

**ANALISIS KEPUASAN PENUMPANG TERHADAP PELAYANAN BUS ARMADA DI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

LENNY INDAH NIDYAWATI

[Lennyindah01@gmail.com](mailto:Lennyindah01@gmail.com)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183

Telp: (0274) 387656 fax: (0274) 387646

**ABSTRACT**

*Competition in the transportation services business is currently growing rapidly and advancing. Many companies in similar fields have sprung up so as to make competition in getting and keeping customers increasingly tight. In order to survive in the circle of competition, companies must have the ability to provide the best quality of service in order to increase customer satisfaction. This study aims to examine the effect of transportation service quality on passenger satisfaction. The study population was all passengers or users of the UMY fleet bus services. The sample in this study amounted to 70 people. Data collection instruments using a questionnaire that was assessed with a Likert scale, each of which has been tested and has met the requirements of validity and reliability. Data analysis uses multiple linear regression, hypothesis testing, and Servqual calculations to determine the value of GAP and then Importance-Performance Analysis (IPA) to find the 2 attributes that must be considered in the Cartesian diagram. The results of multiple linear analyzes show that service quality consisting of five variables: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles have a positive and significant effect on passenger satisfaction. While the results of the analysis using the importance performance analysis (IPA) method show that the five variables used are still not in line with the expectations of passengers and need for improvement in service quality in order to increase passenger satisfaction.*

*Keywords: reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles, and passenger satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Di era modern sekarang ini pertumbuhan sektor jasa semakin berkembang pesat. Dalam kehidupan sehari-hari banyak di jumpai berbagai bisnis jasa di kalangan masyarakat. Berkembangnya sektor perusahaan jasa dapat dilihat dari laju pertumbuhan PDB sektor jasa perusahaan sebesar 8,04 persen tahun 2018 (Kementrian PPN/ Bappenas, 2018). Salah satu contoh bisnis dibidang jasa yang saat ini sedang berkembang adalah perusahaan jasa transportasi. Meningkatnya perusahaan yang bergerak di bidang transportasi mendorong setiap perusahaan tersebut untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan fasilitas yang memadai bagi konsumennya agar mereka merasa puas terhadap jasa yang mereka rasakan dan mau menjadi pelanggan.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2004). Pelanggan yang merasa puas akan menyebarkan rasa puasnya kepada calon pelanggan lain, selain itu dengan adanya kepuasan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan pada suatu perusahaan. Untuk membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan, diperlukan strategi dalam hal pengelolaan konsumen. Perusahaan harus mampu mengenal kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun yang akan datang. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan (Supranto, 2006). Menurut Parasuraman dan Zeithaml dalam Simamora (2000), kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari lima unsur, diantaranya *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*.

Menurut Parasuraman, *et.al* (1988) dalam Lupiyoadi (2001) *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan organisasi untuk memberi pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. *Empathy* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. *Tangibles* (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

Armada UMY merupakan salah satu unit bisnis UMY yang bergerak pada bidang transportasi yaitu penyewaan bus. Unit bisnis ini berdiri sejak tahun 2011. Menurut wawancara dengan salah satu penumpang armada UMY, bus armada UMY masih nyaman untuk digunakan sebagai sarana transportasi namun *Air Conditioner* kurang dingin (*tangible*), *driver* bus menyampaikan informasi kepada penumpang dengan cukup baik (*reliability*), daya tanggap *driver* terhadap kebutuhan penumpang sudah cukup baik dengan bersedia berhenti ketika waktu shalat (*responsiveness*), jaminan ketepatan waktu datangnya bus sudah sesuai dengan perjanjian (*assurance*), sikap *driver* sudah baik kepada para penumpang dengan bersedia mendengarkan keluhan penumpang yang meminta untuk diputarkan musik selama di perjalanan (*emphaty*). Sehingga armada UMY merupakan perusahaan jasa transportasi yang memperhatikan kualitas layanan untuk membangun kepuasan pelanggan armada UMY.

## **KAJIAN TEORI**

### ***Kepuasan Konsumen***

Menurut Supranto (2006) kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen akan rasa kenikmatan atau kekecewaan terhadap nilai evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa adalah sesuatu hal yang sulit untuk didapat jika perusahaan tidak memahami keinginan konsumen. Satu produk dengan kualitas yang sama persis dapat menimbulkan tingkat kepuasan yang berbeda antara konsumen satu dengan konsumen lainnya. Menurut Arief (2007) pengertian kepuasan dan ketidakpuasan merupakan kesesuaian antara harapan (*expectation*) konsumen dengan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diterima.

### ***Kualitas Pelayanan***

Kualitas pelayanan merupakan suatu perbandingan antara harapan pemakai jasa dengan kinerja kualitas jasa pelayanan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu harapan dan kinerja yang dirasakan karyawan. Menurut Parasuraman et al dalam Putro (2014), mengatakan bahwa menawarkan kualitas pelayanan adalah strategi yang mendasar untuk sukses dan bertahan dalam lingkungan persaingan bisnis yang ketat. Terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan dalam menentukan kepuasan pelanggan yaitu:

### 1. Keandalan (*reliability*)

Suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk pelanggan dan tanpa kesalahan. Jadi, kemampuan yang diberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan segera, akurat dan memuaskan pelanggan yang datang ke perusahaan atau koperasi dan juga tempat kerja lainnya.

### 2. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Suatu kebijaksanaan untuk memberikan layanan yang cepat kepada pelanggan, tidak membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas yang menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Pada peristiwa pelayanan gagal, kemampuan untuk segera mengatasi hal tersebut secara profesional dapat memberikan persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan. Jadi, para staf dapat membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap dalam bekerja tanpa pelanggan berfikir negatif terhadap kualitas yang diberikan.

### 3. Jaminan (*assurance*)

Pengetahuan dan keramahan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Jadi, memberikan pengarahan yang sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki oleh pelayanan kepada pelanggan.

### 4. Empati (*emphaty*)

Memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami konsumen. Jadi, memberikan kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan yang bersifat pribadi yang berupaya untuk memahami pelanggan yang datang.

### 5. Bukti Fisik atau Bukti Langsung (*tangibles*)

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan. Keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Misalnya: bank memiliki gedung bagus, peralatan computer yang canggih, seragam karyawan atau karyawan yang menarik.

### **Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Penumpang**

Reliability (keandalan) merupakan kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Jadi kinerja perusahaan Armada UMY harus sesuai bahkan melebihi harapan yang dibayangkan oleh pelanggan tanpa ada kesalahan, mempunyai sikap yang simpatik, dan mampu memenuhi janji dalam memberikan pelayanan yang segera dan memuaskan pelanggan. Berdasarkan teori tersebut didapatkan bahwa reliability berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang. Hal ini pula telah dibuktikan oleh beberapa peneliti terdahulu seperti: PSianipar (2014), Putra (2019), Angelina (2018), dan Akbar (2018). Dengan demikian, didapatkan hipotesis satu sebagai berikut:

$H_1 = \text{Reliability}$  berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang

### **Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Penumpang**

Responsiveness (daya tanggap) merupakan respon karyawan dalam membantu konsumen mengatasi masalah yang sedang dihadapi demi kelancaran operasi perusahaan. Tanggapan adalah suatu kebijakan yang membantu memberikan pelayanan yang cepat dan menyampaikan informasi yang jelas. Jika daya tanggap Armada UMY dan karyawan seperti apa yang diharapkan konsumen, maka daya tanggap UMY Armada akan dikategorikan memuaskan. Berdasarkan teori tersebut didapatkan bahwa responsiveness berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang. Hal ini pula telah dibuktikan oleh beberapa peneliti terdahulu seperti: Tiza et al (2019), Panjaitan, et al (2016), dan Alaan (2016). Dengan demikian, didapatkan hipotesis dua sebagai berikut:

$H_2 = \text{Responsiveness}$  berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang

### **Pengaruh *Assurance* Terhadap Kepuasan Penumpang**

Assurance (jaminan) merupakan pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya dan tidak mengecewakan kepercayaan yang telah diberikan pelanggan sehingga pelanggan terbebas dari resiko. Jika jaminan UMY Armada sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka Armada UMY dikategorikan memuaskan. Berdasarkan teori tersebut didapatkan bahwa assurance berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini pula telah dibuktikan

oleh beberapa peneliti terdahulu seperti: Wardani (2017), Rifaldi, et al (2016). Dengan demikian, didapatkan hipotesis tiga sebagai berikut:

H<sub>3</sub>= *Assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang

### **Pengaruh *Emphaty* Terhadap Kepuasan Penumpang**

*Emphaty* (empati) adalah suatu perhatian secara pribadi yang diberikan perusahaan kepada konsumen dan menampung keinginan dan kebutuhan konsumen guna memperbaiki kinerja perusahaan agar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Jika empati yang dilakukan Armada UMY sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Berdasarkan teori tersebut didapatkan bahwa *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang. Hal ini pula telah dibuktikan oleh beberapa peneliti terdahulu seperti: Firmani (2018), Isra, et al (2017), Anita, et al (2015). Dengan demikian, didapatkan hipotesis empat sebagai berikut:

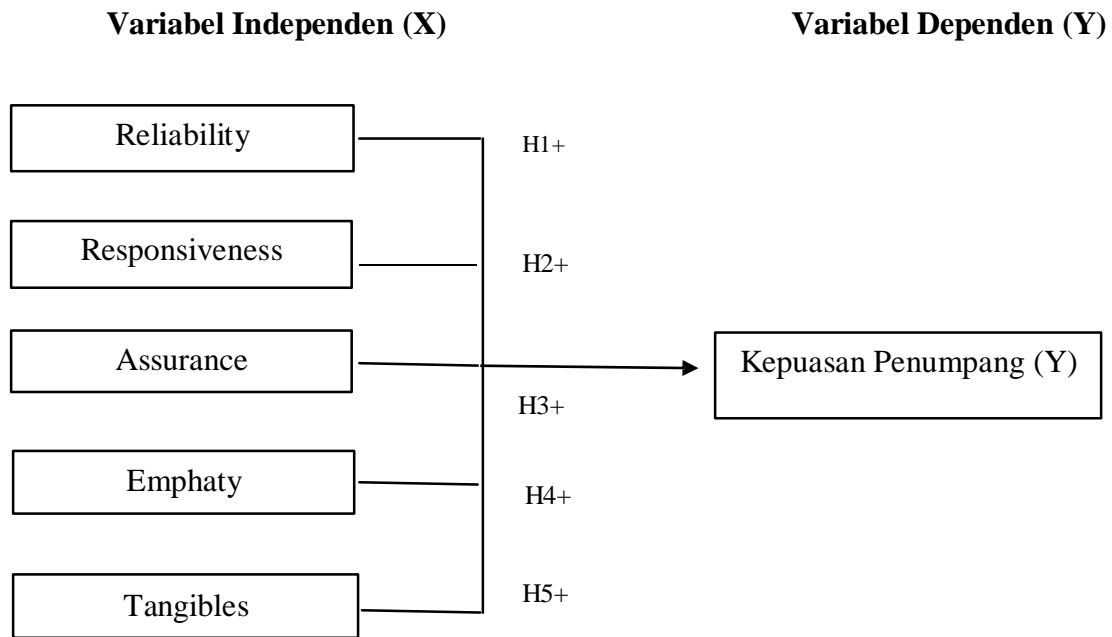
H<sub>4</sub>= *Emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang

### **Pengaruh *Tangibles* Terhadap Kepuasan Penumpang**

*Tangible* (bukti fisik) merupakan pemberian fasilitas, sarana dan prasarana berwujud secara langsung atau nyata seperti kenyamanan tempat duduk dan kebersihan bus. Jika bukti langsung Armada UMY sesuai dengan apa yang diharapkan anggota, maka bukti langsung Armada UMY dikategorikan memuaskan. Berdasarkan teori tersebut didapatkan bahwa *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang. Hal ini pula telah dibuktikan oleh beberapa peneliti terdahulu seperti: Utami, et al (2015), Sulistyawati, et al (2015), Wijayanto (2015). Dengan demikian, didapatkan hipotesis lima sebagai berikut:

H<sub>5</sub>= *Tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

## Model Penelitian



## METODOLOGI PENELITIAN

### Subjek dan Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah bus armada UMY. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah penumpang bus armada UMY.

### Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer. Dalam penelitian ini berdasarkan pada proses mendapatkan data yang dilakukan secara langsung kepada responden yang bersangkutan yaitu penumpang atau pengguna bus Armada UMY.

### Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa atau masyarakat penumpang bus UMY Armada
2. Pernah menggunakan bus UMY Armada minimal 1 kali selama rentang waktu 2018-2019.

## Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tingkat kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan transportasi bus armada UMY diukur dengan menggunakan indikator yaitu keberadaan sarana dan prasarana, kesiapan pegawai dan keberadaan informasi, ketanggapan pegawai, ketepatan waktu dan perilaku pegawai. Untuk mendapatkan jawaban dari responden, maka dalam pertanyaan tersebut jawaban diukur menggunakan peringkat angka-angka atau yang sering disebut dengan skala Likert mulai dari pemberian nilai dari 1-5. Pertanyaan-pertanyaan yang terbentuk dari indikator variabel tersebut sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1
2. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
3. Netral (N) : Skor 3
4. Setuju (S) : Skor 4
5. Sangat Setuju (SS) : Skor 5

## Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan diolah menggunakan SPSS 24. Selain itu penelitian ini juga menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA). Diagram IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran kinerja dan harapan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

### Uji Validitas

**Tabel 5.1**  
Hasil Uji Validitas dari Item-Item Variabel Penelitian

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Sig	Keterangan
<i>Reliability</i>	X1.1	0.724	0.361	0.000	Valid
	X1.2	0.725	0.361	0.000	Valid
	X1.3	0.787	0.361	0.000	Valid
	X1.4	0.859	0.361	0.000	Valid



<i>Responsiveness</i>	X2.1	0.825	0.361	0.000	Valid
	X2.2	0.822	0.361	0.000	Valid
	X2.3	0.616	0.361	0.000	Valid
	X2.4	0.858	0.361	0.000	Valid
<i>Assurance</i>	X3.1	0.757	0.361	0.000	Valid
	X3.2	0.808	0.361	0.000	Valid
	X3.3	0.923	0.361	0.000	Valid
	X3.4	0.903	0.361	0.000	Valid
<i>Emphaty</i>	X4.1	0.729	0.361	0.000	Valid
	X4.2	0.819	0.361	0.000	Valid
	X4.3	0.923	0.361	0.000	Valid
	X4.4	0.645	0.361	0.000	Valid
<i>Tangibles</i>	X5.1	0.742	0.361	0.000	Valid
	X5.2	0.677	0.361	0.000	Valid
	X5.3	0.787	0.361	0.000	Valid
	X5.4	0.758	0.361	0.000	Valid
Kepuasan konsumen	Y1	0.585	0.361	0.000	Valid
	Y2	0.943	0.361	0.000	Valid
	Y3	0.794	0.361	0.000	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas tabel 5.1 diketahui bahwa seluruh pertanyaan mengenai Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles dan Kepuasan konsumen adalah valid karena tingkat signifikansi yang dihasilkan  $<0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner tersebut dikatakan layak sebagai instrument dalam mengukur data penelitian.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 5.2**

Hasil Uji Reliabilitas dari Item-Item Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	R tabel	Keterangan
<i>Reliability</i>	0.779	0.361	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0.789	0.361	Reliabel
<i>Assurance</i>	0.871	0.361	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0.791	0.361	Reliabel
<i>Tangibles</i>	0.720	0.361	Reliabel
Kepuasan konsumen	0.681	0.361	Reliabel

Berdasarkan pada tabel 5.2 dengan melakukan uji reliabilitas pada 30 responden diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles, dan Kepuasan konsumen dinyatakan reliabel karena telah memenuhi nilai yang disyaratkan yaitu dengan nilai Cronbach's Alpha  $> r$  tabel.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

**Tabel 5.8**  
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.42705415
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.063
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.180 <sup>c</sup>

Berdasarkan tabel 5.8 diketahui nilai Asymp.sig yaitu sebesar  $0,180 > \alpha (0,05)$  kemudian dapat disimpulkan bahwa terdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 5.9**  
Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Reliability</i>	0.307	3.252	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Responsiveness</i>	0.265	3.774	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Assurance</i>	0.359	2.784	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Emphaty</i>	0.478	2.090	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Tangibles</i>	0.504	1.983	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan pada tabel 5.9 maka dapat diketahui bahwa nilai tolerance value  $> 0.10$  atau nilai VIF  $< 10$ , sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

## Uji Heterokedastisitas

**Tabel 5.10**  
Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
<i>Reliability</i>	0,234	Tidak mengalami heterokedastisitas
<i>Responsiveness</i>	0,121	Tidak mengalami heterokedastisitas
<i>Assurance</i>	0,107	Tidak mengalami heterokedastisitas
<i>Emphaty</i>	0,485	Tidak mengalami heterokedastisitas
<i>Tangibles</i>	0,926	Tidak mengalami heterokedastisitas

Berdasarkan pada tabel 5.10 maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi > 0,05, sehingga tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

## Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 5.11**  
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Beta	T hitung	Sig t	Keterangan
<i>Reliability</i>	0.345	6.223	0.000	Signifikan
<i>Responsiveness</i>	0.158	2.639	0.010	Signifikan
<i>Assurance</i>	0.302	5.887	0.000	Signifikan
<i>Emphaty</i>	0.143	3.218	0.002	Signifikan
<i>Tangibles</i>	0.167	3.864	0.000	Signifikan
F hitung	198.845			
Sig F	0.000			
Adjusted R Square	0.940			

Berdasarkan tabel hasil uji linier berganda diatas dapat dirumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,345X_1 + 0,158X_2 + 0,302X_3 + 0,143X_4 + 0,167X_5$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Penumpang

X<sub>1</sub> = Reliability

X<sub>2</sub> = Responsiveness

X<sub>3</sub> = Assurance

X4 = Emphaty

X5 = Tangibles

Berdasarkan pada persamaan di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1.  $\beta_1 = 0,345$

Hal ini menunjukkan bahwa *reliability* (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,345. Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa jika semakin baik kemampuan Bus UMY dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan maka akan meningkatkan kepuasan penumpang Bus Armada UMY.

2.  $\beta_2 = 0,158$

Variabel *responsiveness* (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,158 sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa kecepatan dan ketanggapan Bus Armada UMY dalam memberikan pelayanan dan bantuan kepada penumpang akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh penumpang.

3.  $\beta_3 = 0,302$

Hal ini menunjukkan bahwa *assurance* (X3) memiliki nilai positif sebesar 0,302. Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan dan sikap sopan santun petugas bus armada UMY kepada para penumpang maka akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh penumpang bus armada UMY.

4.  $\beta_4 = 0,143$

Hal ini menunjukkan bahwa *emphaty* (X4) memiliki nilai positif sebesar 0,143. Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap perhatian dan mengetahui keinginan penumpang maka akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh penumpang.

5.  $\beta_5 = 0,167$

Variabel *tangibles* (X5) memiliki nilai positif sebesar 0,167 dengan nilai signifikansi sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas sarana dan prasarana bus armada UMY maka akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh penumpang.

## Hasil Hipotesis

### 1. Uji Statistik F

Berdasarkan pada tabel 5.11 didapatkan hasil pengujian memperoleh nilai F sebesar 198,845 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena tingkat signifikansi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini baik sehingga dapat digunakan dan diproses untuk tahap selanjutnya.

### 2. Uji Statistik t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel independen yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* dengan variabel dependen yaitu kepuasan penumpang. Berikut ini adalah hasil dari uji t yang dilakukan. Berdasarkan pada tabel 5.11 hasil pengujian regresi linier berganda tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- a. H1: *Reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang

Berdasarkan pada hasil uji t yang dilakukan dalam penelitian ini, maka diketahui variabel X1 yaitu *reliability* memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya variabel *reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang.

- b. H2: *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang

Berdasarkan pada hasil uji t yang dilakukan dalam penelitian ini, maka diketahui bahwa variabel X2 yaitu *responsiveness* memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,010 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang artinya variabel *reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang.

- c. *Assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang.

Berdasarkan pada hasil uji t yang sudah ada, maka diketahui variabel X3 yaitu *assurance* memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang artinya variabel *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang.

- d. *Emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang.

Berdasarkan pada hasil uji t yang sudah ada, maka diketahui variabel X4 yaitu *emphaty* memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang artinya variabel *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang.

- e. *Tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang.

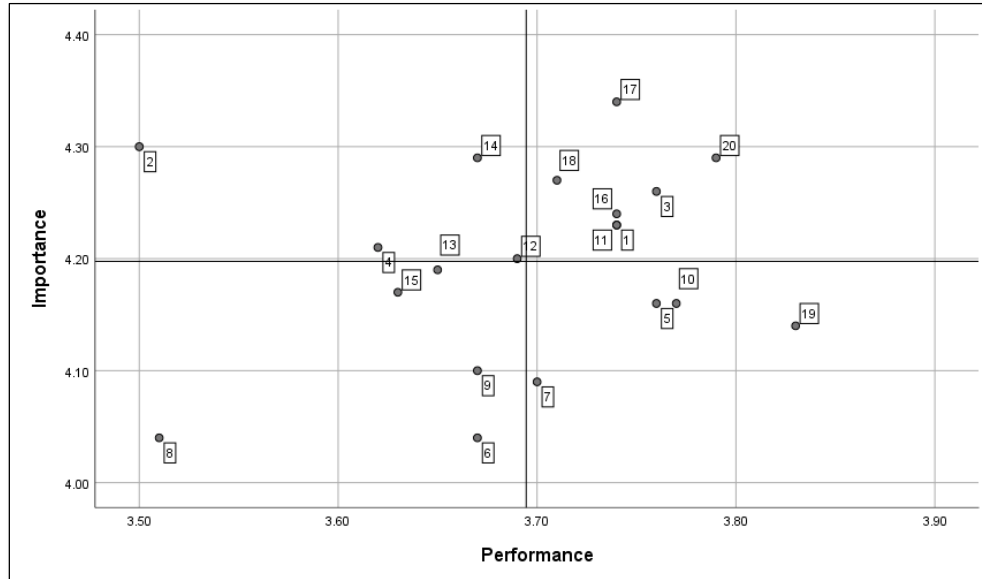
Berdasarkan pada hasil uji t yang sudah ada, maka diketahui variabel X5 yaitu *tangibles* memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa H5 diterima yang artinya variabel *tangibles* berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang.

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan pada tabel 5.11 menunjukkan besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) = 0,940 artinya bahwa 94,0% variasi variabel dependen mampu dijelaskan oleh variasi variabel sementara sisanya yaitu 6,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

#### Analisis Diagram Kartesius Per Atribut

Bertujuan untuk mengetahui seberapa puas masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bus armada UMY sehingga diperlukan analisis menggunakan kartesius per atribut. Analisis ini juga dapat digunakan untuk meningkatkan perbaikan pelayanan jasa dengan cara mengidentifikasi langkah awal terlebih dahulu. Analisis ini menjelaskan tentang penilaian performance (kinerja) dan penilaian harapan yang variabelnya terdapat pada diagram kartesius.



**Gambar 5.2**

Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan pada Bus Armada UMY

Dari gambar 5.2 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Kuadran I

Variabel yang berada di kuadran I memiliki tingkat harapan cukup tinggi namun tingkat kinerjanya dibawah rata-rata. Perlu untuk mengutamakan pembenahan pada variabel ini oleh pihak perusahaan, karena kinerjanya belum memuaskan dan faktor ini dianggap sangat penting keberadaannya oleh masyarakat (Supranto).

Berikut atribut-atribut yang berada di kuadran I yaitu:

**Tabel 5. 13**  
Solusi Atribut di Kuadran I

No	Atribut	Solusi
2.	Kedatangan atau keberangkatan bus armada UMY tepat waktu.	Bus armada UMY perlu meningkatkan sikap on time dalam waktu keberangkatan maupun kedatangan.
4.	Bus armada UMY bersedia menjemput pelanggan ditempat yang telah disepakati.	Bus armada UMY perlu untuk meningkatkan sikap kehandalan dengan menuruti keinginan penumpang menjemput ditempat yang telah disepakati.

12.	Petugas bus armada UMY bersikap sopan dan santun dalam melayani pelanggan.	Bus armada UMY perlu untuk lebih meningkatkan sikap sopan dan santun terhadap penumpang.
14.	Bus armada UMY mengerti dan mengetahui setiap keinginan pelanggannya.	Diperlukan sikap lebih peduli, perhatian, dan kepastian secara khusus dengan adil agar lebih mengetahui keinginan pelanggan

## 2) Kuadran II

Variabel yang berada di kuadran II merupakan bagian terkuat dari perusahaan karena mempunyai tingkat kinerja (performance) dan tingkat harapan yang tinggi (Supranto, 2006).

Berikut atribut-atribut yang berada di kuadran II yaitu:

- a. Atribut 1: Pelayanan bus armada UMY sesuai dengan janji yang telah ditetapkan
- b. Atribut 3: Pihak bus armada UMY memberikan pelayanan yang sama untuk semua penumpang
- c. Atribut 11: Bus armada UMY memberikan rasa aman kepada pelanggan dalam perjalanannya.
- d. Atribut 16: Pihak bus armada UMY bersikap simpatik dengan peduli terhadap masalah yang dihadapi penumpang.
- e. Atribut 17: Fasilitas (tempat duduk, dll) yang terdapat dalam bus armada UMY bersih.
- f. Atribut 18: Perlengkapan dan peralatan (AC) yang digunakan dalam bus armada UMY membuat nyaman penumpang.
- g. Atribut 20: Penampilan karyawan bus armada UMY rapi.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh bus armada UMY yaitu karena sudah dinilai telah memberikan pelayanan yang puas, maka pihak perusahaan harus menjaga dan mempertahankan atribut tersebut (Supranto, 2006). Hal ini telah dilakukan Bus armada UMY, dengan memperhatikan kebersihan dan kerapian bus sehingga penumpang nyaman.



### 3) Kuadran III

Variabel yang berposisi di kuadran III yaitu mempunyai atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa (Supranto, 2006):

Berikut atribut-atribut yang berada di kuadran III yaitu:

- a. Atribut 6: Pelayanan yang diberikan bus armada UMY cepat
- b. Atribut 8: Semua informasi pelayanan bus armada UMY diberikan dengan jelas.
- c. Atribut 9: Bus armada UMY mampu menjalin komunikasi yang baik kepada pelanggannya.
- d. Atribut 13: Bus armada UMY memberikan perhatian secara individual kepada penumpangnya
- e. Atribut 15: Bus armada UMY memahami kebutuhan spesifik para pelanggan

Strategi yang hendaknya dilaksanakan oleh bus armada UMY adalah mengkondisikan secara normal atribut diatas karena jika ingin ditingkatkan maka harus dipertimbangkan kembali pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh masyarakat begitu kecil (Supranto, 2006).

### 4) Kuadran IV

Variabel di kuadran IV memiliki atribut yang dianggap tidak penting oleh konsumen dan dirasakan terlalu berlebihan (Supranto, 2006).

Berikut atribut-atribut yang berada di kuadran IV yaitu:

- a. Atribut 5: Pihak bus armada UMY bersedia membantu ketika pelanggan membutuhkan bantuan.
- b. Atribut 7: Pelayanan yang diberikan bus armada UMY tepat sesuai harapan pelanggan.
- c. Atribut 10: Kredibilitas bus armada UMY tidak diragukan lagi dalam memberikan kepercayaan kepada pelanggannya.
- d. Atribut 19: Terdapat fasilitas (televisi) untuk mengurangi kejenuhan pelanggan saat dalam perjalanan.

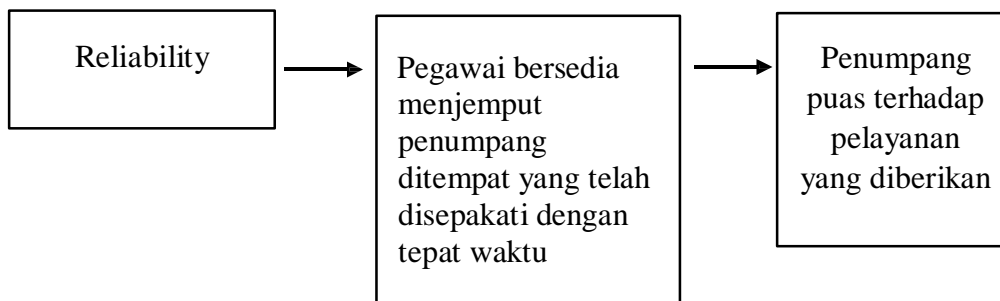
Strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu mempertimbangkan ulang keempat atribut tersebut karena pelayanan yang diberikan sudah lebih dari cukup (Supranto, 2006). Seharusnya atribut tersebut tidak perlu terlalu tinggi dalam melaksanakan pelayanan, karena

masyarakat tidak merasa penting akan atribut tersebut (Supranto). Maka upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu berada di atribut kuadran A karena dianggap penting bagi masyarakat.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan Penumpang Bus Armada UMY

*Reliability* berhubungan dengan kemampuan bus armada UMY dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Setiap perusahaan pastinya membutuhkan pelayanan yang handal sehingga setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan dan profesionalisme kerja Berikut merupakan skema dari pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan penumpang:



#### Skema 5. 3

#### Skema Pengaruh Variabel *Reliability* terhadap Kepuasan Penumpang

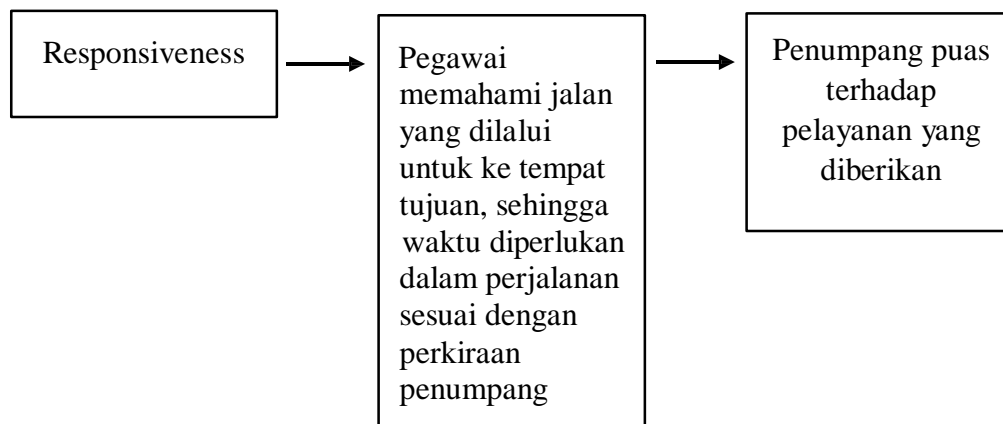
Variabel *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan penumpang bus armada UMY karena penumpang merasa bahwa kehandalan pegawai merupakan faktor yang sangat penting. Penumpang membutuhkan kemampuan dan ketersediaan pegawai untuk melakukan pekerjaan sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan. Ketersediaan pegawai bus armada UMY menjemput penumpang ditempat yang telah disepakati dengan tepat waktu dan pelayanan yang didapatkan oleh penumpang sesuai dengan promosi yang dijanjikan yaitu pegawai memiliki kemampuan mumpuni untuk mengendarai bus dianggap sangat penting oleh penumpang. Apabila hal tersebut tidak dapat dilakukan oleh pegawai bus armada UMY, maka kepuasan yang dirasakan oleh penumpang akan menurun.

Disisi lain, berdasarkan metode *Importance-Performance Analysis* atribut-atribut pada variabel *reliability* berada pada kuadran I dan II, pada kuadran I terdapat atribut nomor 2,4 artinya

ketersediaan bus menjemput ditempat yang disepakati dan ketepatan waktu dianggap sangat penting dan perlu ditingkatkan pelayanannya, pada kuadran II terdapat atribut nomor 1,3 artinya pelayanan bus armada terkait memberikan pelayanan yang sama untuk semua penumpang dan memberikan pelayanan sesuai dengan promosi yang dijanjikan sudah dianggap puas oleh masyarakat dan kinerjanya perlu dipertahankan.

## 2. Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Penumpang Bus Armada UMY

*Responsiveness* berhubungan dengan kebijakan bus armada UMY untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada penumpang, dengan menyampaikan informasi secara jelas. Setiap pegawai dalam memberikan pelayanan memerlukan penjelasan yang bijaksana, detail, membina, mengarahkan dan membujuk. Berikut merupakan skema dari pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan penumpang:



**Skema 5. 4**

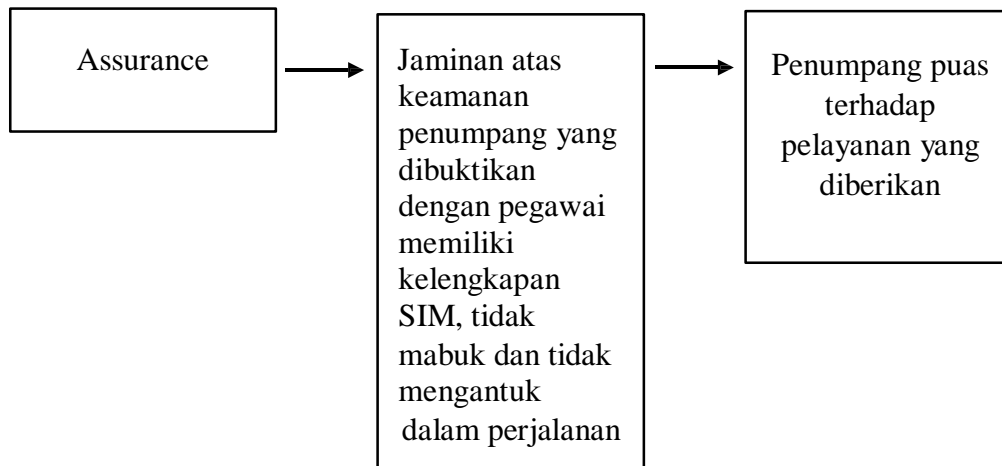
Skema Pengaruh Variabel *Responsiveness* terhadap Kepuasan Penumpang

Variabel *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan penumpang bus armada UMY karena penumpang merasa bahwa daya tanggap pegawai merupakan faktor yang sangat penting. Penumpang membutuhkan pelayanan dan adanya bantuan dari bus armada UMY dengan cepat. Kecepatan waktu yang dibutuhkan pegawai untuk sampai ketempat tujuan karena pengetahuannya mengetahui jalan yang harus dilewati serta pegawai memberikan informasi yang jelas terkait perjalanan dan biaya yang harus dikeluarkan dianggap sangat penting oleh penumpang. Apabila hal tersebut tidak dapat dilakukan oleh pegawai bus armada UMY, maka kepuasan yang dirasakan oleh penumpang juga akan menurun.

Disisi lain, berdasarkan metode *Importance-Performance Analysis* atribut-atribut pada variabel *responsiveness* berada pada kuadran III dan IV, pada kuadran III terdapat atribut nomor 6,8 artinya pelayanan terkait kecepatan pelayanan dan informasi yang diberikan terhadap penumpang sudah baik dan perlu dipertahankan. Pada kuadran IV terdapat atribut nomor 5,7 artinya pelayanan terkait ketersediaan membantu pelanggan yang membutuhkan bantuan dan dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan sudah baik dan melebihi yang diharapkan oleh penumpang.

### 3. Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Penumpang Bus Armada UMY

*Assurance* berhubungan dengan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan bus armada UMY untuk menumbuhkan rasa percaya para penumpang. Inti dari bentuk pelayanan ditunjukkan oleh komitmen armada UMY yang menunjukkan pemberian pelayanan yang baik, dan perilaku dari pegawai dalam memberikan pelayanan. Berikut merupakan skema dari pengaruh variabel assurance terhadap kepuasan penumpang:



**Skema 5. 4**

Skema Pengaruh Variabel *Assurance* terhadap Kepuasan Penumpang

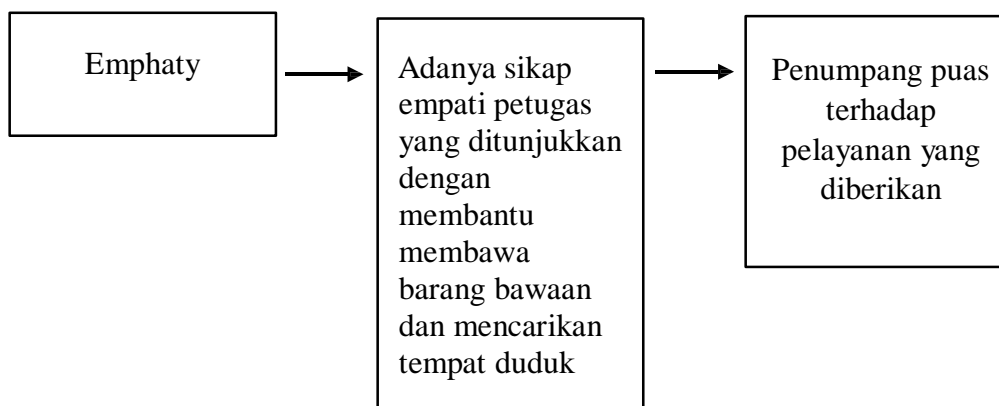
Variabel *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan penumpang bus armada UMY karena penumpang merasa bahwa adanya jaminan dari bus armada UMY merupakan faktor yang sangat penting. Penumpang membutuhkan pelayanan jaminan dari kemampuan, pengetahuan dan kesopansantunan dari bus armada UMY. Bus armada UMY yang memiliki pegawai dengan kelengkapan SIM, tidak mabuk dan tidak mengantuk selama perjalanan akan lebih meningkatkan rasa percaya penumpang sehingga penumpang merasa aman terhadap pelayanan yang diberikan

oleh bus armada UMY. Selain itu sikap sopan santun yang ditunjukkan petugas dalam memberikan pelayanan dan track record bus armada UMY dalam mengantarkan penumpang ke tempat tujuan dianggap sangat penting oleh penumpang. Apabila hal tersebut tidak dapat dilakukan oleh pegawai bus armada UMY, maka kepuasan yang dirasakan oleh penumpang juga akan menurun.

Disisi lain, berdasarkan metode *Importance-Performance Analysis* atribut-atribut pada variabel *assurance* menyebar pada kuadran I, II, III, dan IV. Pada kuadran I terdapat atribut nomor 12 artinya pelayanan terkait sopan santun petugas perlu untuk lebih ditingkatkan, pada kuadran II terdapat atribut nomor 11 artinya adanya pelayanan memberikan rasa aman terhadap penumpang perlu untuk dipertahankan karena sudah dirasakan baik oleh penumpang, pada kuadran III terdapat atribut nomor 9 artinya pelayanan bus terkait menjalin komunikasi yang baik kepada penumpang sudah baik dan perlu dipertahankan, pada kuadran IV terdapat atribut nomor 10 terkait kepercayaan penumpang terhadap kredibilitas bus sudah melebihi harapan penumpang.

#### 4. Pengaruh *Emphaty* terhadap Kepuasan Penumpang Bus Armada UMY

*Emphaty* dalam suatu pelayanan adalah adanya suatu perhatian, keseriusan, simpatik, pengertian dan keterlibatan pihak-pihak yang berkepentingan dengan pelayanan untuk mengembangkan dan melakukan aktivitas pelayanan sesuai dengan tingkat pengertian dan pemahaman dari masing-masing pihak tersebut. Berikut merupakan skema dari pengaruh variabel *emphaty* terhadap kepuasan penumpang:



**Skema 5. 5**

Skema Pengaruh Variabel *Emphaty* terhadap Kepuasan Penumpang

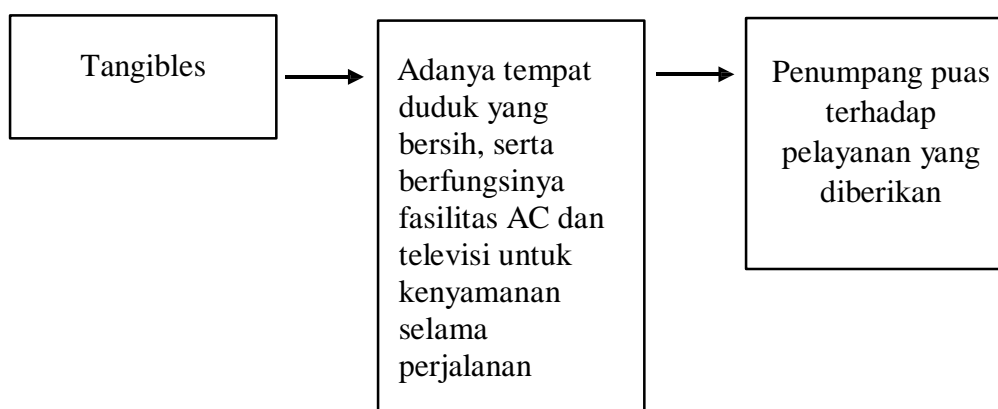
Variabel *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan penumpang bus armada UMY karena penumpang merasa bahwa adanya sikap empati dan peduli dari bus armada UMY merupakan

faktor yang sangat penting. Penumpang membutuhkan pelayanan dengan memperhatikan perhatian, simpatik dari bus armada UMY. Penumpang membutuhkan pegawai yang peduli dengan bersedia membawakan barang bawaan penumpang yang membutuhkan bantuan untuk diletakkan ke dalam bagasi serta mencarikan tempat duduk yang kosong. Hal tersebut dianggap sangat penting oleh penumpang. Apabila hal tersebut tidak dapat dilakukan oleh pegawai bus armada UMY, maka kepuasan yang dirasakan oleh penumpang juga akan menurun.

Disisi lain, berdasarkan metode *Importance-Performance Analysis* atribut-atribut pada variabel *emphaty* berada pada kuadran I, II dan III, pada kuadran I terdapat atribut nomor 14 terkait kepedulian bus terhadap penumpang perlu lebih ditingkatkan, pada kuadran II terdapat atribut nomor 16 sikap simpatik bus perlu dipertahankan, pada kuadran III terdapat atribut nomor 13, 15 terkait kebutuhan dan perhatian individual terhadap penumpang perlu dipertahankan.

### 5. Pengaruh *Tangibles* terhadap Kepuasan Penumpang Bus Armada UMY

*Tangibles* merupakan pemberian fasilitas, sarana dan prasarana berwujud secara langsung atau nyata. Bentuk pelayanan bukti fisik biasanya berupa sarana dan prasarana pelayanan yang tersedia, teknologi pelayanan yang digunakan, performance pemberi pelayanan yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan dalam menunjukkan prestasi kerja yang dapat diberikan dalam bentuk pelayanan fisik yang dapat dilihat. Berikut merupakan skema dari pengaruh variabel *tangibles* terhadap kepuasan penumpang:



**Skema 5.6**

Skema Pengaruh Variabel *Tangibles* terhadap Kepuasan Penumpang

Variabel *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan penumpang bus armada UMY karena penumpang merasa bahwa fasilitas yang terdapat dalam bus armada UMY merupakan faktor yang

sangat penting. Penumpang membutuhkan adanya fasilitas yang bersih dan memadai seperti tempat duduk yang bersih dan terawat, selain itu adanya AC yang berfungsi dengan baik juga sangat dibutuhkan oleh penumpang. Adanya televisi didalam bus yang digunakan untuk mengurangi kejenuhan selama dalam perjalanan serta petugas yang berpakaian rapi juga faktor penting yang dibutuhkan oleh penumpang. Apabila hal tersebut tidak dapat dilakukan oleh pegawai bus armada UMY, maka kepuasan yang dirasakan oleh penumpang juga akan menurun.

Disisi lain, berdasarkan metode *Importance-Performance Analysis* atribut-atribut pada variabel tangibles berada pada kuadran II dan IV, pada kuadran II terdapat atribut nomor 17, 18, dan 20 artinya pelayanan bus terkait kebersihan tempat duduk, adanya AC untuk meningkatkan kenyamanan penumpang dan penampilan karyawan sudah baik dan perlu dipertahankan, pada kuadran IV terdapat atribut nomor 19 adanya fasilitas televisi sudah cukup baik.

## **Kesimpulan**

1. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa reliability berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang karena pegawai bersedia menjemput penumpang ditempat yang telah disepakati dengan tepat waktu.
2. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa responsiveness berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang karena pegawai memahami jalan yang dilalui untuk ke tempat tujuan sehingga waktu yang diperlukan dalam perjalanan sesuai dengan perkiraan penumpang.
3. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa assurance berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang karena adanya jaminan atas keamanan penumpang yang dibuktikan dengan pegawai memiliki kelengkapan SIM, tidak mabuk dan tidak mengantuk dalam perjalanan.
4. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa emphaty berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang karena Adanya sikap empati petugas yang ditunjukkan dengan membantu membawa barang bawaan penumpang yang membutuhkan bantuan dan mencarikan tempat duduk
5. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa tangibles berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang karena adanya tempat duduk yang bersih, serta berfungsinya fasilitas AC dan televisi untuk kenyamanan selama perjalanan.

## **Saran Penelitian**

Menurut hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang penulis sampaikan untuk Bus armada UMY yaitu:

1. Pegawai bus armada UMY diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan pelayanan dalam bersedia menjemput pelanggan ditempat yang telah disepakati dengan tepat waktu.
2. Pegawai bus armada UMY diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan pengetahuannya dalam memahami jalan yang dilalui untuk ke tempat tujuan sehingga waktu diperlukan dalam perjalanan sesuai dengan perkiraan penumpang.
3. Pegawai bus armada UMY diharapkan memiliki kelengkapan SIM, tidak mabuk dan tidak mengantuk dalam perjalanan.
4. Pegawai bus armada UMY perlu mempertahankan dan terus meningkatkan sikap empatinya kepada penumpang yang ditunjukkan dengan ketersediaannya membantu penumpang membawakan barang bawaan dan mencarikan tempat duduk.
5. Pegawai bus armada UMY perlu meningkatkan dan menjaga kebersihan fasilitas tempat duduk, serta berfungsinya fasilitas AC dan televisi untuk kenyamanan selama perjalanan.

## **Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat berpengaruh pada hasil penelitian yang diperoleh. Berikut ini adalah keterbatasan yang dirasakan dalam penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya menggunakan 5 variabel independen, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*.
2. Kuesioner bersifat tertutup sehingga sedikit informasi yang dapat digali dari para responden.
3. Adanya keterbatasan data penyewa yang dimiliki oleh UMY Armada, sehingga sampel pada penelitian ini juga terbatas dan sebagian besar merupakan mahasiswa.



## DAFTAR PUSTAKA

- A Parasuraman, Valerie A. Zeithmal, Leonard L. Berry, 1990, "Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectations" (The Free Press).
- Alabboodi, A. S. 2019. The effect of customer satisfaction on service quality: The case of Iraqi banks. *IJAR*, 5(1), 146-152.
- Arief. 2007. *Pemasaran Jasa Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publising
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Kebutuhan Data Ketenagakerjaan Untuk Pembangunan Berkelanjutan*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis, 1949-2017*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Coleman, Peter T., & Morton D. 2006. *The Handbook of Conflict Resolution: Theory and Practice*, 2nd edition. USA: Jossey-Bass, A Wiley Imprint.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi
- , 2007. *Strategi Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fitriyanto, M. A. 2017. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Dengan Metode Service Quality Dan Importance Performance Analysis (Studi Kasus Pada PT. Lion Superindo)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadiwijaya, H. 2013. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa BRT Transmusi Palembang*.
- Hartanti, S. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Tans Collection Di Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. 2014. *Pemberian Izin Angkutan Penumpang*.
- Kementerian PPN / Bappenas. 2018. *Perkembangan Ekonomi Indonesia dan Dunia Triwulan 1 Tahun 2018*. Jakarta: Bappenas
- Kotler, Philip 1997, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2*, Jakarta: Salemba empat –Prentice Hall, hal 83-92.
- Kotler, Philip, 1997, "*Perencanaan Manajemen Pemasaran, Analisis dan Pengendalian*". Jakarta: Erlangga

- , 2002. *Manajemen pemasaran. Jilid kedua. (10th ed)*. Jakarta: Prenhallindo.
- , 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Laksana, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lestari, Feby Ayu dan Yuyuk Apriyani. 2014. Analisis Dampak Lalu Lintas Akibat Adanya Pusat Perbelanjaan di Kawasan Pasar Pagi Pangkalpinang terhadap Kinerja Ruas Jalan. *Jurnal Fropil Universitas Bangka Belitung Vol 2 No. 1 Januari-Juni 2014*.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran: Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardiyatmo. 2005. *Kewirausahaan Untuk Tingkat 1 SMK*. Jakarta: Yudistira
- Meliana. 2016. Pengaruh Pelayanan Jasa Transportasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna Layanan Bus Rosalia Indah) (*Journal UMP*).
- Minh, N. H., Ha, N. T., Anh, P. C., & Matsui, Y. 2015. Service quality and customer satisfaction: A case study of hotel industry in Vietnam. *Asian Social Science*, 11(10), 73.
- Mudenda, C., & Guga, D. 2017. An Assessment of the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction-A Case of a Public Passenger Road Transportation Company in Zambia. *International Review of Management and Business Research*, 6(2), 541.
- Nasution, M. Nur, 2004, "*Ekonometri*", Buku Kedua, Edisi Revisi, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Nugroho, M. F. 2016. Pengaruh Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Honda Utama Motor Yogyakarta. *UNY Journal*.
- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. 2019. The Service Quality Dimensions that Affect Customer Satisfaction in the Jordanian Banking Sector. *Sustainability*, 11(4), 1113.
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valarie A. 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*, Vol; 49 (Fall), pp. 41-50.
- , 1988, "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*, Vol; 64 (Spring), pp. 12-40.
- , "Refinement and Reassessment of The SERVQUAL Scale". *Journal of Retailing*, Vol; 67 No. 4 (Winter), pp. 420-450
- , "Reassessment of Expectations as a Comparison Standar in Measuring Service Quality: Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, Vol; 58 (January), pp. 111-124.
- Pathirana, U.P.G.Y. 2019. Impact of SERVQUAL Model Dimensions for Customer Satisfaction Towards Vehicle Leasing Providers in Sri Lanka. *International Journal of Academic Research in Business & Social Sciences*, 9(1), 1075-1085.

- Prihastono, E. 2012. Pengukuran kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan customer service berbasis web. *Jurnal Ilmiah Dinamika Teknik*, 6(1).
- Putro, S. W. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Saida, R. R. Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelabuhan Jangkar Di Situbondo.
- Sekaran, Uma., & Bougie, Roger. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Jilid Dua*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Setyoningsih, I. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Nasmoco Bengawan Motor Solo Baru (Doctoral dissertation, Universitas Sebelas Maret).
- Simamora, H. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid 2, Jakarta. Penerbit Salemba Empat.
- Siswanto, S., & Widjaja, D. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Pt Daya Daihatsu Puri Kembangan. *Ilmiah Manajemen Bisnis*.
- Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- . 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suminar, L. H. 2010. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Transportasi Trans Jogja.
- Supranto J, 2006, "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen*", Jakarta: Rineka Cipta.
- . 2006. *Pengukuran Tingkat kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Penerbit Rineka Cipta: Jakarta.
- Supriyanti, R., Umrotun, H., & Kaeksi, H. R. W. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi Terhadap Kepuasan Konsumen Armada Bus Transzentrum Madu Kismo Di Kabupaten Grobogan (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Swastha, Basu. 2000. *Azas-Azas Marketing. Liberty*, Yogyakarta.
- Syahbana, D. 2016. Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun Pakem. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 5(3), 198-204.
- Tamin Ofyar, Z. 2000. *Perencanaan dan Pemodelan Transportasi, Edisi kedua*. ITB Bandung.
- Tjiptono, Fandy, (2004), *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- . 2000. *Prinsip- Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.

----- . 2007. *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.

----- .2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi

Yousuf, K. (2017). The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Banking Sector of Karachi. *Market Forces*, 12(1).

Yunus, N. A. M., Ab Rahman, B., & Othman, A. K. 2012. The relationship between service quality and customer loyalty at a telecommunication company in Malaysia. *In 2012 International Conference on Innovation Management and Technology Research* (pp. 39-44). IEEE.

**SKRIPSI**

**ANALISIS KEPUASAN PENUMPANG TERHADAP PELAYANAN BUS  
ARMADA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

***ANALYSIS OF PASSENGERS' SATISFACTION TOWARD BUS SERVICES  
IN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA***

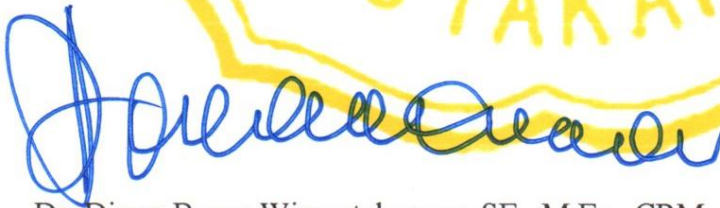
Diajukan oleh

**LENNY INDAH NIDYAWATI**

**20160430277**

Telah disetujui

Dosen Pembimbing



Dr. Dimas Bagus Wiranatakusuma SE., M.Ec., CRM., CIB  
NIDN. 19851016201304 143 097

11 Februari 2020