

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian

1. Objek Penelitian

Pada penelitian ini objek yang diambil adalah PO. Efisiensi. Pada tahun 2003 PO ini masuk ke layanan bus cepat terbatas (PATAS) *Executive* dengan jurusan Yogyakarta-Cilacap PP. Disusul pula dengan pembukaan jurusan Yogyakarta-Purwokerto PP pada tahun 2008. Lalu pada 2012 dibuka jurusan Yogyakarta-Purbalingga PP sebagai perluasan jangkauannya. Selain menyediakan layanan Bus Patas Executive, PO. Efisiensi juga melayani transportasi AJAP (Antar Jemput Antar Provinsi), dengan trayek Cilacap-Yogyakarta PP, Purwokerto-Yogyakarta PP, Gombong-Yogyakarta PP, dan Temanggung-Yogyakarta PP.

Dalam menjalankan bisnisnya ini, PO asal Kebumen ini membidik segmen penumpang menengah-keatas. Sehingga tidak mengherankan kalau PO Efisiensi selalu menggunakan bus terbaru keluaran karoseri. Selain terlihat kinclong mencolok di jalan, bus-bus ini selalu tampil prima melanani penumpang. Bus-bus yang digunakan PO. Efisiensi ini selalu tampak premium, bukan hanya dari body yang digunakan. Namun juga dengan pemilihan chassis dan interior yang tidaklah sembarangan.

Berbagai fasilitas pun disediakan dalam bus Efisiensi ini, seperti free wifi onboard selama perjalanan. Walaupun membidik pasar menengah-keatas, PO. Efisiensi ini tetaplah merakyat dengan harga tiket yang terjangkau. Selain itu, PO ini juga mempersiapkan layanannya dengan baik. Termasuk membangun beberapa rest area di jalur-jalur yang biasa dilaluinya.

B. Subjek Penelitian

Pada penelitian ini subjek yang diambil adalah pengguna bus Efisiensi Yogyakarta yang telah menggunakan bus efisiensi minimal 2 kali dan berusia 17 tahun keatas di Yogyakarta, penyebaran kuisisioner dilakukan secara langsung di wilayah Yogyakarta, dengan total 100 responden. Penyebaran dilakukan selama 7 hari berturut-turut dari tanggal 1 april sampai 8 april 2018.

Berdasarkan hasil kuisisioner yang disebar kepada pengguna bus Efisiensi di Yogyakarta dengan jumlah 100 kuesioner menunjukkan bahwa semua kuesioner sesuai dengan kriteria yang ditentukan, maka kuesioner yang diolah berjumlah 100 kuesioner.

Sebelum melanjutkan ke hasil penelitian, penulis menjabarkan karakteristik berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penggunaan bus efisiensi dalam satu tahun terakhir.

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelaminnya, dipaparkan dalam tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	68	68%
2	Perempuan	32	32%
Total		100	100%

Berdasarkan dari hasil diatas menunjukkan bahwa jumlah laki-laki lebih banyak dibandingkan jumlah perempuan yaitu dengan persentase laki-laki 68% dan perempuan 32%

b. Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik responden berdasarkan usianya, dipaparkan dalam tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	17 tahun – 20 tahun	8	8%
2	21 tahun – 30 tahun	50	50%
3	31 tahun – 40 tahun	24	24%
4	41 tahun – 50 tahun	11	11%
5	51 tahun – 60 tahun	5	5%
6	Diatas 60 tahun	2	2%
Total		100	100%

Berdasarkan hasil dari karakteristik menurut usia dari tabel diatas, diperoleh hasil bahwa usia 17-20 tahun berjumlah 8 orang atau persentase 8%, untuk usia 21-30 tahun berjumlah 50 orang atau persentase 50%, untuk usia 31-40

tahun berjumlah 24 orang atau persentase 24%, untuk usia 41-50 tahun berjumlah 11 orang atau persentase 11% , untuk usia 51-60 tahun berjumlah 5 orang atau persentase 5%, dan terakhir usia diatas 60 tahun berjumlah 2 orang atau persentase 2%

c. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir, dipaparkan dalam tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	SMP	5	5%
2	SMA	61	61%
3	D3	3	3%
4	S1	29	29%
5	S2	2	2%
Total		100	100%

Berdasarkan hasil dari karakteristik menurut pendidikan terkahir dari tabel diatas, diperoleh hasil SMP sebesar 5 responden dengan tingkat persentase 5%, untuk SMA mendapatkan 61 responden dengan tingkat persentase 61%, untuk D3 mendapatkan 3 responden dengan tingkat persentase 3%, untuk S1 mendapatkan 29 responden dengan tingkat persentase 29% dan untuk pedidikan terakhir S2 mendapatkan 2 responden dengan tingkat persentase 2%.

d. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, dipaparkan dalam tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar	3	3%
2	Mahasiswa	38	38%
3	PNS	4	4%
4	Swasta	17	17%
5	Wiraswasta	21	21%
6	Lainnya	17	17%
Total		100	100%

Berdasarkan hasil karakteristik menurut pekerjaan

dari tabel diatas diperoleh hasil Pelajar berjumlah 3 responden dengan tingkat persentase 3%, Mahasiswa berjumlah 38 responden dengan tingkat persentase 38%, PNS sebesar 4 responden dengan tingkat persentase 4%, Swasta berjumlah 17 responden dengan tingkat persentase 17%, Wiraswasta berjumlah 21 responden dengan tingkat persentase 21% dan untuk pekerjaan lainnya berjumlah 17 responden dengan tingkat persentase 17%.

e. Karakteristik responden berdasarkan penggunaan bus Efisiensi

Karakteristik responden berdasarkan penggunaan bus Efisiensi di paparkan pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5

Karakteristik responden berdasarkan penggunaan bus Efisiensi

No.	Penggunaan bus Efisiensi	Jumlah	Persentase (%)
1	2 kali	60	60%
2	3 kali	6	6%
3	4 kali	10	10%
4	Lebih dari 5 kali	24	24%
Total		100	100%

Berdasarkan hasil karakteristik menurut penggunaan bus Efisiensi dari tabel diatas diperoleh hasil penggunaan 2 kali berjumlah 60 responden dengan tingkat persentase 60%, 3 kali berjumlah 6 responden dengan tingkat persentase 6%, 4 kali berjumlah 10 responden dengan tingkat persentase 10%, lebih dari 5 kali berjumlah 24 responden dengan tingkat persentase 20%.

C. Uji Kualitas Instrumen

Uji kualitas instrumen dan data dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrument penelitian dapat memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Uji kualitas instrumen dan data ini dilakukan untuk menghitung apakah validitas dan reliabilitas dari instrumen penelitian valid dan reliabel. Apabila dalam penelitian terdapat butir pertanyaan yang sulit dimengerti dan bias (jika terdapat nilai validitas dan reliabilitas yang tidak sesuai *alpha*) maka akan dilakukan koreksi atau perbaikan pada indicator tersebut. Dalam uji kualitas instrumen dan data peneliti mengambil 30 responden untuk melakukan penilaian terhadap objek penelitian melalui kuesioner yang peneliti telah siapkan.

1. Uji Validitas

Pengujian Validitas yang dilakukan masing-masing item, penelitian ini menggunakan hasil perhitungan Pearson Correlation. Apabila hasil setiap item menunjukkan *Pearson Correlation* < sig 0,05 maka item pernyataan atau indicator dinyatakan Valid.

Tabel 4.6
Hasil uji pre-test validitas

No	Variabel	Item	Sig (2-Tailed)	Keterangan
1	Citra Perusahaan (X1)	1	0,001	Valid
		2	0,002	Valid
		3	0,000	Valid
		4	0,001	Valid
		5	0,001	Valid
		6	0,005	Valid
		7	0,000	Valid
		8	0,000	Valid
2	Persepsi Kualitas Pelayanan (X2)	1	0,000	Valid
		2	0,001	Valid
		3	0,000	Valid
		4	0,000	Valid
		5	0,000	Valid
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,000	Valid
		2	0,000	Valid
		3	0,000	Valid
		4	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah 2018, lampiran no 4

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan hasil uji validitas terhadap 100 responden yang telah dilakukan untuk menguji seluruh butir pertanyaan dari tiga variabel, yaitu citra perusahaan, persepsi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terlihat bahwa nilai signifikansi < 0,05 (5%). Hal tersebut menunjukkan semua butiran

pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini valid. Sehingga dapat dinyatakan layak untuk mewakili setiap indikator dalam variabel penelitian

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengukuran yang dilakukan bebas dari kesalahan. Sesuai dengan teori Uma Sekaran (2011), pengukuran reliabilitas dapat dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* > 0,6.

Tabel 4.7
Hasil uji pre-test reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Sig	Keterangan
Citra Perusahaan	0,741	0,6	Reliabel
Persepsi Kepuasan Pelayanan	0,777	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,794	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah 2018, lampiran no 4

Berdasarkan dari tabel diketahui *cronbach's alpha* dari variabel independen dan variabel dependen adalah reliabel. Perhitungan uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan sebesar 0,741, variabel persepsi kualitas pelayanan sebesar 0,777, sedangkan variabel kepuasan konsumen 0,794. Dari perhitungan tersebut dapat dilihat *Cronbach's Alpha* > 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel.

D. Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk meneliti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah citra perusahaan (X_1) dan persepsi kualitas pelayanan (X_2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y). Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan software IBM SPSS Statistic 25 diperoleh hasil pengolahan data yang dapat dilihat di dalam tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8

Hasil analisis regresi linear berganda antara variabel citra perusahaan dan persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Model	Unstandardized B	Coefficients Std Error	Standardized Coefficients beta	t	Sig
Constant	5.580	1.684		3.314	0.001
Citra Perusahaan	0.116	0.044	0.227	2.661	0.009
Persepsi Kualitas Pelayanan	0.367	0.065	0.480	5.628	0.000
Variabel dependent = Kepuasan Pelanggan					

Sumber: Data primer yang diolah 2018, lampiran no 4

Dilihat dari tabel 4.8 hasil dari perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan *software* IBM SPSS Statistic 25, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,277 X_1 + 0,480 X_2$$

Dari persamaan diatas, dapat diketahui bahwa pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen, persamaan regresi akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. Hasil statistik yang ditunjukkan oleh tabel 4.8 menunjukkan bahwa koefisien variabel citra perusahaan dan kepuasan pelanggan searah (positif). Dilihat dari hasil angka koefisien regresi sebesar 0,277 diasumsikan bahwa, jika variabel citra perusahaan mengalami peningkatan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan.
- b. Hasil statistik yang ditunjukkan oleh Tabel 4.8 menunjukkan bahwa koefisien variabel persepsi kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan searah (positif). Dilihat dari angka regresi sebesar 0,480 diasumsikan bahwa, jika variabel persepsi kualitas pelayanan mengalami peningkatan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan.

2. Hasil Uji Simultan (F)

Uji F adalah untuk menguji hipotesis 1 secara simultan dengan variabel citra perusahaan dan persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.9
 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	123.068	2	61.534	23.259	.000 ^b
Residual	249.122	97	2.568		

Sumber: Data Primer yang diolah 2018, lampiran no 5

Berdasarkan pada tabel diatas diperoleh F hitung sebesar 23,259 dengan nilai signifikan 0,000 ($P < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan dan persepsi kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Hasil Uji t

Tabel 4.10
 Hasil Uji t

H

Model	Unstandardized B	Coefficients Std Error	Standardized Coefficients beta	t	Sig
Constant	5.580	1.684		3.314	0.001
Citra Perusahaan	0.116	0.044	0.227	5.628	0.009
Persepsi Kualitas Pelayanan	0.367	0.065	0.480	2.661	0.000

Sumber: Data Primer yang diolah 2018, lampiran no 5

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat hasil uji t sebagai berikut

- 1) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai *standardized coefficients beta* 0,277 dan nilai signifikan citra perusahaan sebesar 0,009 ($P < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- 2) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai *standardized coefficients beta* 0,480 dan nilai signifikan persepsi kualitas pelayanan sebesar 0,000 ($P < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.11

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	0.575	0.331	0.317	1.60258

Dari hasil perhitungan uji determinasi yang terlihat besarnya koefisien determinasi atau Adjusted R Square adalah sebesar 0,317, hal ini berarti 31,7% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel citra perusahaan dan persepsi kualitas pelayanan. Maka sisanya

68,3% dipengaruhi oleh faktor lain selain citra perusahaan dan persepsi kualitas pelayanan.

Tabel 4.12
Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Keterangan
1	Citra perusahaan dan Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Diterima
2	Citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Diterima
3	Persepsi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan	Diterima

E. Pembahasan Hasil Penelitian dan Interpretasi

Penelitian Ini dilakukan untuk membahas citra perusahaan dan persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil survey dengan penyebaran kuisioner dan kemudian dianalisis, hasil yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Citra perusahaan dan persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil yang diperoleh dari uji simultan (uji F) menyatakan bahwa citra perusahaan dan persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikan kurang dari $< 0,05$. Hasil ini didukung oleh penelitian penelitian yang dilakukan oleh Regina Yamin (2013) dengan judul “Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Dan Citra Perusahaan Terhadap

Kepuasan konsumen Pada PT. Astra Internasional Daihatsu Manado. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi nilai persepsi kualitas dan citra perusahaan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PO. Efisiensi. Diketahui bahwa citra perusahaan memiliki tingkat signifikan (0,009) dengan ketentuan yang menyatakan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05. Dengan begitu menyatakan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan, artinya apabila citra perusahaan ditingkatkan yang lebih baik maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Jika citra perusahaan PO. Efisiensi baik maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena citra perusahaan baik maka akan menambah kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu Laura Tjokrowibowo (2013) citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Philip Securities Indonesia. Penelitian terdahulu yang dilakukan Salira Riska (2014)

citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial bahwa persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PO. Efisiensi. Diketahui bahwa persepsi kualitas pelayanan memiliki tingkat signifikan (0,000) dengan ketentuan yang menyatakan tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05. Dengan begitu menyatakan bahwa variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, artinya apabila persepsi kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Jika persepsi kualitas pelayanan PO. Efisiensi baik maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena perbedaan kualitas pada jasa ditingkatkan akan menambah kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu Setyo dkk (2014) dengan judul “Pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan persepsi nilai terhadap kepuasan pelanggan indomaret palmerah”, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan indomaret palmerah. Menurut penelitian yang dilakukan Dimas dkk (2015) dengan judul “pengaruh harapan dan persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan alfamidi wisma tropodo”, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.