

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2011: 164), dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya.

Dalam rangka memenuhi harapa masyarakat akan pelayanan yang berkualitas, maka dimensi-dimensi kualitas pelayanan dimaksud secara teoritis, Hardiansyah (2011:153) dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. *Tangible*, yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan
2. *Emphaty*, yaitu berkenaan mengenai perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberi perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam seperti yang nyaman.
3. *Responsiveness*, yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. *Reliability*, yaitu berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
5. *Assurance*, yaitu pengetahuan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

2.1.2 Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Menurut Kotler & Armstrong (2008:345) yang diterjemahkan oleh Sabran harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Berdasarkan pengertian harga di atas maka harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan di mana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan income bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu harga juga menjadi alat proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen.

Indikator Harga Menurut Kotler dan Armstrong (2008:278) yang diterjemahkan oleh Sabran ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

(1) Keterjangkauan harga

Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka dapat dijangkau oleh para konsumennya. Harga yang sesuai dan terjangkau tentunya akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk mereka.

(2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produknya sesuai dengan kualitas produk yang mereka hasilkan, misalnya jika harganya tinggi maka kualitas produk yang diberikan pun memiliki kualitas yang tinggi sehingga konsumen pun merasa tidak keberatan jika membeli produk tersebut.

(3) Daya saing harga

Dalam pasar, perusahaan sebaiknya juga memperhatikan bahwa harga yang diberikan memiliki daya saing yang tinggi terhadap para kompetitornya. Jika harga yang diberikan terlampaui tinggi di atas harga para kompetitor maka produk tersebut tidak memiliki daya saing yang baik.

(4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Manfaat produk yang dimiliki harus sesuai dengan harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka. Ada baiknya jika harga yang tinggi memiliki manfaat produk yang tinggi pula.

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2012:24) kepuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja hasil yang dirasakan dengan kinerja aktual jasa atau produk maka konsumen berada pada diskonfirmasi. Selain itu, menurut Dariyanto Setiabudi (2011:43) mengatakan kepuasan konsumen adalah suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Berdasarkan definisi tokoh diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah rasa senang atau kecewa terhadap kinerja yang dirasakan dengan harapan sesuai dengan yang diinginkan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan atau masyarakat akan kecewa. Akan tetapi, bila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan atau masyarakat akan puas. Selanjutnya, apabila kinerja diatas harapan maka pelanggan atau masyarakat akan sangat puas.

Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono (2011:315) ada beberapa metode yang dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Kotler mengidentifikasikan empat metode yaitu.

1. Sistem Keluhan dan Saran

Memberikan kesempatan bagi pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka melalui kotak saran, saluran telepon khusus, email, kartu komentar maupun via pos.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Melakukan penelitian atau survey pasar mengenai kepuasan pelanggan dengan menggunakan pos, telepon, maupun wawancara pribadi.

3. *Ghost Shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* itu menyampaikan hasil temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka.

4. *Lost Customer Analysis*

Metode ini sangat unik, perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

Dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMENPAN) Nomor 25 Tahun 2004 Tentang Pedoman Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat yaitu Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya.

Berdasarkan prinsip pelayanan sebagaimana telah ditetapkan dalam Keputusan Men.PAN Nomor: 63/KEP/M.PAN/7/2003, yang kemudian dikembangkan menjadi 14 unsur yang “*relevant, valid*” dan “*reliable*”, sebagai unsur minimal yang harus ada untuk dasar pengukuran indeks kepuasan masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Prosedur Pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan;

2. Persyaratan Pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya;
3. Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya);
4. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku;
5. Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan;
6. Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan ketrampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/ menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat;
7. Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan;
8. Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani;
9. Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati;
10. Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan;
11. Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan;
12. Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;

13. Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan;
14. Keamanan Pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap resiko-resiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

2.1.4 Pengertian Transportasi

Menurut kamus Besar bahasa Indonesia transportasi adalah pengangkutan barang dan berbagai jenis kendaraan sesuai dengan kemajuan teknologi. Menurut Abbas, Salim (2000) transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi ada dua unsur yang terpenting yaitu pemindahan/pergerakan (*movement*) dan secara fisik mengubah tempat dari barang (*comoditi*) dan penumpang ke tempat lain. Dalam sitem transportasi mempunyai lima unsur pokok yaitu :

1. Orang atau barang yang membutuhkan
2. Kendaraan sebagai alat angkutan
3. Jalan sebagai prasarana angkutan
4. Terminal
5. Organisasi sebagai pengelola angkutan

Transportasi dapat diklasifikasikan dari berbagai macam moda dan jenisnya yang dapat ditinjau dari segi barang yang di angkut, dari segi geografis transportasi itu berlangsung.

1. Dari segi barang yang diangkut
 - a) Angkutan umum (*passenger*)
 - b) Angkutan barang (*goods*)

- c) Angkutan pos (*mail*)
- 2. Dari sudut geografis
 - a) Angkutan antar benua/*continental*
 - b) Angkutan antar pulau
 - c) Angkutan antar kota
 - d) Angkutan di dalam kota
 - e) Angkutan antar daerah

2.1.5 Fasilitas

Sebelum melakukan pembelian suatu barang atau jasa konsumen akan dihadapkan pada suatu masalah pokok yaitu mengenai barang atau jasa apa yang akan dibeli dimana melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa ekonomis. Menurut Tjiptono (2004:19) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen, sedangkan menurut Nirwana (2004:47) fasilitas merupakan bagian dari variabel pemasaran jasa yang memiliki peranan cukup penting, karena jasa yang disampaikan kepada pelanggan tidak jarang sangat memerlukan fasilitas pendukung dalam penyampaiannya. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan.

Menurut Nirwana (2004:47) terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang dukungan fisik atau fasilitas fisik, diantaranya adalah :

1. Desain fasilitas

2. Nilai fungsi
3. Estetika
4. Kondisi yang mendukung
5. Peralatan penunjang
6. Seragam pegawai
7. Laporan-laporan
8. Garansi

Masih banyak penyedia jasa yang tidak menyadari bahwa tata letak fasilitas memiliki pengaruh tersendiri terhadap perasaan dan respon pelanggan. Akan tetapi, tidak ada aturan pasti yang mengatur bagaimana bentuk tata letak fasilitas harus dirancang. Meskipun demikian, perusahaan jasa perlu mengembangkan pemahaman akan respon pelanggan terhadap berbagai aspek tata letak fasilitas jasa.

2.1.6 Pandemi Covid-19

Menurut Badan Kesehatan Dunia *World Health Organization (WHO)* dikutip dari (Suni, 2020) wabah corona sebagai pandemi global, artinya pandemi tumbuh dari epiendemi yang merupakan kondisi ketika wabah penyakit menyebar terbatas pada area tertentu di dunia. Sementara itu pandemi menyebar ke berbagai negara di dunia, Karena penyebarannya yang begitu cepat, tak bisa dipungkiri virus corona berdampak pada perekonomian global. Hal tersebut secara tidak langsung juga telah menekan bisnis di sektor transportasi nasional baik darat, laut, dan udara yang merata di seluruh moda transportasi termasuk di Indonesia. Menurut ahli virologi dari China dikutip dari (Suni, 2020), mengatakan COVID-19 tergolong virus corona jenis baru dan berbeda dengan virus yang menyebabkan SARS. Masa inkubasi sekitar 7-

14 hari. COVID-19 menyebar melalui udara dan kontak langsung dengan penderita.

Penyakit infeksi pernapasan yang disebabkan oleh Covid 19 pertama kali muncul di wuhan, China pada awal Desember 2019. Kasus pertama di duga berhubungan dengan pasar hewan dan makanan laut kota wuhan, hal ini menunjukkan adanya penularan dari hewan ke manusia. Menurut Keputusan Menteri Kesehatan No HK.01.07/MENKES/413/2020 mengatakan Covid-19 adalah penyakit yang dapat menular yang disebabkan oleh Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus2 (SARS-Cov-2). SARS-Cov-2 adalah coronavirus jenis baru yang belum pernah teridentifikasi sebelumnya terhadap manusia. Dilihat dari situasi penyeberannya COVID-19 yang menjakau seluruh kawasan provinsi di Indonesia dengan jumlah kasus yang terus meningkat tentu akan berdampak pada aspek politik, aspek ekonomi, sosial, budaya, moda transportasi, pertahanan dan keamanan serta dengan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Pemerintah Republik Indonesia juga telah menyatakan bahwa COVID-19 merupakan bencana nasional non alam, dan Presiden mengambil langkah dengan menetapkan beberapa antisipasi salah satu langkah tersebut dengan mengeluarkan anjuran agar masyarakat bekerja dari rumah, beribadah dari rumah dan belajar dirumah untuk mengurangi penyeberan dari COVID-19 yang kebijakan presiden tersebut diatur dalam surat edaran Menteri terkait. Dan juga salah satu untuk menghambat lajunya penularan COVID-19 yaitu dengan menerapkan sosial distancing sebagai tindakan untuk mengurangi dari kontak antara manusia lewat kegiatan-kegiatan seperti bekerja, bersekolah, rekreasi maupun sosialisasi.

Pemerintah Republik Indonesia juga telah menyatakan dikutip dari (Gaus et al., 2020) bahwa COVID-19 merupakan bencana nasional non alam, dan Presiden mengambil langkah dengan menetapkan beberapa antisipasi

salah satu langkah tersebut dengan mengeluarkan anjuran agar masyarakat bekerja dari rumah, beribadah dari rumah dan belajar dirumah untuk mengurangi penyebaran dari COVID-19 yang kebijakan presiden tersebut diatur dalam surat edaran Menteri terkait. Dan juga salah satu untuk menghambat lajunya penularan COVID-19 yaitu dengan menerapkan sosial distancing sebagai tindakan untuk mengurangi dari kontak antara manusia lewat kegiatan-kegiatan seperti bekerja, bersekolah, rekreasi maupun sosialisasi.

Moda transportasi angkutan penumpang memang memiliki potensi untuk menjadi vektor penularan yang besar dikarenakan banyaknya masyarakat yang sering berpergian menggunakan transportasi angkutan penumpang, maka untuk mengatur tatanan transportasi tersebut di saat masa pandemi Menteri perhubungan mengeluarkan peraturan pengendalian transportasi dalam rangka untuk pencegahan dari penularan COVID-19 yang tercantum pada (Peraturan Menteri Perhubungan RI No PM 18 tahun 2020). Akibat dampak kebijakan tersebut mempengaruhi sektor transportasi karena mobilitas orang yang berkurang dan dapat berimplikasi terhadap ekonomi. Beberapa peneliti menyatakan dampak COVID-19 terhadap berbagai sektor akibat dari pembatasan pergerakan orang tersebut, antara lain dengan terjadinya penurunan penumpang pelayaran dalam negeri di pelabuhan utama sebesar 85%. Kondisi pandemi COVID-19 juga berdampak di sektor pariwisata, dikarenakan masyarakat diminta agar tetap dirumah maka mobilitas orang yang menjadi menurun dan pemenuhan atas pariwisata menjadi rendah.

Berikut ini indikator dampak Covid-19:

1. Dampak Kebijakan

Hal ini untuk mengetahui Kebijakan yang dibuat pemerintah yang akan memberikan dampak yang besar dalam semua aspek, termasuk transportasi. Menurut (Dye, 1972) dikutip dari (Gunawan, 2020),

mengatakan bahwa kebijakan publik merupakan apa yang dilakukan dan apa yang tidak dilakukan pemerintah maka dalam konteks penanganan COVID-19, apa yang dilakukan dan yang tidak dilakukan pemerintah Indonesia dalam kebijakan penanganan penularan virus COVID-19. Sehingga apapun kebijakan yang diambil pemerintah Indonesia berdampak pengaruh terhadap semua aspek terutama di transportasi.

2. Dampak sosial dan Ekonomi

Dengan dibatasinya pada pemberlakuan physical distancing dan pembatasan transportasi terhadap pergerakan masyarakat dari satu wilayah ke wilayah lain, tentu akan berpengaruh terhadap ekonomi yang mana terhambatnya pengiriman pasokan ke daerah lain yang menggunakan jalur angkutan laut.

3. Dampak lingkungan kesehatan

Tingkat kebersihan yang terjadi di lingkungan pelabuhan selama masa pandemi COVID-19 dimana ditutupnya tempat wisata, terbatasnya pergerakan penggunaan transportasi laut yang akan mengurangi antrian di pelabuhan.

2.1.7 Penelitian Terdahulu

Untuk mengadakan penelitian, tidak lepas dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu dengan tujuan untuk memperkuat hasil dari penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian yang sekarang merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu, Bedanya dengan penelitian sekarang hanya pada tempat atau daerah penelitian yaitu BRT Trans Semarang serta memfokuskan pada tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan pada masa Pandemi Covid-19.

a. Rujukan Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan

Amri Rifqi Azhari, Nawazirul Lubis, & Ngatno melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui tingkat pelayanan BRT Trans Semarang Koridor II. Secara ringkas penelitian ini diberikan pada tabel 2.1 berikut :

Tabel 2.1
Rujukan Penelitian Kualitas Pelayanan

Judul Artikel	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Bus BRT Trans Semarang (Studi Kasus: Penumpang Bus BRT Trans Semarang Koridor II)
Penulis Sumber	Amri Rifqi Azhari, Nawazirul Lubis, & Ngatno, Universitas Diponegoro/Jurnal Administrasi Bisnis Vol 5 No. 1 Tahun 2016
Variabel dan Indikator	Variabel independen: X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Tarif X3 = Fasilitas Variabel Dependen: Y = Kepuasan Penumpang
Metode Analisis	Kuantitatif

Hasil	<p>Hasil penelitian mengenai Kualitas pelayanan diperoleh kesimpulan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kualitas pelayanan termasuk kategori cukup kuat dalam mendorong perilaku kepuasan pengguna jasa, dengan rata – rata nilai variabel sebesar 3.55. 2) Hasil penelitian mengenai variabel tarif diperoleh kesimpulan bahwa tariff termasuk kategori cukup kuat dalam mendorong perilaku kepuasan pengguna jasa, dengan rata – rata nilai variabel sebesar 3.62 3) Hasil penelitian mengenai variabel fasilitas diperoleh kesimpulan bahwa fasilitas termasuk kategori cukup kuat dalam mendorong perilaku kepuasan pengguna jasa, dengan rata – rata nilai variabel sebesar 3.39. Sedangkan hasil analisis data, diperoleh koefisien determinasi fasilitas terhadap kepuasan penumpang BRT Trans Semarang Koridor II sebesar 0.532 atau 53,2 persen.
Hubungan dengan Penelitian	<p>Dari kesimpulan penelitian terdahulu terdapat variabel yang sama dan berkaitan dengan harga, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan penumpang.</p>

b. Rujukan Penelitian Variabel Dampak Covid-19

Abdul Gaus, Mufti Amir Sultan, Iis Hamsir Ayub Wahab, Abdul Majid Abdullah dan Nu'man melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui tingkat pelayanan moda transportasi speedboat rute Tidore-Sofifi selama pemberlakuan aturan tersebut di masa pandemi Covid-19. Secara ringkas penelitian ini diberikan pada tabel 2.2 berikut :

Tabel 2.2
Rujukan Penelitian untuk Variabel Dampak Covid-19 dan Tingkat Pelayanan

Judul Artikel	Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Tingkat Pelayanan Moda Transportasi Speedboat Tidore- Sofifi Abdul
Penulis Sumber	Abdul Gaus, Mufti Amir Sultan, Iis Hamsir Ayub Wahab, Abdul Majid Abdullah dan Nu'man Universitas Khairun / Jurnal Rekayasa Vol. 03 No. 02 September 2020
Variabel dan Indikator	Variabel Independen : X1 = Dampak Covid-19 X2 = Kebersihan Variabel Dependen : Y = Tingkat Pelayanan
Metode Analisis	<i>Importance Performance Anlysis (IPA)</i> <i>Customer Satisfaction Index</i>
Hasil	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa : 1) Pada masa pandemi Covid-19 terjadi penurunan jumlah moda speedboat yang beroperasi perhari sebesar 63,64%, penurunan perjalanan speedboat pada rute Tidore – Sofifi turun sebesar 87,88% dan penurunan jumlah penumpang sebesar 89,90%. 2) Bahwa terdapat rata-rata penilaian pengguna moda <i>speedboat</i> yang dinilai tingkat kinerja rendah dibawah rata-rata 2,18. Nilai tingkat kepentingan rendah sampai tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dan indikator tersebut perlu diperhatikan untuk diperbaiki tingkat kinerjanya. 3) Dari hasil analisa IPA tingkat kinerja moda <i>speedboat</i> rendah dibawah rata-rata 2,18 sedang nilai tingkat kepentingan rendah sampai tinggi. Indeks kepuasan secara keseluruhan 54,87% untuk pengguna moda

	<i>speedboat</i> . Ini masuk pada indeks kepuasan 51%-65% dengan kriteria cukup puas.
Hubungan dengan Penelitian	Dari kesimpulan penelitian terdahulu terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulis yaitu kualitas pelayanan.

c. Rujukan Penelitian tentang Kepuasan Jasa Transportasi

Euis Saribanon, Rohana Sitanggang dan Amrizal melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui kepuasan pengguna jasa transportasi darat khususnya DAMRI. Secara ringkas penelitian ini diberikan pada tabel 2.3 berikut :

Tabel 2.3
Rujukan Penelitian tentang Kepuasan Jasa Transportasi

Judul Artikel	Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Untuk Meningkatkan Loyalitas
Penulis Sumber	Euis Saribanon, Rohana Sitanggang dan Amrizal, Universitas Trisakti / Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTransLog) - Vol. 03 No. 03, November 2016
Variabel dan Indikator	Variabel Independen: X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Harga Tiket Variabel Dependen: Y1 = Kepuasan Konsumen

	Y2 = Loyalitas Konsumen
Metode Analisis	Kuantitatif
Hasil	<ol style="list-style-type: none"> 1) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel <i>intervening</i>, terbukti dengan nilai t hitung sebesar 0.739 dengan nilai signifikansi pada nilai $\alpha = 0.514$, sedangkan pada taraf signifikansi 0.05 dan <i>degrees of freedom</i> (df) sebesar 3, sehingga nilai t hitung = 0.739 < nilai t tabel = 2.353 artinya tidak signifikan. 2) Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa <i>Harga Tiket</i> berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel <i>intervening</i>. Hal itu terbukti dengan nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0.052 yang tidak signifikan pada $\alpha = 0.962$, dan mempunyai confidence interval yang sangat besar sekali (atau bervariasi cukup besar) dengan kategori koefisien regresi yang masih bernilai positif, sedangkan pada taraf signifikansi 0.05 dan <i>degrees of freedom</i> (df) sebesar 3, sehingga nilai t hitung = 0.052 < nilai t tabel = 2.353. 3) Hasil penelitian pada pengujian kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, diperoleh nilai <i>standardized beta</i> sebesar 0.904, yang signifikan pada $\alpha = 0.514$ yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen artinya jika kualitas pelayanan ditingkatkan, maka kepuasan konsumen meningkat.
Hubungan dengan Penelitian	Dari kesimpulan penelitian terdahulu terdapat variabel yang sama yaitu harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

d. Rujukan Penelitian tentang Kepuasan Pelanggan di Era Pandemi Covid-19

Oktariansyaha, Reina Damayantib, Benny Usman, dan Andri Eko Putra melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui tentang Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Masyarakat. Secara ringkas penelitian ini diberikan pada tabel 2.4 berikut :

Tabel 2.4
Rujukan Penelitian tentang Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan
Masyarakat

Judul Artikel	Analisis Kualitas Pelayanan Angkutan Umum (Transmusi) Melalui Kinerja Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kota Palembang
Penulis Sumber	Oktariansyaha, Reina Damayantib, Benny Usman, dan Andri Eko Putra, Universitas PGRI Palembang, Jurnal Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol.15 (1), 2017
Variabel dan Indikator	Variabel Independen: X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Kinerja Variabel Dependen: Y1 = Kepuasan
Metode Analisis	Analisis Data Teknik Pengumpulan Data
Hasil	1) Hasil pengujian persamaan substruktur menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kinerja, dan kinerja berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat, dengan pengaruh tidak langsung sehingga diperoleh pengaruh total sebesar $0,669 \times 0,686 = 0,458$, dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat (0,764) dan kualitas pelayanan melalui kinerja angkutan umum (transmusi) terhadap kepuasan masyarakat kota Palembang sebesar $0,764 + 0,458 = 1,222$. 2) Dari hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa pengaruh total kualitas pelayanan melalui kinerja angkutan umum (transmusi) terhadap kepuasan masyarakat kota Palembang, pengaruh tidak langsung lebih besar (1,222) dibandingkan pengaruh

	langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat yaitu ($1,222 > 0,764$). Dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan variabel (<i>intervening atau itermediary</i>).
Hubungan dengan Penelitian	Dari kesimpulan penelitian terdahulu terdapat variabel yang sama yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

e. Rujukan Penelitian tentang Kepuasan Konsumen

Dimas Raditya melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui tentang Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Konsument. Secara ringkas penelitian ini diberikan pada tabel 2.5 berikut :

Tabel 2.5

Rujukan Penelitian Variabel Tingkat Pelayanan

Judul Artikel	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Po. Wisata Komodo, Denpasar
Penulis Sumber	Dimas Raditya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Vol. 1 No. 2, 2016
Variabel dan Indikator	Variabel Independen : X1 = Wujud fisik X2 = Keandalan X3 = Daya Tanggap Variabel Dependen : Y = Kepuasan Konsumen
Metode Analisis	<i>Non Probability Sampling</i> Kuesinoner Wawancara

	Dokumentasi
Hasil	<p>Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel wujud fisik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kehandalan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 4) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. 5) Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel empati memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
Hubungan dengan Penelitian	Dari kesimpulan penelitian terdahulu terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulis yaitu variabel kepuasan konsumen.

- f. Rujukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan

Ardida Ponty Basowa dan Joko Setiawan melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui tentang Kualitas Pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan Konsumen. Secara ringkas penelitian ini diberikan pada tabel 2.6 berikut :

Tabel 2.6

Rujukan Penelitian tentang Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap kepuasan Masyarakat

Judul Artikel	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Transportasi Umum Bus Trans Batam)
Penulis Sumber	Ardida Ponty Basowa dan Joko Setiawan Universitas Putera Batam, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Vol. 1 No. 2, 2019
Variabel dan Indikator	Variabel Independen: X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Fasilitas Variabel Dependen: Y1 = Kepuasan Konsumen
Metode Analisis	Analisis Data Kualitatif Teknik Pengumpulan Data
Hasil	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen bus Trans Batam. 2) Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen bus Trans Batam. 3) Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen bus Trans Batam.
Hubungan dengan Penelitian	Dari kesimpulan penelitian terdahulu terdapat variabel yang sama yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen.

2.2 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2016:96), mengatakan hipotesis merupakan jawaban yang sifatnya sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah tersebut dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Berdasarkan definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa hipotesis yaitu dugaan sementara di penelitian yang sedang diuji kebenarannya, peneliti dengan membuat dugaan sementara atau jawaban penelitian lainnya atas hasil penelitian terdahulu yang menjadi landasan dalam penelitian ini. Oleh karena itu berdasarkan kerangka pemikiran penelitian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini, berikut merupakan hasil penelitian terdahulu:

1. Amri Rifqi Azhari, Nawazirul Lubis & Ngatno (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Bus BRT Trans Semarang (Studi Kasus: Penumpang Bus BRT Trans Semarang Koridor II)

Sedangkan Euis Saribanon, Rohana Sitanggang dan Amrizal (2016) Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Untuk Meningkatkan Loyalitas Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1 = Diduga Variabel Harga berpengaruh terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan BRT Trans Semarang.

2. Abdul Gaus, Mufti Amir Sultan, Iis Hamsir Ayub Wahab, Abdul Majid Abdullah dan Nu'man (2020) Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Tingkat Pelayanan Moda Transportasi Speedboat Tidore- Sofifi
- Sedangkan Oktariansyaha, Reina Damayantib, Benny Usmanc, dan Andri Eko Putra (2017) Analisis Kualitas Pelayanan Angkutan Umum (Transmusi) Melalui Kinerja Terhadap Kepuasan Masyarakat di Kota Palembang

Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2 = Diduga Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap

tingkat Kepuasan Pelanggan BRT Trans Semarang.

3. Dimas Raditya (2016) Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Po. Wisata Komodo, Denpasar Sedangkan Ardida Ponty Basowa dan Joko Setiawan (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Transportasi Umum Bus Trans Batam)

Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H3 = Diduga Variabel Fasilitas berpengaruh terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan BRT Trans Semarang.

4. Amri Rifqi Azhari, Nawazirul Lubis & Ngatno (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Bus BRT Trans Semarang (Studi Kasus: Penumpang Bus BRT Trans Semarang Koridor II)

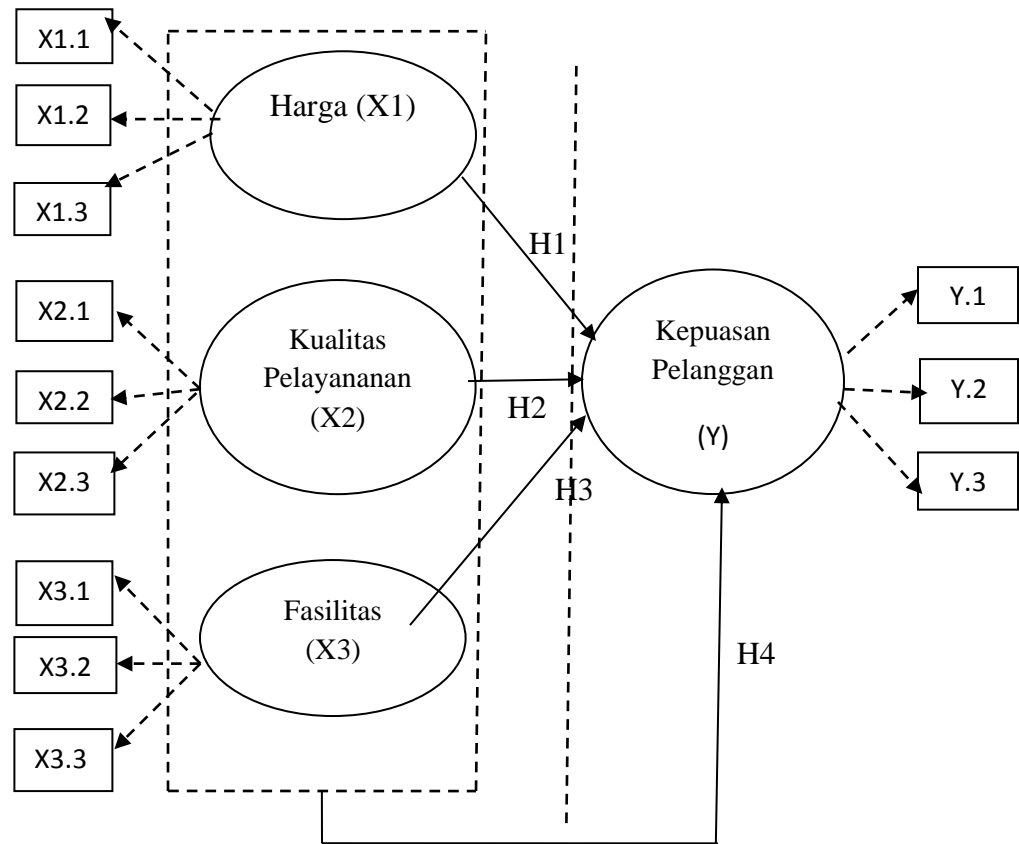
Sedangkan Euis Saribanon, Rohana Sitanggang dan Amrizal (2016)


Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Untuk Meningkatkan Loyalitas


Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

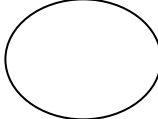
H4 = Diduga Variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas berpengaruh terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan BRT Trans Semarang.


Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran




 = indikator

 = pengaruh

 = variabel

 = pengukur

 = Simultan

Variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Harga (X1)

Indikator-indikator Harga adalah:

X1.1 Keterjangkauan Harga

X1.2 Kesesuaian Harga dengan Kualitas yang Dihasilkan

X1.3 Kesesuaian Harga dengan Manfaatnya

2. Kualitas Pelayanan (X2)

Indikator-indikator Kualitas Pelayanan adalah:

X2.1 *Tangible*

X2.2 *Responsiveness*

X2.3 *Reliability*

3. Fasilitas (X3)

Indikator-indikator Fasilitas adalah:

X3.1 Jumlah armada

X3.2 Tempat Pemberhentian atau halte/*shelter*

X3.3 Kebersihan Tempat

4. Kepuasan Pelanggan (Y)

Indikator-indikator Kepuasan Pelanggan adalah:

Y1 Kualitas Pelayanan

Y2 Kenyamanan

Y3 Tarif