurut Tjiptono dalam Aria Mulyapradana, et al (2020:16) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Jadi jika suatu perusahaan memberikan pelayanan yang maksimal maka kemungkinan perusahaan tersebut akan sering digunakan atau dibutuhkan oleh konsumen karena dapat memenuhi ekspektasi konsumen dalam pelayanannya.

Moda transportasi di Indonesia dari tahun ke tahun berkembang dengan baik khususnya di Kota Bandung Jawa Barat. Perkembangan Kota Bandung yang saat

ini sedang berkembang pesat khususnya di bidang transportasi. Adapun transportasi yang sudah banyak dijumpai di Kota Bandung seperti transportasi kota, transportasi bus yang melayani kebutuhan manusia. Kebutuhan akan sarana transportasi tidak kalah pentingnya, sehingga perlu dilakukan pembenahan infrastruktur untuk mengimbangi kebutuhan konsumen. Salah satu moda transportasi yang sering digunakan dan banyak diminati oleh warga kota Bandung adalah bus DAMRI.

Perum DAMRI adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi darat dan banyak di kenal oleh masyarakat Indonesia. Terdapat 33 kantor cabang Perum DAMRI di Indonesia, salah satunya adalah Perum DAMRI Bandung dengan kantor pemasaran penjualan (KPC) tiket yang terletak di Pool DAMRI Kebon Kawung. Pada Pool DAMRI tidak hanya berfokus pada penjualan tiket saja tetapi berfokus juga pada pelayanannya juga untuk memikat hati masyarakat disekitarnya untuk lebih menggunakan jasa transportasi DAMRI dalam berpergian.

Pada Pool DAMRI Kebon Kawung menyediakan 2 tipe bus yaitu executive dan royal class dengan harga tiket mulai dari Rp 295.000 – Rp 360.000 dengan trayek Bandung – Tanjung Karang, Bandung – Metro, Bandung – Pringsewu, dan Bandung – Talang Padang, pada Pool DAMRI Kebon Kawung hanya melayani khusus trayek Bandung – Lampung saja dan harga tersebut juga sudah disesuaikan oleh perusahaan DAMRI. DAMRI juga selalu memberikan pelayanan yang baik untuk konsumennya mulai dari pelayanan tiket di loket DAMRI yang dilayani oleh petugas dengan ramah, ruang tunggu yang selalu dibersihkan untuk menjaga kenyamanan konsumen ketika menunggu jemputan atau bus DAMRI, dan DAMRI juga memberikan pelayanan fasilitas yang nyaman untuk konsumen mulai dari

pengecekan bus setiap harinya demi kenyamanan penumpang, memberikan fasilitas pengecasan handphone yang disediakan di Pool DAMRI, dan ketika berangkat penumpang akan diberikan makanan berupa snack atau makanan ringan selama dijalan yang membuat konsumen seperti lebih diperhatikan.

Dengan begitu maka konsumen akan memberikan nilai positif pada DAMRI terutama pada pelayanannya yang bagus, dan konsumen juga merasa di hargai, nyaman dan aman dengan pelayanan yang baik. Maka DAMRI juga akan mempunyai kesan baik dimata konsumennya baik konsumen yang lama maupun yang baru dengan demikian konsumen akan memilih DAMRI sebagai salah satu transportasi yang akan digunakan untuk berpergian (Bandung – Lampung).

## 2. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah Berkaitan dengan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka permasalahan yang akan diangkat yaitu:

- Bagaimana kualitas pelayanan di DAMRI trayek Bandung – Lampung pada Pool DAMRI Kebon Kawung?
- Bagaimana kepuasan pelanggan di DAMRI trayek Bandung – Lampung pada Pool DAMRI Kebon Kawung?
- Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan jasa transportasi pada pengguna jasa Bus DAMRI trayek Bandung – Lampung pada Pool DAMRI Kebon Kawung?

## 3. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan penelitian ini yaitu:

- Untuk mengetahui kualitas pelayanan DAMRI trayek Bandung – Lampung pada Pool DAMRI Kebon Kawung.
- Untuk mengetahui kepuasan konsumen pada DAMRI trayek Bandung - Lampung.
- Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa bus DAMRI trayek Bandung – Lampung pada Pool DAMRI Kebon Kawung

## Tinjauan Pustaka

### Manajemen Pemasaran

Manajemen memiliki arti ilmu dan seni merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan, mengkoordinasikan, serta mengawasi tenaga manusia dengan bantuan alat-alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut James A. F. Stoner dalam Roni Angger Aditama (2020:2) manajemen adalah proses perencanaan, perorganisasian, dan penggunaan sumber daya organisasi lain yang telah ditetapkan.

Menurut Budi dalam Arianto (2021:12), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang berharga kepada orang lain.

Menurut Direksi dari American Marketing Association (AMA) dalam Darmanto dan Sri Wardaya (2016:1) Pemasaran adalah proses mengatur aktivitas organisasi untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menawarkan produk atau jasa yang memiliki nilai bagi pelanggan, mitra, dan masyarakat pada umumnya.

### 2. Kualitas Pelayanan

Menurut Kasmir (2017:7), pelayanan adalah tindakan atau tindakan seseorang atau suatu organisasi untuk memuaskan pelanggan, rekan kerja bahkan pimpinan.

Rusydi (2017: 39) memandang kualitas pelayanan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dibandingkan dengan para pesaingnya.

Lewis dan Booms (dalam Tjiptono 2017:12) berpendapat bahwa kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai ukuran kemampuan tingkat pelayanan yang diberikan untuk memenuhi harapan atau ekspektasi pelanggan.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah tindakan dan kompetensi karyawan di perusahaan, yang berkomitmen penuh untuk memberikan kualitas layanan terbaik kepada konsumen, kolega, dan manajer, agen perusahaan.

### 3. Faktor – faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang dikembangkan Parasuraman, Zeithalm dan Berry dalam Kusuma Wijayanto (2015) adalah *tangible*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness* dan *emphaty*. Menurut Tjiptono (2017: 160-164) faktor-faktor yang memengaruhi kualitas layanan adalah sebagai berikut:

a. Produksi dan konsumsi simultan : Salah satu karakteristik unik dari suatu jasa atau jasa adalah ketidakterpisahannya, yang berarti bahwa jasa atau jasa itu diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang sama, seringkali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan barang ke dalam proses penyampaian jasa. Akibatnya, hal ini dapat menimbulkan berbagai jenis masalah terkait interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan layanan yang dapat muncul. Beberapa hal yang dapat berdampak negatif terhadap persepsi kualitas pelayanan adalah:

- 1) Kurangnya keterampilan layanan pelanggan,
- 2) Cara karyawan berpakaian tidak sesuai dengan konteks,
- 3) Ucapan staf yang kasar atau bahkan menyinggung,
- 4) Bau badan karyawan yang mengganggu kenyamanan tamu,
- 5) Staf selalu mengerutkan kening atau terlihat “terobsesi”

b. Intensitas kerja yang tinggi; Keterlibatan karyawan yang tinggi dalam pemberian layanan juga dapat menimbulkan masalah kualitas, terutama dalam bentuk variabilitas yang tinggi dalam layanan yang dihasilkan. Misalnya, terkait masalah gaji yang rendah, pelatihan yang tidak memadai, atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi, tingkat turnover karyawan yang terlalu tinggi, motivasi karyawan yang rendah, dll.

c. Dukungan yang tidak memadai untuk pelanggan internal; Dukungan ini dapat berupa perlengkapan (alat atau perlengkapan, bahan, seragam), pelatihan dan informasi khusus (misalnya prosedur operasi), serta pemberdayaan karyawan seperti kemampuan untuk mengontrol dan menguasai cara melakukan tugas dan tugas. , memahami konteks kinerja pekerjaan dan relevansi pekerjaan dalam

lingkup pekerjaan yang lebih luas (gambaran besar), bertanggung jawab atas kinerja individu dan berbagi tanggung jawab untuk unit hasil kinerja dan organisasi.

d. Gap komunikasi

Gap komunikasi bisa berupa :

1) Penyedia layanan terlalu banyak berjanji sehingga tidak dapat menepatinya,  
2) Penyedia layanan tidak selalu atau tidak akan salah memberikan informasi terbaru kepada pelanggan, misalnya perubahan prosedur atau aturan, perubahan susunan barang di rak supermarket, perubahan kemasan, perubahan harga, dll.

3) Pelanggan tidak memahami pesan komunikasi penyedia layanan,

4) Penyedia layanan tidak peduli atau segera menanggapi keluhan dan/atau saran pelanggan.

5) Perlakukan semua pelanggan secara setara; ini merupakan tantangan bagi penyedia layanan dalam hal kemampuan mereka untuk memahami kebutuhan spesifik setiap pelanggan dan memahami apa yang pelanggan pikirkan tentang penyedia layanan dan layanan spesifik yang diterima.

6) Perluasan atau *overdevelopment* layanan: jika terlalu banyak layanan baru dan penambahan layanan yang ada, hasil yang diperoleh belum tentu optimal, bahkan masalah standar kualitas layanan.

7) Visi bisnis jangka pendek: misalnya fokus pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, memaksimalkan penghematan biaya, meningkatkan produktivitas dari tahun ke tahun, dll.

#### **Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menurut Parasuraman, et all dalam Ahmad Muksin dan Samsu Sadikin (2020:11) menggunakan dimensi ukuran kualitas yaitu:

*tangible* yaitu fasilitas, peralatan, staf dan media komunikasi yang dimiliki oleh penyedia jasa;

*Reliability* atau keandalan adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat;

Daya tanggap atau *responsiveness* adalah kesediaan untuk membantu pengguna jasa dan memberikan pelayanan dengan ikhlas;

- d. *Assurance* atau Memastikan atau menjamin pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan agen penyedia layanan untuk memberikan kepercayaan kepada pengguna layanan; dan
- e. Empati adalah kemampuan untuk peduli terhadap setiap pengguna jasa.

### 5. Pengertian Kepuasan Konsumen

Minat Menurut Tjiptono dalam Dwi Aliyyah dan Apriyani Sunarti (2017:3), kepuasan konsumen adalah keadaan yang dialami konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan dan terpuaskan.

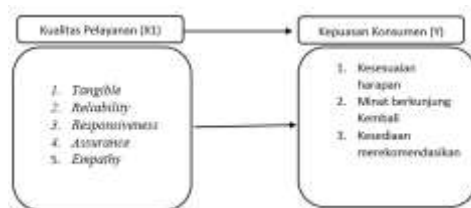
Sedangkan menurut Bachtiar dalam Dwi Aliyyah dan Apriyani Sunarti (2017:3), kepuasan konsumen adalah persepsi positif yang dimiliki konsumen terhadap suatu produk/jasa saat menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk tersebut.

## C. Metode Penelitian

### 1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif yang merupakan gambaran atau hubungan antara kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan pengguna jasa transportasi bus DAMRI menggunakan teknik pengambilan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden serta dengan menggunakan bantuan sistem program komputerisasi IBM SPSS Statistics 25.

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan, maka kerangka Berdasarkan teori yang telah dijelaskan, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dilihat gambar sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran  
Sumber : Diolah Penulis 2022

### 2. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi bus DAMRI. Dengan menyebarkan kuisisioner pada pengguna jasa bus DAMRI tersebut khusus trayek Bandung - Lampung.

### 3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini ini dilakukan di Kantor Cabang Pool DAMRI yang beralamat di Jalan. Kebon Kawung No.20, Pasir Kaliki, Kecamatan. Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat..

### 4. Hipotesis

Menurut Arikunto dalam Eko Sudarmanto, et al (2021 : 47) mendefinisikan hipotesis sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

Hipotesis 1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa pada bus DAMRI Trayek Bandung-Lampung.

Hipotesis 2 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa pada bus DAMRI Trayek Bandung-Lampung.

### 5. Populasi

Menurut Sudjana dalam Eddy Foflin, et al (2021 : 4-5) Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.

### 6. Sampel

Sampel Sampel menurut Sugiyono Aidil Amin Effendy dan Juwita Ramadani Fitria (2019 : 53) adalah “Bagian dari populasi yang dipergunakan sebagai sumber data yang sebenarnya. Dengan kata lain, sampel merupakan bagian dari populasi.”. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

$$N = \frac{2104}{1 + Ne^2} = \frac{2104}{1 + (2104 \times 0.1^2)} = \frac{2104}{1 + 21.04} = \frac{2104}{22.04} = 95,46 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

### 7. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner adalah teknik pengumpulan atau seperangkat pertanyaan yang diberikan kepada responden dengan harapan memberikan respon pada pertanyaan yang di beri. Menurut SuroyoAnwar dalam Wimona Talitha Fendya dan Setya Chendra Wibawa (2018 : 48) Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden, yang

dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden.

### 8. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan suatu alat ukur. Menurut Sugiyono dalam Zulfan dan Maijati (2018) Validitas instrumen diuji dengan menggunakan korelasi skor butir dengan skor total "Product Moment (Pearson)". Suatu kuesioner dikatakan valid jika mempunyai validitas tinggi yaitu  $corrected\ item > 0,30$ , sebaliknya kurang valid jika nilai  $corrected\ item < 0,30$  (Gujarati dan Porter, dalam Ayu Afrianti : 2018).

### 9. Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah menguji seberapa konsisten alat ukur dalam penggunaannya. Suatu angket dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Ghozali dalam Iwan Kurnia Wijaya (2018). Menurut Ghozali dalam Aidil Amin Effendy dan Juwita Ramadani Fitri (2019:53), Suatu variabel penelitian dikatakan reliabel apabila memenuhi kriteria sebagai berikut : jika Cronbach Alpha  $> 0,6$  dinyatakan reliabel dan Jika Cronbach Alpha  $< 0,6$  dinyatakan tidak reliabel.

### 10. Uji Normalitas Data

Menurut Ghozali dalam Aidil Amin Effendy dan Juwita Ramadani Fitri (2019:53), "Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya."

## D. Hasil dan Pembahasan

### 1. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas ini akan menguji masing-masing variabel yang digunakan pada penelitian ini. Berikut hasil Uji Validitasnya : Variabel X Kualitas Pelayanan

Tabel 1 Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	Tabel	eterangan
X5	0,726	.654	Valid
X6	0,651	.654	Valid
X7	0,659	.654	Valid
X8	0,647	.654	Valid
X9	0,532	.654	Valid
X10	0,590	.654	Valid
X11	0,605	.654	Valid
X12	0,658	.654	Valid
X13	0,676	.654	Valid

Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation /	Tabel	eterangan
Y1	0,610	.1654	Valid
Y2	0,581	.1654	Valid
Y3	0,555	.1654	Valid
Y4	0,583	.1654	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki kriteria yang valid untuk semua pernyataannya dan berdasarkan kriteria r Hitung lebih besar dari r Tabel 0.1654.

Tabel 2 Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation /	Tabel	eterangan
Y1	0,610	.1654	Valid
Y2	0,581	.1654	Valid
Y3	0,555	.1654	Valid
Y4	0,583	.1654	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 25.

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa variable Kepuasan Konsumen memiliki kriteria yang valid untuk semua pernyataannya dan berdasarkan kriteria r Hitung lebih besar dari r Tabel 0.1654.

### Hasil Uji Reliabilitas

Berikut hasil pengujian reliabilitas Kualitas Pelayanan penelitian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Number of Items
.901	.902	13

Berdasarkan tabel diatas yang telah di uji menggunakan software SPSS 25.0 dapat dilihat bahwa nilai dari Cronbach' Alpha pada variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar

0.901 > 0.60 maka kedua variabel dinyatakan reliabel.

Variabel y Minat Beli Konsumen

Tabel 4 Uji Reliabilitas Kepuasan

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.074	1.278		3.188	.002
	Kualitas Pelayanan	.241	.023	.721	10.489	.000

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
Sumber: Data diolah penulis

Konsumen

5.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Number of Items
.777	.779	4

Berdasarkan tabel diatas yang telah di uji menggunakan software SPSS 25.0 dapat dilihat bahwa nilai dari Cronbach'Alpha pada variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0.777 > 0.60 maka kedua variabel dinyatakan reliabel.

### 3. Hasil Uji Normalitas

Berikut adalah data hasil pengujian nilai normalitas dari instrument penelitian ini.

Tabel 5 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.25621014
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.017 <sup>b</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.265 <sup>c</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound Upper Bound
		.253 .276
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 3000000.		

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 23

Pada tabel diatas, terlihat bahwa pada kolom Monte Carlo Significance nya yaitu 0,265. Dapat dilihat bahwa uji normalitas data dapat diketahui dengan nilai signifikansi sebesar 0,265 > 0,05 yang berarti data tersebut berdistribusi secara normal.

### 4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan tabel Coefficientsa 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 :  $Y = 4.074 + 0.241x$ . Angka tersebut dapat diartikan sebagai berikut : Pertama, jika konstanta yang diperoleh sebesar 4.074 artinya apabila kualitas pelayanan (X) = 0 maka kepuasan konsumen (Y) sebesar 4.074.

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Sumber : Diolah oleh penulis 2022

### Hasil Uji F

Tabel 7 Anova Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	210.497	1	210.497	110.018	.000 <sup>b</sup>
	Residual	187.503	98	1.913		
	Total	398.000	99			

Sumber: Diolah Penulis 2022

Berdasarkan tabel diatas yang memperoleh nilai F hitung 110.018 dengan signifikannya 0,000 dibawah 0,05 bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 110.018. artinya variabel kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari dimensi Tangible , Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty dan memiliki hubungan dan pengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil perhitungan didapatkan angka F penelitian sebesar 110.018 > F tabel sebesar 3,25 sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Hipotesis Uji F bahwa Hipotesis H1 = Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen..

### 6. Hasil Uji T

Tabel 8 Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.074	1.278		3.188	.002
	Kualitas Pelayanan	.241	.023	.721	10.489	.000

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
Sumber: Data diolah penulis

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25

Berdasarkan tabel coefficients di atas diperoleh t hitung sebesar 10,489, sedangkan untuk t tabel dapat diperoleh dengan ketentuan sebagai berikut : taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan :  $DK = n - 2$  atau  $100 - 2 = 98$ . Dengan

ketentuan tersebut, diperoleh angka t tabel sebesar 1,984.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh signifikansi penelitian  $0.000 < 0,05$  dengan angka t penelitian sebesar  $10,489 > t$  tabel sebesar 1,984 sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

## 7. Hasil Penelitian

### a. Bagaimana kualitas pelayanan DAMRI trayek Bandung-Lampung pada Pool DAMRI Kebon Kawung?

Dilihat dari uji validitas dimensi pada kualitas pelayanan (X) semua pertanyaan dianggap valid karena r Hitung lebih besar dari r Tabel 0.1654, nilai terbesar pada uji validitas terdapat pada X5 sebesar 0.726 dan terkecil terapat pada X1 sebesar 0.461. Pada uji Reliabilitas variabel kualitas pelayanan dapat dinyatakan reliabel karena Cronbach' Alpha nya sebesar 0.901 yang dimana lebih besar dari Standardized Alpha sebesar 0.60. Sedangkan dari garis kontinum, variabel kualitas pelayanan (X) menunjukkan hasil positif yang diberikan oleh responden dan jawaban yang diberikan konsumen rata rata Setuju/Sangat setuju. Hasil dari dimensi Tangible sebesar 1678 masuk kedalam kategori Setuju, dimensi Reliability sebesar 1270 masuk kedalam kategori Sangat Setuju, dimensi Responsiveness masuk dalam kategori Sangat Setuju, dimensi Assurance sebesar 864 masuk dalam kategori Sangat Setuju, dimensi Empathy sebesar 864 masuk dalam kategori Sangat Setuju. Dilihat dari uji Validitas dimensi

Berdasarkan hasil diatas kualitas pelayanan DAMRI trayek Bandung – Lampung mampu memberikan pelayanan yang sangat baik kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas akan DAMRI dalam segi pelayanannya. Tidak hanya itu konsumen DAMRI juga merasa aman ketika menggunakan transportasi bus DAMRI karena petugas nya selalu mengutamakan keselamatan dan kenyamanan konsumennya.

### b. Bagaimana kepuasan konsumen DAMRI trayek Bandung-Lampung pada Pool DAMRI Kebon Kawung?

Dilihat dari uji validitas kepuasan konsumen (Y) semua indikator/r Hitung  $>$  dari r Tabel sebesar 0.1654 nilai tertinggi pada indikator kepuasan konsumen (Y) ialah Y1 sebesar 0.610 dan terendah Y3 sebesar 0.555 dimana keduanya hasil lebih besar dari r Tabel 0.1654. Pada uji reliabilitas kepuasan konsumen (Y) Cronbach's Alpha sebesar

0.777 lebih besar dari Standarized Alpha sebesar 0.60. Sedangkan pada garis kontinum, variabel kepuasan konsumen (Y) menunjukkan hasil positif yang diberikan oleh konsumen dan jawaban yang diberikan konsumen rata rata setuju/sangat setuju. Hasil dari dimensi kesesuaian harapan sebesar 428 masuk kedalam kategori setuju, dimensi minat berkunjung kembali sebesar 874 masuk kedalam kategori sangat setuju, dimensi kesediaan merekomendasikan sebesar 438 masuk kedalam sangat setuju.

Berdasarkan hasil tersebut kepuasan konsumen pada pengguna jasa DAMRI bisa disebut sangat memuaskan dikarena semua jawabannya masuk kedalam kategori setuju dan sangat setuju. Konsumen juga merasa puas akan pelayanan yang diberikan, serta konsumen juga minat untuk menggunakan DAMRI sebagai transportasi darat dan bersedia untuk merekomendasikan DAMRI kepada teman serta kerabat untuk mengguna DAMRI sebagai transportasi darat.

### c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan jasa transportasi pada pengguna jasa Bus DAMRI trayek Bandung-Lampung pada Pool DAMRI Kebon Kawung?

Berdasarkan Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan jasa transportasi pada pengguna jasa bus DAMRI trayek Bandung – Lampung berdasarkan analisis regresi linier sederhana sebesar 0,727. Menurut Sugiyono dalam Slamet Riyanto dan Andi Rahman Putra (2022 : 113) pedoman tabel untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

**Tabel 9 Interpretasi Koefisien**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	angat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 0,999	Sangat kuat



1,000	Sempurna
-------	----------

Sumber : E-Book (Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains)

Berdasarkan tabel interpretasi koefisien diatas tingkat korelasinya berada pada tingkat hubungan Kuat karena besar internal koefisiennya sebesar 0,727 atau

### E. Kesimpulan

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

1. Hasil dari penelitian mengenai kualitas pelayanan pada dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance*, dan *Emphaty* dapat dikatakan sangat baik karena pada tabel Descriptive Statistics penilaian konsumen pengguna jasa bus DAMRI trayek Bandung – Lampung secara kumulatif pada nilai mean berdasarkan setiap pertanyaan atau indikator sangat baik, maka dapat dianggap kualitas pelayanan pada DAMRI trayek Bandung – Lampung sangat baik.

2. Hasil dari penelitian mengenai kepuasan konsumen dapat dikatakan sangat puas karena pada tabel Descriptive Statistics penilaian konsumen pada nilai mean secara kumulatif sangat puas. Dari hasil tersebut konsumen merasa sangat puas pada petugas/staff DAMRI atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jasa transportasi pada pengguna jasa Bus DAMRI trayek Bandung - Lampung pada Pool DAMRI Kebon Kawung, Korelasi antara kualitas pelyanan dan kepuasan konsumen sebesar 72.7% masuk kedalam korelasi kuat.

### G. Referensi

Agus Surya Bharmawan, S. M. (2022). Manajemen Pemasaran Jasa Startegi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. (A. S. Bharmawan, Ed.) Surabaya: SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.

Andi Adwan, T, N. L. (2021). Pengaruh Pengetahuan K3 (Keselamatan Dan Kesehatan Kerja).

Arianto. (2021). Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital. (T. Bahfiarti, Ed.) Surabaya: Airlangga University Press.

72.7% dan koefisien determinasinya sebesar 0,529 kepuasan konsumen yang dapat diterangkan dengan menggunakan variabel kualitas pelayanan sebesar 52.9% sedangkan pengaruh sebesar 47.1% disebabkan oleh variabel–variabel lain di luar penelitian ini.

### F. Saran

1. Pada ruang tunggu perlu untuk ditingkatkan kembali kebersihannya supaya konsumen merasa nyaman pada saat menunggu jam keberangkatan dan perlu diperhatikan juga fasilitas seperti AC, Tv, dan boxs charger di cek kondisinya supaya konsumen dapat menggunakannya untuk menghindari kejenuhan saat menunggu jam keberangkatan bus DAMRI.

2. Dilihat dari setiap indikator kuisioner penulis memberi saran agar terus mempertahankan kualitas pelayanan terutama pada penjualan tiket bus agar karyawan/staff selalu ramah dalam meyalani konsumen selalu memberikan 3S (Senyum, Salam, Sapa) agar konsumen merasa senang dan puas akan pelayanan yang diberikan.

3. Pada variabel kepuasan konsumen DAMRI perlu memperhatikan fasilitas dalam bus seperti menambahkan stok kontak dengan memberikan label khusus “mengisi daya handphone saja” supaya konsumen tidak merasa jenuh atau bosan ketika daya handphone nya habis ketika digunakan. Penulis juga memberikan saran tambahan agar menambahkan hiasan lampu selamat datang yang dapat dipasang di atas pintu masuk untuk menambah daya tarik konsumen.

Bheben Oscar, S. M. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation. Jurnal Bisnis dan Pemasaran, 3.

Eddy Roflin, I. A. (2021). PopulasiI, Sample, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran. Pekalongan ,Jawa Tengah: Penerbit NEM.

Eko Sudarmanto, A. Z. (2021). Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif.

- Medan, Sumtra Utara: Yayasan Kita Menulis.
- Endang Silaningsih, E. Y. (2020). Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Layanan. *Jurnal Visionida*, 45.
- Firmansyah, D. F. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitria, A. A. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Stress Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT. Modernland Realty, TBK) *Jurnal Ilmiah FORKAMMA*, 52-53.
- Gradiza, S. F.-P. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Bus Damri Melalui Kualitas Pelayanan (Studi Pada Pool Damri Kebon Kawung Trayek Bandung-Lampung). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, Volume 12.
- Haryanto, F. f. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa*. (A. Fauzi, Ed.) Jawa Timur: Duta Media Publishing.
- Iskandar, A. J. (2022). *Statistik Pendidikan Teori dan Aplikasi SPSS*. Pekalongan, Jawa Tengah: Penerbit NEM.
- Karim, K. (2020). *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. Surabaya: Jakad Media Publishing.
- Ns. Siti Rapingah, S. K. (2022). *Buku Ajar Metode Penelitian*. Palu, Sulawesi Tengah: Feniks Muda Sejahtera.
- Ret Ningsih Matantu, D. L. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. *Productivity*, 356.
- Rina Kaniawati Dewi, B. I. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, Vol. 4 , 83.
- Sadikin, A. M. (2020). Kualitas Pelayanan Izin Mendirikan Bangunan Rumah Tinggal Di Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Depok Tahun 2016 – 2018. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 11.
- Saputra, T. P. (2020). Analisis Faktor - Faktor Mempengaruhi Kinerja Pegawai Pada Dinas Pendidikan Kabupaten Cirebon. *Jurnal Ilmiah Indonesia*.
- Slamet Riyanto, S. M. (2022). *Metode Riset Penelitian Kesehatan & Sains*. Yogyakarta: 113.
- Suwito, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Global AC Banjarbaru. 257.
- Tias, L. C. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *JURNAL E-BIS*, VOL.3, 114-115.
- Triyono, W. d. (2019). *Manajemen Pemasaran (Vol. Terbitan Pertama)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Viktor Handrianus Pranatawijaya, W. R. (2019). Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert dan Guttman. *Jurnal Sains dan Informatika*, Volume 5.
- Wijaya, I. K. (2018). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Mahasiswa Bisnis Manajemen*.
- Wijoyo, H. (2020). Analisis Minat Belajar Mahasiswa STMIK Dharmapala Riau Dimasa Pandemi Coronavirus Disease (Covid-19). *Jurnal Pendidikan*.
- Wijoyo, H. (2020). Analisis Minat Belajar Mahasiswa STMIK Dharmapala Riau Dimasa Pandemi Coronavirus Disease (Covid-19). *Jurnal Pendidikan*, 398.
- Wimona Talitha Fendya, S. C. (2018). Pengembangan Sistem Kuisisioner Daring Dengan Metode Weight Product Untuk Mengetahui Kepuasan Pendidikam Komputer Pada LPK Cyber Computer. *Jurnal IT-EDU*, 48.