

IDENTIFIKASI KEPUASAN PENGGUNA BUS JAKARTA *AIRPORT CONNEXION* DITINJAU DARI SEGI KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA (STUDI KASUS DI PERUM PENGANGKUTAN PENUMPANG DJAKARTA)**Rachmat Dimas Sundawa¹, Yudo Kisworo² dan Leny Wulandari³**^{1,2} Dosen Program Studi Program Studi Manajemen Universitas Ibnu Chaldun³ Sarjana Manajemen Universitas Ibnu Chaldun¹ dimassundawa123@gmail.com, ² yudo807@gmail.com dan ³ lenywd552@gmail.com**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kepuasan pengguna bus jakarta airport ditinjau dari segi kualitas pelayanan dan harga studi kasus di perum pengangkutan penumpang djakarta. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data penelitian ini merupakan data primer yang berasal dari sampel yaitu pengguna Jakarta Airport Connexion (JAC). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna bus Jakarta Airport Connexion (JAC), harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna bus Jakarta Airport Connexion (JAC), dan kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna bus Jakarta Airport Connexion (JAC). Nilai koefisien determinasi yang disesuaikan atau (R²) sebesar 0,516. Hasil ini hal ini sebesar 51,6% dari variabel terikat, yaitu kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya yaitu kualitas pelayanan, dan harga, sedangkan sisanya 48,4% dijelaskan oleh faktor – faktor lain diluar variabel bebas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Kepuasan Pengguna, Kualitas pelayanan, dan Harga***PENDAHULUAN**

Persaingan bisnis tidak hanya terjadi pada bisnis retail, perumahan, maupun hotel, namun terjadi pula pada alat transportasi darat, yaitu bus. Jasa transportasi bus ini memiliki peranan penting bagi keberlangsungan kegiatan manusia, sebab melalui jasa transportasi ini seseorang akan mudah untuk menjangkau dari daerah satu ke daerah lain guna memenuhi kebutuhannya.

Dalam dunia transportasi, persaingan antar perusahaan jasa transportasi semakin ketat. Banyak perusahaan jasa transportasi berlomba-lomba memberikan inovasi terbaru yang ditawarkan kepada konsumen dalam bertransportasi. Strategi pemasaran menjadi hal penting yang harus dilakukan perusahaan

untuk mewujudkan tingkat kepuasan pelanggan yang maksimal dan mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan jasa transportasi lainnya. Jasa transportasi bus merupakan bentuk pelayanan jasa yang diberikan perusahaan kepada pelanggan untuk mengantarkan pelanggan dari satu ketempat lain dengan memberikan tingkat pelayanan dan kepuasan yang terbaik selama di perjalanan. Pada zaman sekarang peremajaan armada dan interior di dalam bus sangat penting guna menunjang kebutuhan pelanggan.

Salah satunya adalah bus Perum Pengangkutan Penumpang Djakarta (PPD) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

yang menyediakan, mengatur, dan mengurus jasa angkutan di Jakarta. Bus merupakan transportasi yang cukup banyak diminati banyak orang dalam melakukan perjalanan jarak jauh maupun dekat. Salah satunya armadanya yaitu Bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC). Bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC) merupakan bus yang hanya beroperasi pada rute Mall-Bandara Soekarno Hatta (PP). Bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC) berkelas *executive* AC. Bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC) tersebut sangat membantu dalam memenuhi kebutuhan transportasi masyarakat saat berpergian jarak dekat. Bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC) merupakan salah satunya alat transportasi yang dinilai masyarakat sangat efektif dan efisien dalam menghemat biaya, waktu, dan tenaga. Harga yang terjangkau fasilitas yang nyaman membuat masyarakat lebih cenderung memilih jasa transportasi bus dari pada kendaraan pribadi. Hal tersebut dapat dilihat dengan data jumlah penumpang bus selama bulan Januari – Maret 2021 dibawah ini :

Tabel 1

Jumlah Penumpang Bus Selama Bulan Januari – Maret 2021

Bulan	BSD – Bandara Soetta	Mall Kelapa Gading – Bandara Soetta	Mall Taman Anggrek – Bandara Soetta	Grand Total
Januari	1.320	1.229	610	3.159
Febuari	1.168	918	422	2.508
Maret	1.723	1.297	502	3.522

Sumber : data Perum PPD 2021

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya

tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, perusahaan jasa transportasi akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen untuk menggunakan kembali jasa transportasi.

Ketepatan waktu merupakan salah satu bentuk pelayanan jasa bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC) terhadap pengguna jasa transportasi tersebut agar konsumen dapat merencanakan sesuatu dengan tepat dan pasti, baik bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan. Fasilitas dalam bus dapat berupa kelayakan bus, kebersihan bus, kelayakan tempat duduk dan ketersediaan tempat barang bawaan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan suatu produk atau kinerja yang dirasakan (atau hasilnya) terhadap harapan. Konsumen akan merasa puas apabila fasilitas yang diberikan memadai dan kualitas pelayanan baik yang membuat konsumen menggunakan kembali jasa transportasi tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan pengukur seberapa tinggi layanan tersebut dalam memenuhi atau melebihi harapan pelanggan secara tetap (Siboro & Suhardi, 2020: 121). Menurut Irfanudin, (2019: 8) kualitas pelayanan didefinisikan menjadi

keadaan dinamis yang berkaitan atas barang, sumber daya, pelayanan, operasi serta area yang sesuai ataupun lebih dari harapan. Kualitas pelayanan ialah tingkatan kelebihan yang diinginkan dan kontrol, untuk peringkat kelebihan untuk melengkapi kehendak pelanggan (Suhardi, et. al. 2020: 2). Kualitas pelayanan (*Service Quality*) adalah sejauh mana beda diantara keinginan dan kebenaran dari para konsumen berdasarkan layanan yang konsumen dapatkan (Rasyid, 2017: 212). Kualitas pelayanan merupakan perbedaan diantara pelayanan yang ditemui (persepsi) pelanggan dengan kualitas layanan yang diinginkan dan kendali atas tingkatan kelebihan tersebut agar dapat melengkapi kehendak pelanggan (Putri & Subagja, 2017: 3).

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan (Arianto, 2018: 83).

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Harfika dan Abdullah, 2017: 48), berikut terdapat lima indikator kualitas pelayanan, yaitu

a. *Tangible* (bukti fisik)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

b. *Reliability* (Keandalan)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

d. *Assurance* (Jaminan)

Yaitu pengetahuan, kesopanan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

e. *Empathy* (Empati)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2017: 132) Dalam arti yang sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Menurut Andi (2015:128) Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang

dinilai cukup tinggi dalam penjualan. Beda halnya dengan menurut Fandy Tjiptono (2015:151) mengemukakan bahwa harga adalah satu-satunya elemen dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya menimbulkan atau merupakan biaya. Beda halnya dengan Kotler dan Keller (2016:312) menyatakan bahwa *“price as the amount of money charged for a product or service, or the sum of values that customers exchange for benefits of having or using the product service”* Menurut Kotler dan Armstrong (2012:52) didalam unsur harga terdapat beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi tingkatan harga, potongan harga, diskon, dan periode pembayaran. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) unsur harga, yaitu :

- a. Tingkatan Harga
Yaitu angka yang menunjukkan nilai, harga, dan kecepatan perkembangan berdasarkan satuan ukur tertentu biaya premi asuransi ataupun beban biaya.
- b. Potongan Harga
Yaitu pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktifitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Biasanya potongan harga ini diwujudkan dalam bentuk tunai ataupun barang dan dimaksudkan untuk menarik pelanggan.

Kepuasan Pengguna

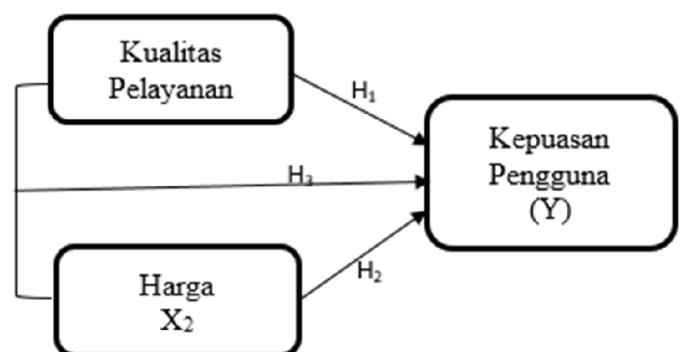
Menurut Tjiptono dan Diana (2015:23) kepuasan pelanggan (pengguna) adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan

seseorang dari membandingkan antara kinerja atau hasil produk atau jasa yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2014:13) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Atribut indikator kepuasan terdiri dari :

- a. Kesesuaian Harapan
Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.
- b. Minat Berkunjung Kembali
Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap jasa terkait.
- c. Kesediaan Merekomendasikan
Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

Kerangka Berpikir

Gambar 1
Kerangka Penelitian



Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini, yaitu:

H_1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan Bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC).

H_2 : Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan Bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC).

H_3 : Kualitas Pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan Bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC).

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2015) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jadi, di dalam penelitian ini terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) untuk dibuktikan hubungan sebab akibatnya yaitu kualitas pelayanan, kualitas harga terhadap kepuasan pengguna.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa transportasi bus Jakarta

Airport Connexion (JAC) dari mall Kelapa Gading dengan jumlah 2.600 penumpang per bulan April 2021. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Besaran atau ukuran sampel sangat tergantung dari besaran tingkat ketelitian atau toleransi kesalahan (error tolerance) yang diinginkan peneliti. Namun, dalam hal tingkat toleransi kesalahan pada penelitian adalah 5%, 10 % dan 15%, maksimal tingkat kesalahannya yang diambil adalah 5% (0,05). Semakin besar tingkat kesalahan maka semakin kecil jumlah sampel, dan sebaliknya semakin kecil tingkat kesalahan maka semakin besar jumlah sampel yang diperoleh. Dalam penelitian kali ini saya mengambil toleransi kesalahan sebesar 10%. Maka diperoleh :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{2.600}{1 + 2.600(0,01)^2}$$

$$n = \frac{2.600}{1 + 26,00}$$

$$n = 96,29$$

Maka besarnya sampel dapat ditentukan dengan menggunakan rumus slovin, pendekatan ini dinyatakan dengan rumus:

- Dimana :
- N = Jumlah sampel
 - N = Jumlah Populasi
 - e^2 = Kesalahan Yang Ditolerir
 - 1 = Konstanta

Maka, dapat disimpulkan sampel dari penelitian ini sebanyak 96 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari dan dikumpulkan dari masyarakat umum pengguna bus Jakarta *Airport Connexion (JAC)* yang didapat dari hasil kuesioner yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang akan dibagikan kepada responden menggunakan Skala Likert. Validitas instrumen penelitian ini menggunakan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf keyakinan 95% maka instrumen tersebut dikatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf keyakinan 95% maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

Sedangkan untuk uji reliabilitas digunakan metode *split half*, hasilnya bisa dilihat dari nilai *Correlation Between Forms*.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana besarnya pengaruh secara simultan (bersama-sama) dua variabel bebas (variabel independen X) atau lebih yang terdiri dari X1 kualitas pelayanan dan X2 harga dengan variabel terikat (variabel dependen Y) yaitu kepuasan pengguna. Berikut ini persamaan dari regresi linear.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta
 β_1, β_2 = Koefisien Regresi
 X1 = Kualitas Pelayanan
 X2 = Harga

Uji t atau yang biasa dikenal dengan uji signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi untuk mengetahui signifikansi atau setidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini penulis menggunakan $\alpha = 5\%$.

Uji F dilakukan untuk menguji apakah kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan bus Jakarta *Airport Connexion (JAC)*. Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut. Dalam penelitian ini penulis menggunakan $\alpha = 5\%$.

Koefisien determinasi (R^2) penelitian ini dengan koefisien determinasi terletak antara 0 sampai dengan 1, atau $0 < 1$ yang memiliki arti bahwa:

- 1) Bila mendekati nol, berarti variabel independen tidak mampu menjelaskan persentase pengaruhnya terhadap variabel dependen.
- 2) Bila mendekati satu, berarti variabel independen mampu menjelaskan persentase pengaruhnya terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari responden, penelitian ini menggunakan para pelanggan bus Jakarta *Airport Connexion (JAC)* sebanyak 100

responden. Adapun uraian gambaran umum responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 2
Karakteristik Responden

Keterangan		Jumlah	Persentase
Menurut Jenis Kelamin	Perempuan	66	66%
	Laki - laki	34	34%
	Total	100	100%
Menurut Usia	11 - 20 tahun	4	4%
	21 - 30 tahun	54	54%
	31 - 40 tahun	30	30%
	41 - 50 tahun	10	10%
	>50 tahun	2	2%
	Total	100	100%
Menurut Pekerjaan	Karyawan Swasta	55	55%
	Mahasiswa	13	13%
	Karyawan BUMN	10	10%
	Ibu rumah tangga	7	7%
	PNS	4	4%
	operator bus	2	2%
	Wiraswasta	5	5%
	Pelajar	4	4%
	Total	100	100%

Sumber data : data penelitian, 2021

Seluruh pertanyaan kuesioner variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pengguna memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan kriteria r hitung lebih besar dari r tabel 0,306 dan variabel kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pengguna dapat dikatakan reliabel karena $Cronbach's\ alpha > 0,70$.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal yang dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3
Uji Normalitas

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,60732919
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,083
	Negative	-,064
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,083 ^c

Sumber data : data penelitian, 2021

Berdasarkan uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui bahwa nilai *unstandardized residual* memiliki nilai *asympt.sig.(2-tailed)* 0,083 yang berarti $> 0,05$, ini membuktikan bahwa data terdistribusi dengan normal.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen yang dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	0,590	1,696
Harga	0,590	1,696

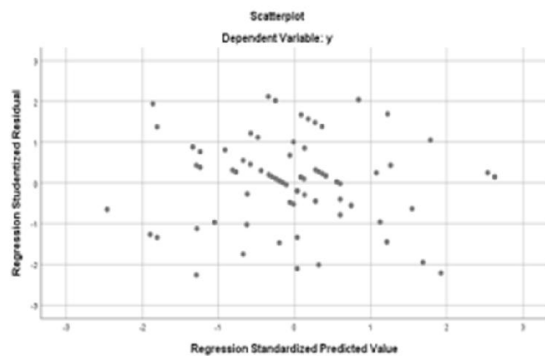
Sumber data : data penelitian, 2021

Berdasarkan tabel 4 di atas, dari hasil uji *Variance Inflation Factor (VIF)* pada hasil output SPSS.25,0 tabel *coefficient*, masing-masing variabel independen memiliki VIF dari ≤ 10 yaitu untuk variabel kualitas pelayanan 1,696, dan variabel harga sebesar 1,696 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Sedangkan nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ yaitu untuk variabel kualitas pelayanan 0,590 dan untuk variabel harga 0,590. Maka dapat dinyatakan model regresi linear berganda tidak terdapat multikolinieritas antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas menunjukkan

bahwa variasi variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada heteroskedastisitas kesalahan yang terjadi tidak secara acak tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel.

Gambar 2
Uji Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber data : data penelitian, 2021

Berdasarkan gambar 2 apabila gambar dalam *scatterplot* titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 5
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,032	2,949		1,367	0,175
	x1	0,257	0,063	0,375	4,112	0,000
	x2	0,651	0,139	0,425	4,669	0,000

Sumber data : data penelitian, 2021

Analisis Linier Berganda

Pengujian persyaratan analisis klasik dasar regresi yang telah dilakukan sebelumnya memberikan hasil bahwa variabel-variabel yang terlibat di dalamnya

memenuhi kualifikasi persyaratan dan asumsi klasik tersebut. Penelitian ini dilanjutkan dengan melakukan pengujian signifikansi model dan interpretasi model regresi. Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 4,032 + 0,257X_1 + 0,651X_2 + 0,139X_3$$

Dimana :

Y = Kepuasan

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Harga

Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk menguji secara parsial apakah variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna.

1. Jika probabilitas (signifikansi) lebih besar dari 0,05 (α), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil dari 0,05 (α), maka variabel independen secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 6
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,032	2,949		1,367	0,175
	x1	0,257	0,063	0,375	4,112	0,000
	x2	0,651	0,139	0,425	4,669	0,000

Sumber data : data penelitian, 2021

Berdasarkan pada tabel hasil Uji t di atas untuk mengetahui besarnya pengaruh

masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- a) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna.

Pada tabel 6 nilai t hitung untuk kualitas pelayanan sebesar 4,112 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,984. Maka dapat diketahui t hitung $4,112 > t$ tabel 1,984 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis yang pertama yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan Bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC) diterima (H_a diterima dan H_o ditolak), artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna.

- b) Pengaruh Variabel Harga terhadap Kepuasan Pengguna.

Pada tabel 4.45 nilai t hitung untuk harga sebesar 4,669 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,984. Maka dapat diketahui t hitung $4,320 > t$ tabel 1,948 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis kedua yaitu Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan Bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC) (H_a diterima dan H_o ditolak), artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan pengguna.

Uji f (Uji Simultan)

Tabel 7
Hasil Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	744,982	2	372,491	53,686	,000 ^b
	Residual	673,018	97	6,938		
	Total	1418,000	99			
a. Dependent Variable: y						
b. Predictors: (Constant), x2, x1						

Sumber data : data penelitian, 2021

Uji f dilakukan untuk menguji secara bersama-sama (simultan) apakah variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Nilai F hitung yang diperoleh 53,686 sedangkan nilai F tabel sebesar 2,70 maka dapat diketahui nilai F hitung $53,686 > F$ tabel 2,70 dengan tingkat signifikan 0,000 karena tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05. Maka variabel kualitas pelayanan, dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,725 ^a	0,525	0,516	2,63407	1,985
a. Predictors: (Constant), x2, x1					
b. Dependent Variable: y					

Sumber data: data penelitian, 2021

Koefisien determinasi Adjusted (R^2) yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (X_1) dan (X_2) mempengaruhi variabel dependen (Y). Dapat diketahui koefisien determinasi yang

disesuaikan atau (R^2) sebesar 0,516. Hasil ini berarti variabel independen, kualitas pelayanan, dan harga dapat menjelaskan sebesar 52% terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pengguna, sedangkan sisanya 48% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan dan harga sebagai variabel bebas terhadap kepuasan pengguna sebagai variabel terikat pada penumpang bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC) studi kasus di Perum Pengangkutan Penumpang Djakarta (PPD). Berikut adalah kesimpulan yang didapat dalam penelitian ini:

- 1) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dapat dilihat dari nilai t hitung untuk kualitas pelayanan sebesar 4,112 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,984. Maka dapat diketahui t hitung $4,112 > t$ tabel 1,984 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05.
- 2) Harga berpengaruh secara parsial signifikan terhadap kepuasan pengguna dapat dilihat dari nilai t hitung untuk harga sebesar 4,669 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,984. Maka dapat diketahui t hitung $4,320 > t$ tabel 1,984 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05.
- 3) Kualitas pelayanan dan harga secara

simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dapat dilihat dari nilai F hitung yang diperoleh 53,686 sedangkan nilai F tabel sebesar 2,70 maka dapat diketahui nilai F hitung $53,686 > F$ tabel 2,70 dengan tingkat signifikan 0,000 karena tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pengujian dan pembahasan yang telah penulis sajikan, maka penulis mencoba memberikan saran, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwasannya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC). Namun perusahaan tetap harus komitmen menjaga kualitas baik dari segi pegawai, bus yang digunakan dan pelayanan-pelayanan yang diberikan langsung kepada para pengguna bus. Pada hasil penelitian juga diperoleh fasilitas yang diperlukan harus ditingkatkan serta jam waktu bus yang kadang kurang tepat waktu karena pada butir pernyataan tersebut terdapat beberapa responden yang ragu-ragu atau kurang setuju dengan pelayanan tersebut. Maka pihak bus agar lebih meningkatkan lagi ketepatan jadwal bus dan memberikan fasilitas yang lebih baik. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui harga juga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna

jasa transportasi bus Jakarta *Airport Connexion* (JAC). Oleh karena itu, perusahaan tetap harus menjaga kestabilan harga agar sesuai dengan kemampuan para pelanggan Damri, dengan tidak memberatkan biaya apapun dalam pelayanannya agar menjaga kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 52%, oleh sebab itu maka peneliti selanjutnya dapat mengganti variabel-variabel lain yang akan diteliti karena masih menduga faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:
- Arianto, N. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan kepuasan dan loyalitas pengunjung dalam mengunkan jasahotel rizen kedaton Bogor*. 1(2), 83–101.CV Alfabeta.
- B Handoko. 2017. “*Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan*”. Jurnal ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol 18 No. 1.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4 : Andi.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, Abdul. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan* Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol. 4 No. 1.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler dan Keller. 2014. *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran* By Philip Kotler Gary Armstrong Edisi 12 Jilid I&2. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. edisi Kedua belas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler dan Gary Amstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler Philip dan Kevin L. Keller, 2016. *Manajemen Pemasaran*, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2017. *Marketing Management* 13th Edition.
- Novia, Hanna Ester dan Sutrisna Endang. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Expedisi di Pekanbaru (Studi PT. JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Pekanbaru)*. Jom FISIP Vol. 4 No. 2.
- Oktarini, Riri. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek di Kota Tangerang*. Jurnal Ilmiah Ilmu Sekretari/Administrasi Perkantoran Vol 6 No.2.
- O Moningka, N Mamuaya, M Legi (2020). *Pengaruh promosi penjualan dan*

- kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan Titi di kota Bitung. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol 3 No. 3.*
- Pratama, Yosi. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar Dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi. Jurnal. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta.*
- Primadiawan, Ignatius Angga Prasetya . *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO Eka (Studi Kasus pada Pelanggan Bus PO Eka di Yogyakarta). Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. 2018.*
- Putri, Budi Rahayu Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran. Denpasar: Universitas Udayana.*
- Shofiyyuddin, Achmad dan Noermijati 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit NU Tuban). Malang : Universitas Brawijaya.*
- Siboro, R M, and S Suhardi. 2020. *Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Tokopedia Di Batam. Jurnal Ekuivalensi 6(1).*
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung :Alfabeta, CV*
- Tjiptono Fandy dan Anastasia Diana. 2015. *Pelanggan Puas ? Tak Cukup !. Andi.Yogyakarta.*
- Wahyuni, Hana Catur, Sulistyowati, Wiwik & Khamim, Muhammad. 2015. *Pengendalian Kualitas, Aplikasi pada Industri Jasa dan Manufaktur Lean, Six, Sigma & Servqual. Yogyakarta : Graha Ilmu.*
- Wulandari, Intan dan Prana, Riandani Rezki (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada LP3I College Langsa. Civitas: Jurnal Studi Manajemen Vol. 2 No. 3.*