

# PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PO. ROSALIA INDAH DI PALUR KARANGANYAR DENGAN FASILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Yosi Pratama

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

e-mail: yosipratama64@yahoo.com

## ABSTRACT

*The purpose of this study is: To analyze the significance of the effect of price, quality of service and facilities to the satisfaction of consumers who use PO bus transportation services. Rosalia Indah in Palur Karanganyar. To analyze the effect of moderating influence of the facility on the price and quality of service to customer satisfaction using bus transportation services PO. Rosalia Indah in Palur Karanganyar. In conclusion: There was a significant effect of price on consumer satisfaction PO bus transport service users. Rosalia Indah in Palur Karanganyar. There was a significant effect of service quality on customer satisfaction PO bus transport service users. Rosalia Indah in Palur Karanganyar. There was a significant influence on consumer satisfaction facility transport service users Bus PO. Rosalia Indah in Palur Karanganyar. Facilities moderate the effect of price on consumer satisfaction PO bus transport service users. Rosalia Indah in Palur Karanganyar. Facilities moderate the impact of service quality on customer satisfaction PO bus transport service users. Rosalia Indah in Palur Karanganyar.*

**Keywords:** *price, quality of service, facilities and customer satisfaction*

## PENDAHULUAN

Di era saat ini, sarana transportasi darat semakin diminati oleh masyarakat, khususnya armada bus. Hal ini menjadikan daerah Surakarta dan sekitarnya mempunyai potensi pasar tersendiri untuk industri transportasi. Salah satu perusahaan otobus yang ikut ambil bagian dalam bidang transportasi ini adalah PO. Rosalia Indah yang berada di Palur, Jaten, Karanganyar. PO. Rosalia Indah adalah sebuah perusahaan yang sedang berkembang pesat merupakan perusahaan daerah yang diperhitungkan dalam percaturan bisnis jasa angkutan darat di Indonesia.

PO. Rosalia Indah dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen berusaha menerapkan strategi harga yang tepat serta memberikan fasilitas sesuai keinginan konsumen. Strategi harga yang diterapkan oleh PO. Rosalia Indah saat ini didasarkan pada strategi harga yang diharapkan (*expected price*), yaitu harga yang diharapkan dapat diterima oleh konsumen. Adanya kesesuaian antara harga dan produk atau jasa dapat membuat kepuasan

bagi pelanggan. Jika pelanggan tidak puas, maka akan meninggalkan perusahaan yang akan menyebabkan penurunan penjualan dan selanjutnya akan menurunkan laba bahkan kerugian bagi perusahaan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Parasuraman (2001: 26) mengemukakan kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah kualitas layanan "RATER" (*responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability*). Konsep kualitas layanan RATER intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang pelayanan untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima. Inti dari kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (*assurance*), menunjukkan bukti fisik (*tangi-*

ble) yang dapat dilihatnya, menurut empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan kehandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Faktor yang dapat memperkuat pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah fasilitas, Adapun fasilitas yang diberikan oleh dengan armada regular yang eksklusif mulai dari kelas Non AC, Patas AC, VIP Toilet, Executive, dan Super Executive dengan kapasitas tempat duduk mulai 20 seats sampai dengan 54 seats. Selain itu dalam upaya memberikan kenyamanan kepada konsumen, manajemen PO. Rosalia Indah juga mendirikan usaha lainnya, di antaranya adalah Rosalia Indah tour & Travel, Ros-In Hotel, Rosalia Express, SPBU 44.577.08 Sroyo, Central Laundry dan Rumah Makan Rosalia Indah. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa, apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen akan merasa puas.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk menganalisis signifikansi pengaruh harga, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar.; (2) untuk menganalisis efek moderasi fasilitas pada pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar.

Dari latar belakang dan tujuan di atas maka hipotesis yang dikemukakan adalah:

H1 : Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah.

H2 : Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah.

H3 : Ada pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah.

H4 : Fasilitas memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia.

H5 : Fasilitas memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei pada konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar, dengan pertimbangan data yang diperlukan dalam penelitian tersedia serta diperolehnya izin penelitian. Populasi dalam penelitian ini konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar selama bulan Desember 2014 sampai dengan bulan Januari 2015 yaitu sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode *convenience sampling*.

Definisi operasional variabel dan pengukurannya adalah sebagai berikut:

### 1. Harga

Harga merupakan kesesuaian antara sejumlah uang yang dikeluarkan konsumen dengan manfaat yang didapat untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari jasa pelayanan yang diberikan. Variabel pelayanan diukur dengan menggunakan skala Likert. Indikator variabel harga dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Wahyu Kartika Aji dan Harry Soesanto (2012) meliputi:

- Keterjangkauan harga
- Kesesuaian harga dengan manfaat
- Kesesuaian harga dengan fasilitas
- Kesesuaian harga dengan pelayanan
- Adanya paket promo atau diskon

### 2. Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar kepada konsumen. Variabel fasilitas diukur dengan menggunakan skala Likert. Indikator variabel fasili-

tas dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Wahyu Kartika Aji dan Harry Soesanto (2012) meliputi:

- a. Tersedianya berbagai pilihan armada bus
- b. Tempat duduk di dalam bus yang nyaman
- c. Tersedianya rumah makan bagi penumpang bus
- d. Kendaraan bus yang baik dan nyaman
- e. Tersedianya bantal dan selimut bagi penumpang

### 3. Pelayanan

Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang diberikan oleh PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar kepada konsumen. Variabel pelayanan diukur dengan menggunakan skala Likert.

Indikator-indikator variabel pelayanan dalam penelitian ini mengacu pada teori Fandy Tjiptono (2006: 70) meliputi:

- a. Bukti fisik, yaitu penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan sekitarnya.
- b. Keandalan, merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. Daya Tanggap, yakni kemampuan untuk memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Jaminan, yaitu; kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan pengetahuan karyawan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen
- e. Empati, yaitu kemampuan memberikan pelayanan dengan ramah dan menarik, memahami aspirasi konsumen, berkomunikasi yang baik dan benar serta bersikap dengan penuh simpati.

### 4. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak

puas. Jika kinerja memenuhi harapan konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang. Variabel kepuasan konsumen diukur dengan menggunakan skala Likert.

Indikator-indikator variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler dalam Kuswadi (2004: 12) meliputi:

- a. Puas terhadap kualitas pelayanan
- b. Merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain
- c. Memiliki keinginan untuk tidak berpindah ke produk/jasa yang lain.
- d. Bangga menggunakan jasa/produk yang digunakan/dibeli
- e. Puas terhadap hasil akhir produk/jasa yang diterima/dibeli

Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui jawaban kuesioner. Teknik pengumpulan data menggunakan skala Likert lima poin yaitu: mulai dari Sangat Setuju (SS = 5); Setuju (S = 4); Netral (N = 3); Tidak Setuju (TS = 2) dan Sangat Tidak Setuju (STS = 1).

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan rumus Korelasi Pearson, kriteria pengujiannya menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Butir instrumen dinyatakan valid jika menghasilkan  $p\text{ value} < 0,05$ . Pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan bantuan *software SPSS 16 for Windows*. Menurut Nunally suatu konstruk dikatakan reliabel apabila hasil pengujian menghasilkan *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  sebaliknya suatu konstruk dinyatakan tidak reliabel apabila menghasilkan *Cronbach Alpha*  $\leq 0,60$ .

Teknik analisis data menggunakan:

1. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji multikolinearitas bertujuan mende-  
teksi adanya multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan *Varians Inflation Factor (VIF)*.
  - b. Uji Autokorelasi dilakukan dengan uji *Run* bertujuan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak.

- c. Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan Uji *Glejser*, yaitu dengan cara meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen.
  - d. Uji Normalitas atas residual dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*.
2. Pengujian Hipotesis  
 Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda dan uji selisih mutlak.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Selanjutnya di bawah ini akan peneliti sampaikan karakteristik res-

ponden ditinjau dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan.

### 2. Hasil Uji Kualitas Instrumen

Hasil uji validitas mengenai variabel harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), fasilitas ( $X_3$ ) dan kepuasan konsumen ( $Y$ ) menunjukkan nilai yang valid karena  $p$ -value < 0,05. Hasil uji reliabilitas mengenai variabel harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), fasilitas ( $X_3$ ) dan kepuasan konsumen ( $Y$ ) menunjukkan nilai yang reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi linear ganda dalam penelitian ini benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif atau BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) dilakukan pengujian asumsi klasik dengan hasil seperti tabel 2 berikut:

Tabel 1: Gambaran Umum Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	63	63
	Perempuan	37	37
	Jumlah	100	100
Usia	< 25 Tahun	9	9
	25 - 30 Tahun	37	37
	31-35 Tahun	18	18
	36 - 40 Tahun	13	13
	41-45 Tahun	12	12
	> 45 Tahun	13	13
	Jumlah	100	100
Tingkat Pendidikan	SD	6	0
	SMP	26	26
	SMA/SMK	40	40
	Diploma	16	16
	Sarjana (S-1,S-2,S-3)	12	12
	Jumlah	100	100
Jenis Pekerjaan	PNS	20	20
	Wiraswasta	28	28
	Pegawai Swasta	12	12
	Tidak bekerja	16	16
	TNI/POLRI	8	8
	Lain-lain	16	16
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2015

Tabel 2: Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji Multikolinearitas	Tolerance (0,571); (0,583); (0,813) > 0,1 VIF (1,751); (1,714); (1,230) < 10	Tidak ada multikolinearitas
Uji Autokorelasi	p (0,421) > 0,05	Tidak ada Autokorelasi
Uji heteroskedastisitas	P (0,338); (0,119); (0,238) > 0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Uji Normalitas	p (0,750) > 0,05	Residual normal

Sumber: Pengolahan data sekunder 2014

Tabel 3: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	t	Sig.
(Constant)	-0,229	-0,108	0,915
Harga ( $X_1$ )	0,297	2,899	0,005
Kualitas pelayanan ( $X_2$ )	0,401	4,064	0,000
Fasilitas ( $X_3$ )	0,325	3,309	0,001
F-hitung = 36,274			0,000
R Square = 0,531			
Adjusted R Square = 0,517			

Sumber: Data penelitian diolah 2015

#### 4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan garis regresinya sebagai berikut:

$$Y = -0,229 + 0,297X_1 + 0,401X_2 + 0,325X_3$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah:

a : -0,229 artinya jika harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) sama dengan nol, maka kepuasan konsumen (Y) adalah negatif.

b<sub>1</sub> : 0,297 artinya pengaruh variabel harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) positif, artinya apabila harga tiket bus yang ditetapkan terjangkau dan sesuai dengan fasilitas yang diberikan, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Y), dengan asumsi variabel kualitas pelayanan

( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) dianggap tetap.

b<sub>2</sub> : 0,401 artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) positif, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Y), dengan asumsi variabel harga ( $X_1$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) dianggap tetap.

b<sub>3</sub> : 0,325 artinya pengaruh variabel fasilitas ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) positif, artinya apabila fasilitas ditingkatkan, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Y), dengan asumsi variabel harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dianggap tetap.

Dari analisis tersebut, maka variabel yang dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), karena nilai koefisien regresinya paling besar yaitu 0,401.

Adapun hasil analisis uji t adalah:

a. Pengujian signifikansi pengaruh harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebagai berikut:

Karena  $p$ -value sebesar  $0,005 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar”, terbukti kebenarannya.

- b. Pengujian signifikansi pengaruh kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) adalah sebagai berikut: Karena  $p$ -value sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar”, terbukti kebenarannya.
- c. Pengujian signifikansi pengaruh fasilitas ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) adalah sebagai berikut: Karena  $p$ -value sebesar  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan fasilitas ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa: “Ada pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar”, terbukti kebenarannya.

### 5. Uji F (Uji Ketepatan Model)

Hasil analisis diperoleh  $p$ -value sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti model yang digunakan untuk menguji

pengaruh variabel bebas yaitu harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ) sudah tepat.

### 6. Koefisien Determinasi

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,517 berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas yaitu harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 51,7 persen sedangkan sisanya ( $100\% - 51,7\%$ ) = 48,3 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

### 7. Uji Selisih Mutlak 1

Berdasarkan analisis regresi linear berganda pengaruh harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) dengan dimoderasi oleh fasilitas ( $X_3$ ) diperoleh hasil seperti tabel 4 berikut:

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh koefisien regresi nilai absolut perbedaan antara  $X_1$  dan  $X_3$   $|ZX_1 - ZX_3|$  sebesar -0,110 dengan  $p$ -value sebesar  $0,747 > 0,05$ . Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas ( $X_3$ ) tidak memoderasi pengaruh variabel harga ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ), karena koefisien regresi nilai absolut  $|ZX_1 - ZX_3|$  negatif (-0,110), maka variabel fasilitas tidak memperkuat pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi: “Fasilitas memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar” tidak terbukti kebenarannya.

Tabel 4: Hasil Uji Selisih Mutlak 1

Variabel	Koefisien	t	Sig.
(Constant)	20,954	56,791	0,000
Zscore: Harga	1,448	5,820	0,000
Zscore: Fasilitas	0,937	3,764	0,000
ABSX1_X3	-0,110	-0,323	0,747

Sumber: Data penelitian diolah 2015

Tabel 5: Hasil Uji Selisih Mutlak 2

Variabel	Koefisien	t	Sig.
(Constant)	21,144	59,005	0,000
Zscore: Harga	1,550	6,526	0,000
Zscore: Fasilitas	0,899	3,788	0,000
ABSX1_X3	-0,324	-0,996	0,322

Sumber: Data penelitian diolah 2015

### 8. Uji Selisih Mutlak 2

Berdasarkan analisis regresi linear berganda pengaruh kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) dengan dimoderasi oleh fasilitas ( $X_3$ ) diperoleh hasil seperti tabel 5 di atas:

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh koefisien regresi nilai absolut perbedaan antara  $X_2$  dan  $X_3$   $|ZX_2-ZX_3|$  sebesar -0,324 dengan  $p$ -value sebesar  $0,3223 > 0,05$ . Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas ( $X_3$ ) tidak memoderasi pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Karena koefisien regresi nilai absolut  $|ZX_2-ZX_3|$  negatif (-0,324), maka variabel fasilitas tidak memperkuat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ). Dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi: "Fasilitas memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar" tidak terbukti kebenarannya.

Dari analisis di atas maka hipotesis yang menyatakan:

1. Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar, terbukti kebenarannya.
2. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar, terbukti kebenarannya.
3. Ada pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar, terbukti kebenarannya.
4. Fasilitas memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar, tidak terbukti kebenarannya.
5. Fasilitas memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar, tidak terbukti kebenarannya.

Berdasarkan hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa fasilitas tidak memoderasi pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, sehingga posisi fasilitas lebih tepat sebagai variabel independen, karena berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah; (2) terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah; (3) terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah; (4) fasilitas tidak memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah; dan (5) fasilitas tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah, sehingga posisi variabel fasilitas lebih tepat sebagai variabel independen, karena berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2, Liberty, Yogyakarta.
- Basu Swastha dan Hani Handoko, 2005, *Azas-azas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Bukhori Alma, 2002, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- C.Z. Yong dan Yun Y.W. Loh, 2003, *The Quest for Global Quality*, Diterjemahkan oleh Sutanto, Pustaka Delapratasa, Jakarta.
- Damartaji Arisutha, 2005, *Dimensi Kualitas Pelayanan*. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Djarwanto Ps dan Pangestu Subagyo, 2006, *Statistika Induktif, Edisi 5*, BPFE, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_, 2006 *Service. Quality. and Satisfaction*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*. Andi, Yogyakarta.
- Freddy Rangkuti, 2004, *Riset Pemasaran*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Hamid, 2012, *Metode Penelitian Pendidikan*, Alfabeta, Bandung.
- Imam Ghozali, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Parasuraman, 2001, "E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality," *Journal of Service Research*, Volume 7 No.3 February 2001.
- Partua Pramana, 2012, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: Warnet Chamber Semarang), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Peter dan Olson, 2003, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Erlangga, Jakarta.
- Philip Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Benyamin Molan Jilid 1, Indeks, Jakarta.
- Philip Kotler, 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa Hendra Teguh, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Kellerm, 2009, *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Alih Bahasa Hendra Teguh, Erlangga, Jakarta.
- Philip Kotler dan Garry Armstrong, 2001, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.