

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA PT ROSALIA INDAH TRANSPORT (Survei pada Pelanggan PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar)

Aprilia Rintang Rositawati <sup>1)</sup>

Untung Sriwidodo <sup>2)</sup>

Retno Susanti <sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

e-mail: <sup>1)</sup> apriliarintangrositawati@rocketmail.com

<sup>2)</sup> untung\_sriwidodo@yahoo.com

<sup>3)</sup> tnos\_santi@yahoo.com

## ABSTRACT

*This study aims to determine the significance of the effect of service quality on customer satisfaction using bus transportation services PT Rosalia Indah Transport in Palur Karanganyar; the effect of price on consumer satisfaction that use bus transportation services PT Rosalia Indah Transport in Palur Karanganyar; the effect of the facility to the satisfaction of consumers who use bus transportation services PT Rosalia Indah Transport in Palur Karanganyar; which of the quality of service, pricing, or facilities were dominant influence on consumer satisfaction using bus transportation services PT Rosalia Indah Transport in Palur Karanganyar. The population in this study is that consumers who use bus transportation services PT Rosalia Indah Transport in Palur Karanganyar, with a sample of 70 respondents with accidental sampling technique. The technique of collecting data using questionnaires instrument through the stages of testing the validity and reliability first. Test requirements regression using classic assumption test. Data were analyzed using linear regression analysis beganda. The results showed that the quality of service significantly influence consumer satisfaction using bus transportation services PT Rosalia Indah Transport in Palur Karanganyar; prices not significant effect on customer satisfaction using bus transportation services PT Rosalia Indah Transport in Palur Karanganyar; facilities significantly influence consumer satisfaction using bus transportation services PT Rosalia Indah Transport in Palur Karanganyar; service quality is a dominant influence on the satisfaction of consumers who use bus transportation services PT Rosalia Indah Transport in Palur Karanganyar.*

**Keywords:** *service quality, price, amenities, customer satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Di antara banyak bisnis jasa yang berkembang saat ini, PT Rosalia Indah Transport yang berada di Palur, Jaten, Karanganyar adalah salah satu perusahaan otobus yang ikut ambil bagian dalam bidang transportasi ini. PT Rosalia Indah Transport adalah sebuah perusahaan yang sedang berkembang pesat, merupakan perusahaan daerah yang diperhitungkan dalam percaturan bisnis jasa angkutan darat di Indonesia. PT Rosalia Indah

Transport dalam upaya memenangkan persaingan berupaya keras menarik minat konsumen agar mau menggunakan jasa produk transportasi yang dikelolanya.

Tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dan terciptanya kepuasan

pelanggan, dan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Semua perusahaan tentu ingin tetap eksis dan menjadi yang lebih unggul. Untuk tetap bertahan didunia bisnis maka sebuah perusahaan harus mampu menetapkan strategi dan teknik yang tepat. Langkah penting untuk menempatkan sebuah perusahaan jasa agar lebih unggul salah satunya harus dapat menyediakan jasa yang berkualitas. Perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Kualitas pelayanan yang memuaskan akan memberikan dampak yang baik bagi perusahaan karena konsumen akan loyal terhadap jasa yang diberikan dan memutuskan melakukan pembelian secara terus-menerus (Zulian Yamit, 2005: 7).

Menurut (Parasuraman, 2001: 26) kualitas pelayanan 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 pelayanan 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 (*tangible*) yang dapat dilihatnya, empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan keandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Harga adalah elemen yang tidak umum dari bauran pemasaran. Harga adalah satu-satunya elemen yang berkaitan dengan pendapatan. Dilihat dari sudut pandang konsumen, harga didefinisikan sebagai apa yang harus diserahkan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa (Peter dan Olson dalam Saladin, 2006: 22). Biasanya konsumen dalam menggunakan layanan jasa akan memban-

ding-bandingkan harga, memilih layanan jasa yang harga dasarnya murah, memilih layanan jasa yang harganya sebanding dengan kualitasnya atau berbagai alasan lainnya. Dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen PT Rosalia Indah Transport berusaha menerapkan kualitas pelayanan yang memuaskan serta memberikan fasilitas yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dengan cara memenuhi keinginan konsumen bahkan melebihi harapan konsumen mengenai mutu jasa. Harapan konsumen dibentuk berdasarkan pengalaman mereka, saran orang lain dan iklan yang disampaikan oleh perusahaan jasa. Setelah menikmati jasa tersebut, konsumen akan membandingkan dengan apa yang mereka harapkan, apabila dimensi-dimensi kualitas jasa yang diberikan itu baik akan menyebabkan konsumen puas dan apabila konsumen puas maka akan melakukan pembelian ulang atas jasa yang pernah digunakannya.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah fasilitas. Adapun fasilitas yang diberikan armada regular yang eksklusif mulai dari kelas Super Executive, Executive Class, VIP Class, Patas Class dan Non AC Class. Selain itu dalam upaya memberikan kenyamanan kepada konsumen, manajemen PT Rosalia Indah Transport 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.

PT Rosalia Indah Transport berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan dengan cara memberikan kepuasan kepada konsumen. Dalam upaya menghasilkan dan menyampaikan jasa yang diinginkan oleh konsumen, PT Rosalia Indah Transport telah memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan, harga yang pantas, dan fasilitas yang memadai.

Namun demikian perusahaan belum mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga yang pantas dan fasilitas yang memadai sudah memenuhi kepuasan konsumen atau belum. Kualitas pelayanan yang diberikan seperti kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, bertanggung jawab atas keamanan dan mengutamakan pelanggan, kondisi lingkungan yang bersih dan nyaman. Harga yang diberikan PT Rosalia Indah Transport cukup terjangkau dengan tarif yang sesuai dengan kualitas yang didapat dan sebanding dengan kepuasan yang diperoleh konsumen. Fasilitas yang ditawarkan lengkap, bersih, dan rapi. Kondisi fasilitas juga baik dan memadai serta alat yang digunakan lengkap. Sehingga konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dan akan merekomendasikan kepada orang lain, tentunya konsumen tidak akan berpindah ke jasa transportasi yang lain.

### Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan menganalisis (1) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar (2) pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar (3) pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar (4) di antara kualitas pelayanan, harga, atau fasilitas yang

dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar.

### Kerangka pemikiran

Kerangka pemikiran digambarkan seperti pada gambar 1 di bawah ini:

Keterangan:

Variabel independen: kualitas pelayanan ( $X_1$ )

Variabel moderasi: harga ( $X_2$ )

Variabel Dependen: fasilitas ( $Y$ )

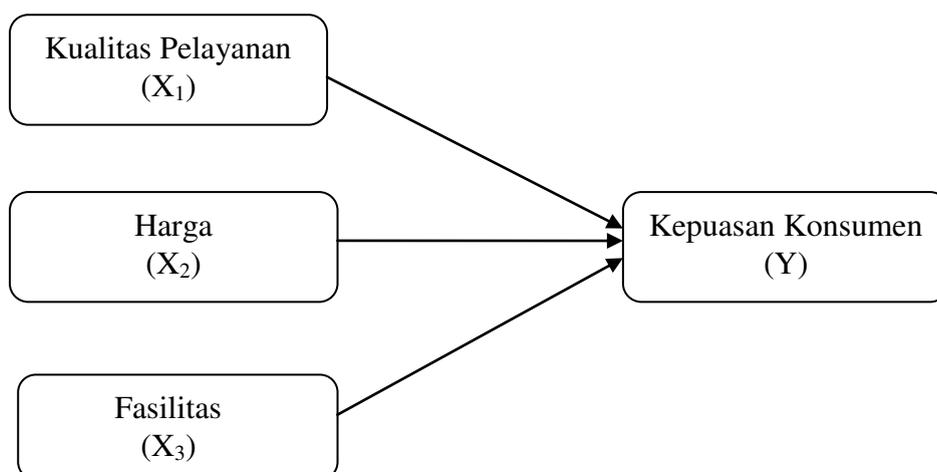
Kerangka pemikiran dalam penelitian ini secara teoritis adalah bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, variabel harga dan variabel fasilitas.

### Hipotesis

$H_1$ : Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar.

$H_2$ : Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar.

$H_3$ : Ada pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar.



**Gambar 1: Kerangka Pemikiran**

H<sub>4</sub> : Kualitas pelayanan merupakan pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar.

## METODE PENELITIAN

### Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei pada konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar, dengan pertimbangan data yang diperlukan dalam penelitian tersedia serta diperolehnya izin penelitian.

### Definisi Operasional Variabel

1. Kualitas Pelayanan  
Kualitas pelayanan adalah suatu standar khusus di mana kemampuannya (*availability*), kinerja (*performance*), keandalannya (*reliability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*) dan karakteristiknya dapat diukur. Indikator variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini mengacu pada teori (Parasuraman, 2001: 32) meliputi:
  - a. Daya Tanggap (*responsiveness*)
  - b. Jaminan (*assurance*)
  - c. Bukti fisik (*tangible*)
  - d. Empati (*empathy*)
  - e. Kehandalan (*reliability*)
2. Harga  
Harga merupakan kesesuaian antara sejumlah uang yang dikeluarkan konsumen dengan manfaat yang didapat untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari jasa pelayanan yang diberikan. Indikator variabel harga dalam penelitian ini mengacu pada teori (Philip Kotler dan Garry Armstrong, 2008: 278) meliputi:
  - a. Keterjangkauan harga
  - b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
  - c. Daya saing harga
  - d. Kesesuaian harga dengan manfaat
3. Fasilitas  
Fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar kepada

konsumen. Pemberian fasilitas yang memadai akan membantu meningkatkan empati konsumen terhadap setiap kondisi yang tercipta pada saat konsumen melakukan pembelian. Indikator variabel fasilitas dalam penelitian ini mengacu pada penelitian (Kertajaya, 2003: 44) meliputi:

- a. Kelengkapan, kebersihan, dan kerapian fasilitas yang digunakan
  - b. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan
  - c. Kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan
  - d. Kelengkapan alat yang digunakan
4. Kepuasan Konsumen  
Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (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. 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

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 70 responden. Kemudian data tentang tanggapan responden yang diukur dengan skala *Likert* 5 poin yaitu Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2). Sangat Tidak Setuju (1).

### Pengujian Data

Untuk menguji kualitas data dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen menggunakan rumus Korelasi Pearson dan *Cronbach Alpha*.

## Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik, dilakukan melalui 4 uji yaitu uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.
2. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y). (2) pengaruh harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y). (3) pengaruh fasilitas ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen (Y). (4) manakah di antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) Dalam analisis ini ada persamaan sebagai berikut (Imam Ghazali, 2005: 153).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

## HASIL PENELITIAN

### Analisis Karakteristik responden

Analisis data ini menggunakan analisis persentase yang digunakan untuk mengetahui persentase responden berdasarkan karakteristik responden (tabel 1).

### Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebanyak 5 butir instrumen, harga ( $X_2$ ) 4 butir, fasilitas ( $X_3$ ) 4 butir dan kepuasan konsumen (Y) sebanyak 5 butir pertanyaan melalui uji korelasi pearson menunjukkan semua butir pertanyaan valid, ditunjukkan dengan  $p$  value < 0,05.

Berdasarkan hasil uji *reliabilitas* menunjukkan bahwa seluruh instrumen variabel

**Tabel 1: Analisis Karakteristik Responden**

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase(%)
Usia	<25 Tahun	35	50
	25 – 30 Tahun	12	17,1
	31 – 35 Tahun	5	7,1
	36 – 40 Tahun	4	5,7
	41 – 45 Tahun	3	4,2
	>45 Tahun	11	15,7
Total		70	100
Tingkat Pendidikan	SD	5	7,1
	SMP	2	2,8
	SMA/SMK	39	55,7
	Diploma	6	8,5
	Sarjana (S-1, S-2, S-3)	18	25,7
Total		70	100
Jenis Kelamin	Laki-Laki	41	58,5
	Perempuan	29	41,4
Total		70	100
Pekerjaan	PNS	4	5,7
	Pegawai Swasta	32	45,7
	Pedagang	8	11,4
	Wiraswasta	12	17,1
	Pelajar/ Mahasiswa	11	15,7
	Lain-lain	3	4,2
Total		70	100
Pendapatan	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	29	41,4
	Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	27	38,5
	Rp 4.000.000 – Rp 6.000.000	13	18,5
	>Rp 6.000.000	1	1,4
Total		70	100

Sumber: Data Primer diolah, 2016

**Tabel 2: Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji	<i>Tolerance</i> (0,955; 0,955; 0,998) > 0,10	Tidak ada
Multikolinearitas	VIF (1,047; 1,047; 1,002) < 10	Multikolinearitas
Uji Autokorelasi	p (0,229) > 0,05	Tidak ada Autokorelasi
Uji		Tidak ada
Heteroskedastisitas	p (0,964; 0,249; 0,284) > 0,05	Heteroskedastisitas
Uji Normalitas	p (0,383) > 0,05	Residual normal

Sumber: Data Primer diolah, 2016

**Tabel 3: Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien	Nilai t	Signifikansi
(Constant)	14,328	4,707	0,000
Kualitas pelayanan	0,455	4,601	0,000
Harga	0,024	0,233	0,816
Fasilitas	-0,141	-2,216	0,030
F	: 8,718		0,000
Adjusted R <sup>2</sup>	: 0,251		

Sumber: Data primer diolah, 2016

kualitas pelayanan (0,716), harga (0,734), fasilitas (0,763) dan kepuasan konsumen (0,824) dinyatakan reliabel karena > 0,60.

### Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan lolos uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas, seperti pada tabel 2 di atas.

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda dalam penelitian ini dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa persamaannya:

$$Y = 14,328 + 0,455X_1 + 0,024X_2 - 0,141X_3$$

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel kualitas pelayanan positif sebesar 4,601 dan *p-value* 0,000 < 0,05, hal ini berarti kualitas pelayanan posi-

tif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai t hitung variabel harga positif sebesar 0,233 dan *p-value* 0,816 > 0,05, hal ini berarti harga positif dan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan t hitung variabel fasilitas negatif sebesar -0,141 dan *p-value* 0,030 < 0,05, hal ini berarti fasilitas negatif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Diketahui besarnya *p-value* 0,000 < 0,05 yang berarti model regresi yang digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap variabel kepuasan konsumen sudah sesuai.

Dari hasil di atas diketahui besarnya *Adjusted R<sup>2</sup>* adalah 0,251 artinya bahwa besarnya sumbangan yang diberikan variabel kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 25,1%, sedangkan sisanya 74,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan pada penelitian ini.

### Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji Hipotesis 1

Hasil uji t pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diperoleh

nilai  $t$  hitung 4,601 dan  $p$ -value  $0,000 < 0,05$  yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis 1 yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar”, terbukti kebenarannya.

## 2. Uji Hipotesis 2

Hasil uji  $t$  pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai  $t$  hitung 0,233 dan  $p$ -value  $0,816 > 0,05$  yang berarti harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis 2 yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar”, tidak terbukti kebenarannya.

## 3. Uji Hipotesis 3

Hasil uji  $t$  pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai  $t$  hitung -2,216 dan  $p$ -value  $0,030 < 0,05$  yang berarti fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian hipotesis 3 yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi Bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar”, terbukti kebenarannya.

## Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui ketepatan model pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ). Dari hasil Uji F diketahui bahwa Nilai F hitung sebesar 8,817 dengan  $p$  value  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak, artinya model ini tepat digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ).

## Koefisien Determinasi

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai *Adjusted R Square* = 0,251 berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ) dan fasilitas ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen ( $Y$ ) sebesar 25,1% sedangkan sisanya ( $100\% - 25,1\%$ ) = 74,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti, misalnya seperti lokasi agen, reputasi perusahaan, promosi dan kepercayaan pelanggan.

Dari analisis di atas maka hipotesis yang menyatakan:

1. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar, terbukti kebenarannya.
2. Ada pengaruh yang signifikan harga ( $X_2$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar, tidak terbukti kebenarannya.
3. Ada pengaruh yang signifikan fasilitas ( $X_3$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ) yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar, terbukti kebenarannya.
4. Kualitas pelayanan merupakan pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar” terbukti kebenarannya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar, hal tersebut ditunjukkan dengan  $p$ -value  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian hipotesis 1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar” terbukti kebenarannya.

Tidak ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar, hal tersebut ditunjukkan dengan  $p\text{-value}$   $0,816 > 0,05$ , dengan demikian hipotesis 2 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan harga terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar” tidak terbukti kebenarannya.

Ada pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar, hal tersebut ditunjukkan dengan  $p\text{-value}$   $0,030 < 0,05$ , dengan demikian hipotesis 3 dalam penelitian

ini yang menyatakan bahwa “Ada pengaruh yang signifikan fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar” terbukti kebenarannya.

Kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar, hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresinya yang paling besar yaitu 0,455, dengan demikian hipotesis 4 yang menyatakan “Kualitas pelayanan merupakan pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus PT Rosalia Indah Transport di Palur Karanganyar” terbukti kebenarannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono, 2004, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Andi Offset, Yogyakarta.
- Kertajaya, Hermawan, 2003, *Hermawan Kertajaya on Service*, Mizan Pustaka, Jakarta.
- Kuswadi, 2004, *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*, Elex Media, Jakarta.
- Parasuraman, 2001, “E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality,” *Journal of Service Research*, Volume 7 No.3 February 2001. (p 213 – 233)
- Peter dan Olson, 2006, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Edisi Keempat, Terjemahan Saladin, Erlangga, Jakarta.
- Philip Kotler & Garry Armstrong, 2001, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Philip Kotler & Garry Armstrong, 2008, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa Hendra Teguh, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Saladin, 2006, *Manajemen Pemasaran, Edisi Keempat*, Linda Karya, Bandung.
- Zulian Yamit, 2005, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ed. 1, Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.