

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu

##### 2.1.1 Minat Penumpang

Menurut Setiawan dan Rahmawati (2018) minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh, minat (*interest*) yaitu suatu kekuatan, motivasi yang menyebabkan seseorang memusatkan perhatian terhadap seseorang, sesuatu benda ataupun kegiatan tertentu. Menurut Yuliyana dan Febryani (2018) minat beli adalah sesuatu diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada dalam benaknya. Yuliyana dan Febryani (2018) mengemukakan bahwa —Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Berdasarkan beberapa definisi diatas, bahwa minat beli adalah suatu tindakan sebelum melakukan proses keputusan pembelian terhadap suatu produk barang atau jasa yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Dimensi minat beli menurut Tjiptono dalam Yuliyana dan Febryani (2018) adalah sebagai berikut

- a) Minat *transaksional*, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b) Minat *referensial*, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c) Minat *preferensial*, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.

Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

- d) Minat *eksploratif*, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

### 2.1.2 Service Quality

Menurut Malau, dkk (2015) *service quality* menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. *Service quality* sendiri yang menjadi ukuran bagi pelanggan baik dan tidaknya suatu produk atau jasa yang telah mereka gunakan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Malau, dkk (2015) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dari pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Parasuman dan kawan-kawan dalam Malau, dkk (2015) menemukan sepuluh dimensi yang ada dirangkum menjadi lima dimensi pokok meliputi:

- a) Bukti langsung (*tangible*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b) Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

- d) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keraguran.
- e) Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Menurut Malau, dkk (2015) dimensi *service quality* diatas, maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan harapan pelanggan yang didukung dari faktor internal perusahaan seperti fasilitas penunjang operasional perusahaan, kemampuan maupun kesopanan dari karyawan penyedia jasa dalam memberikan layanan kepada konsumennya, rasa empati perusahaan terhadap para konsumen, serta rasa aman dan jaminan kepada konsumen pasca pembelian maupun waktu mengkonsumsi jasa tersebut.

Lupiyoadi, dalam Oktariansyah, dkk (2017) *service quality* adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan, sedangkan menurut Payne (2000) dalam Oktariansyah, dkk (2017) *service quality* atau kualitas jasa berkaitan dengan kemampuan suatu organisasi untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Payne menyatakan bahwa ukuran kinerja adalah kualitas pelayanan atau jasa yang dipersepsikan. Indikator Kualitas Layanan yaitu:

- a) Kehandalan (*Reliability*) dengan item-item yang digunakan yaitu: ketepatan waktu, kenyamanan, keamanan.
- b) Daya Tanggap (*Responsiveness*), dengan item-item yang digunakan yaitu: Ketersediaan pelayanan angkutan, Kesiapan kru membantu penumpang, Kecepatan pelayanan kru.
- c) Jaminan (*Assurances*) dengan item-item yang digunakan yaitu: Keramahan kru, Kesopansantunan kru, Pengetahuan kru tentang trayek yang dilalui.
- d) Empati (*Empathy*), dengan item-item yang digunakan yaitu: kepedulian kru, Perlakuan yang sama antar penumpang.

e) Bukti Fisik (*Tangibel*) Item-item yang digunakan yaitu: kebaruan armada, Fasilitas tempat duduk, Fasilitas ruang bis, Penampilan kru, Kebersihan, Kerapihan.

Panjaitan dan Yuliati (2016) kualitas jasa pada umumnya tidak dilihat dalam konstruk yang terpisah, melainkan secara agregat dimana dimensi-dimensi individual dimasukkan untuk mendapatkan kualitas jasa secara keseluruhan. Tjiptono (2009:269) Panjaitan dan Yuliati (2016) dalam mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya) yaitu :

a) Keandalan Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

b) Daya tanggap Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa

c) Jaminan Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan

d) Perhatian Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

e) Bukti Fisik Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

### 2.1.3 Aggressive Driving

*Aggressive driving* menurut (James&Nahl,2000)dalam Rosyidah, dkk (2017) adalah perilaku mengendarai dibawah gangguan emosi sehingga memaksakan suatu tingkat resiko pada pengguna jalan. Rosyidah, dkk (2017) menyatakan *aggressive driving* dengan kategori tinggi adalah menilai suatu resiko dari sebuah insiden berkendara apakah akan menyebabkan kematian. Sejalan dengan itu Dula,et all (2010) dalam Rosyidah, dkk (2017) menyatakan *aggressive driving* yang tinggi akan menimbulkan kematian lewat insiden dijalan. Perilaku *aggressive driving* dengan kategori tinggi seperti berkendara diatas kecepatan yang wajar, melawan arah atau memotong lajur berkendara. Sedangkan untuk kategori rendah para siswi yang mengikuti peraturan lalu lintas. Mereka yang berperilaku *aggressive driving* sedang adalah perilaku pengendara yang beresiko tetapi tidak menyebabkan kematian dalam sebuah insiden.

Menurut Rosyidah, dkk (2017) Perilaku *aggressive driving* banyak terjadi pada pengendara yang cuek terhadap keselamatan tetapi berkendara dalam keadaan yang wajar. Beberapa perilaku *aggressive driving* kategori sedang seperti lupa menyalakan lampu sein, berkendara di lajur yang salah atau tidak memasang kaca spion di motor banyak dilakukan oleh para siswi. Penyebab timbulnya *aggressive driving* bisa timbul karena faktor internal dan external. Secara internal, setiap individu memiliki sifat atau karakter yang akan menentukan perilakunya secara teratur dan terusmenerus dalam setiap situasi. Faktor internal yang dimaksudkan menjadi penyebab *aggressive driving* ini seperti permusuhan, rasa ingin bersaing, kurangnya kepedulian terhadap individu lain, mengemudi untuk pelepasan emosi, impulsif, dan keputusan untuk mengambil resiko. Sifat-sifat ini akan berperan dalam pembentukan kepribadian mereka pada saat menghadapi masalah di jalan raya. Perasaan marah akan membuat pengemudi melakukan *aggressive driving* sehingga membahayakan para pengguna jalan yang lain . Selain itu penyebab lain *aggressive driving* diungkapkan oleh (Philippe, Vallerand, Catherine&Celine,2009) dalam

Rosydah, dkk (2017) yang menyatakan dorongan dari dalam diri saat berkendara juga mempengaruhi perilaku *aggressive driving*.

Dalam Kusumastutie (2015) mengemudi agresif (*aggressive driving*) merupakan perilaku agresif yang dilakukan oleh seseorang saat dia mengemudikan kendaraannya. Definisi mengemudi agresif Menurut Hennessy & Wiesenthal dalam Kusumastutie (2015), yaitu sebagai perilaku yang secara sengaja membahayakan orang lain secara fisik, emosional, dan psikologis pada saat mengemudi. Menurut Kusumastutie (2015), mengemudi agresif merupakan perilaku mengemudi yang disengaja yang dapat meningkatkan risiko kecelakaan dan dilakukan karena ketidaksabaran, kejengkelan, sikap bermusuhan, dan usaha untuk menghemat waktu. Shinar (2007) menyatakan bahwa mengemudi agresif berakar dari rasa frustrasi yang kemudian termanifestasi pada perilaku mengemudi yang dapat membahayakan orang lain. Situasi yang dapat menimbulkan frustrasi saat mengemudi dapat berupa kemacetan maupun tundaan. Situasi eksternal ini akan dipengaruhi oleh faktor kepribadian (*personality*) maupun faktor lingkungan (*environment*).

Dalam Kusumastutie (2015), pengemudi memiliki dua pilihan, yaitu untuk mengalihkan dorongan agresinya atau memanifestasikan dorongan agresinya ke dalam bentuk perilaku mengemudi agresif. Terdapat dua macam bentuk mengemudi agresif, yaitu *hostile aggression* dan *instrumental aggression*. *Hostile aggression* merujuk pada penggunaan kata-kata kasar, penyerangan secara fisik, maupun pemberian isyarat tangan. *Hostile aggression* tidak secara langsung dapat membebaskan pengemudi dari situasi yang membuatnya frustrasi. Perilaku-perilaku ini hanya sekedar sebagai pelampiasan emosi pengemudi saja. *Instrumental aggression* dilakukan dengan asumsi bahwa dengan perilaku tersebut pengemudi dapat keluar dari situasi yang membuatnya frustrasi. Perilaku ini tampak pada perilaku menyelip, menerobos lampu merah, maupun mengikuti kendaraan di depannya dengan jarak yang

terlalu dekat. Kusumastutie (2015) mengungkapkan fenomena mengenai perilaku mengemudi agresif pada pengemudi bus banyak terjadi di Indonesia. Bahkan di awal tahun 2014 ini telah terjadi beberapa kecelakaan yang terkait dengan perilaku mengemudi agresif. Misalnya balapan antara sesama pengemudi bus yang mengakibatkan tertabraknya sebuah truk di jalan tol Merak, pengemudi bus yang menerobos palang kereta api sehingga tertabrak kereta api di Bekasi, pengemudi bus yang ugal-ugalan sehingga menyebabkan kecelakaan beruntun di Boyolali, dan beberapa kasus yang lain.

#### **2.1.4 Fasilitas**

Menurut Azhari, dkk (2016), fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan (Tjiptono, 2006). Salah satu pendukung fasilitas dengan bentuk fasilitas fisik organisasi yang digunakan sebagai alat komunikasi pelayanan terhadap konsumen. Elemen dari desain fasilitas pelayanan meliputi elemen fisik seperti *layout*, kondisi fasilitas, kelengkapan, penggunaan teknologi sebagai sarana dalam pemberian jasa, dan dekorasi yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung.

Dalam Pratama (2015) fasilitas adalah segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar kepada konsumen. Variabel fasilitas diukur dengan menggunakan skala Likert. Indikator variabel fasilitas dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Wahyu Kartika Aji dan Harry Soesanto dalam Pratama (2015) (2012) meliputi:

- a. Tersedianya berbagai pilihan armada bus.
- b. Tempat duduk di dalam bus yang nyaman.
- c. Tersedianya rumah makan bagi penumpang bus.
- d. Kendaraan bus yang baik dan nyaman.
- e. Tersedianya bantal dan selimut bagi penumpang

Menurut Jumini dan Realize (2020) fasilitas merupakan persediaan peralatan fisik yang memberikan kenyamanan bagi konsumen yang melakukan kegiatannya sehingga terpenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Konsumen mempertimbangkan ketersediaan fasilitas dalam membuat keputusan pembelian pada suatu produk atau jasa (Purbasari, 2019: 202). Tata letak dan bentuk fasilitas berkaitan dengan pandangan konsumen terhadap jasa tersebut. Trans Batam memberikan fasilitas yang cukup baik namun ada kurang pada fasilitas yang disediakan yaitu kamar mandi, kursi tunggu pendingin ruangan, dan televisis yang kurang mendukung dan mengalami kerusakan serta kurang memuaskan. Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada transportasi bus Trans Batam.
- b) Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian pada transportasi bus trans batam.
- c) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersamaan terhadap keputusan pembelian pada jasa transportasi bus trans batam.

Menurut Tjiptono, 2014 dalam Jumini dan Realize (2020) Fasilitas merupakan salah satu penunjang bisnis dimana dengan adanya fasilitas akan memberikan kemudahan serta kenyamanan bagi konsumen. Adapun indikator- indikator fasilitas:

1. Pertimbangan/ Perencanaan Spasial
2. Perencanaan Ruang
3. Perlengkapan/ Perabotan
4. Tata Cahaya Dan Warna
5. Pesan–Pesan Yang Disampaikan secara grafis

Dalam Samudr (2018) mendefinisikan —fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Kotler (2005:45) dalam Samudr (2018) mendefinisikan — fasilitas yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak



penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan. Sulastiyono (2006:32) dalam Samudr (2018) mendefinisikan —fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas atau kegiatan-kegiatannya sehingga kebutuhan-kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi dasar dalam penelitian ini. Secara ringkas penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya dapat dilihat dalam tabel berdasarkan setiap jurnal yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 2.1**  
**Rujukan Penelitian untuk variabel Minat Penumpang**

Judul	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tarif Terhadap Minat Beli Penumpang Bus Damri Unit Angkutan Kota Bandung
Sumber Jurnal	Wulan Yuliyana dan Eva Febriyani, Jurnal Ekonomi Manajemen 4 (1) (Mei 2018) 19-28
Metode Analisis	Kuantitatif
Variabel Penelitian	Variabel (X) X1. Kualitas Pelayanan X2. Tarif Variabel (Y) Minat Beli Penumpang
Hasil Penelitian	Analisis data yang digunakan adalah regresi berganda yang mana diketahui kualitas pelayanan mendapat skor 0.100 dan tarif 0,638. Hasil analisis mengidentifikasi bahwa kualitas pelayanan dan tarif sama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Penelitian ini bisa membantu Perum DAMRI dalam mengatur strategi untuk meningkatkan minat beli masyarakat.

Hubungan Dengan Penelitian	Variabel Y Minat Penumpang pada penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan variabel Minat Penumpang pada penelitian saat ini.
----------------------------	---

***Sumber Penelitian : Yuliyana dan Febriyani 2018***

Penjelasan secara ringkas dari jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan tergambar pada tabel 2.1 diatas ini. Penelitian ini berfokus pada Minat Penumpang.

**Tabel 2.2**

**Rujukan Penelitian untuk variabel *Service Quality***

Judul	Pengaruh Tarif, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Penumpang Bus Rapid Transit (BRT) Trans Semarang Koridor II Terboyo - Sisemut, Ungaran)
Sumber Jurnal	Jamaluddin Nurma Malau, Wahyu Hidayat & Sri Suryoko, Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science Tahun 2015, Hal. 1-11
Metode Analisis	<i>Purposive Sampling</i>
Variabel Penelitian	Variabel (X) X1. Tarif X2. Kualitas Pelayanan X3. Promosi Variabel (Y) Keputusan pembelian
Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa secara parsial variabel tarif memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 6,7%, variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 8,5% dan variabel promosi memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan

	pembelian sebesar 19,1%. Secara simultan tarif, kualitas pelayanan, dan promosi memberikan kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 21,5%.
Hubungan Dengan Penelitian	Variabel X2 Kualitas Pelayanan ( <i>service quality</i> ) pada penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan variabel <i>Service Quality</i> pada penelitian saat ini.

**Sumber Penelitian** : Malau, dkk 2015

Penjelasan secara ringkas dari jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan tergambar pada tabel 2.2 diatas ini. Penelitian ini berfokus pada *Service Quality*.

**Tabel 2.3**

**Rujukan Penelitian untuk variabel *Aggressive Driving***

Judul	Efek Karakteristik Individu dan Pengaruh Lingkungan Terhadap Perilaku Aggressive Driving pada Pengemudi Angkutan Umum di Kota Surabaya
Sumber Jurnal	Binti Mualifatul Rosyidah, Dewi Kurniasih, Rina Sandora, journal.ppns.ac.id ISSN: 2548-1509 (2017)
Metode Analisis	Kuantitatif
Variabel Penelitian	Variabel (X) X1. Faktor Lingkungan. Variabel (Y) Y. <i>Aggressive Driving</i>
Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini menunjukkan umur yang produktif (23-35 tahun) dan status pernikahan yang didukung kondisi panas, berdebu dan waktu tunggu yang lama ketika di terminal yang memacu seorang pengemudi bertindak menjadi agresive ketika berkendara. Oleh karena itu, perlu diambil sejumlah tindakan pengendalian agar lingkungan dapat menjadi lebih nyaman dan mendapatkan perhatian oleh pemerintah.

Hubungan Dengan Penelitian	Variabel Y <i>Aggressive Driving</i> pada penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan variabel <i>Aggressive Driving</i> pada penelitian saat ini.
----------------------------	---

**Sumber Penelitian : Rosydah, dkk 2017**

Penjelasan secara ringkas dari jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan tergambar pada tabel 2.3 diatas ini. Penelitian ini berfokus pada *Aggressive Driving*.

**Tabel 2.4 Fasilitas  
Rujukan Penelitian untuk variabel Fasilitas**

Judul	Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Po. Rosalia Indah Di Palur Karanganyar Dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi
Sumber Jurnal	Yosi Pratama, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 Edisi Khusus April 2015: 181 – 188
Metode Analisis	Kuantitatif
Variabel Penelitian	Variabel (X) X1. Harga X2. Kualitas pelayanan X3. Fasilitas Variabel (Y) Kepuasan Konsumen
Hasil Penelitian	Kesimpulannya: Ada pengaruh yang signifikan dari harga terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan transportasi bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar. Ada pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan pada kepuasan pelanggan pengguna layanan transportasi bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar. Ada pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar. Fasilitas

	memoderasi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan transportasi bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar. Fasilitas memoderasi dampak kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan transportasi bus PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar.
Hubungan Dengan Penelitian	Variabel X3 Fasilitas pada penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan variabel Fasilitas pada penelitian saat ini.

*Sumber Penelitian : Yosi Pratama 2015*

Penjelasan secara ringkas dari jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan tergambar pada tabel 2.4 diatas ini. Penelitian ini berfokus pada Fasilitas.

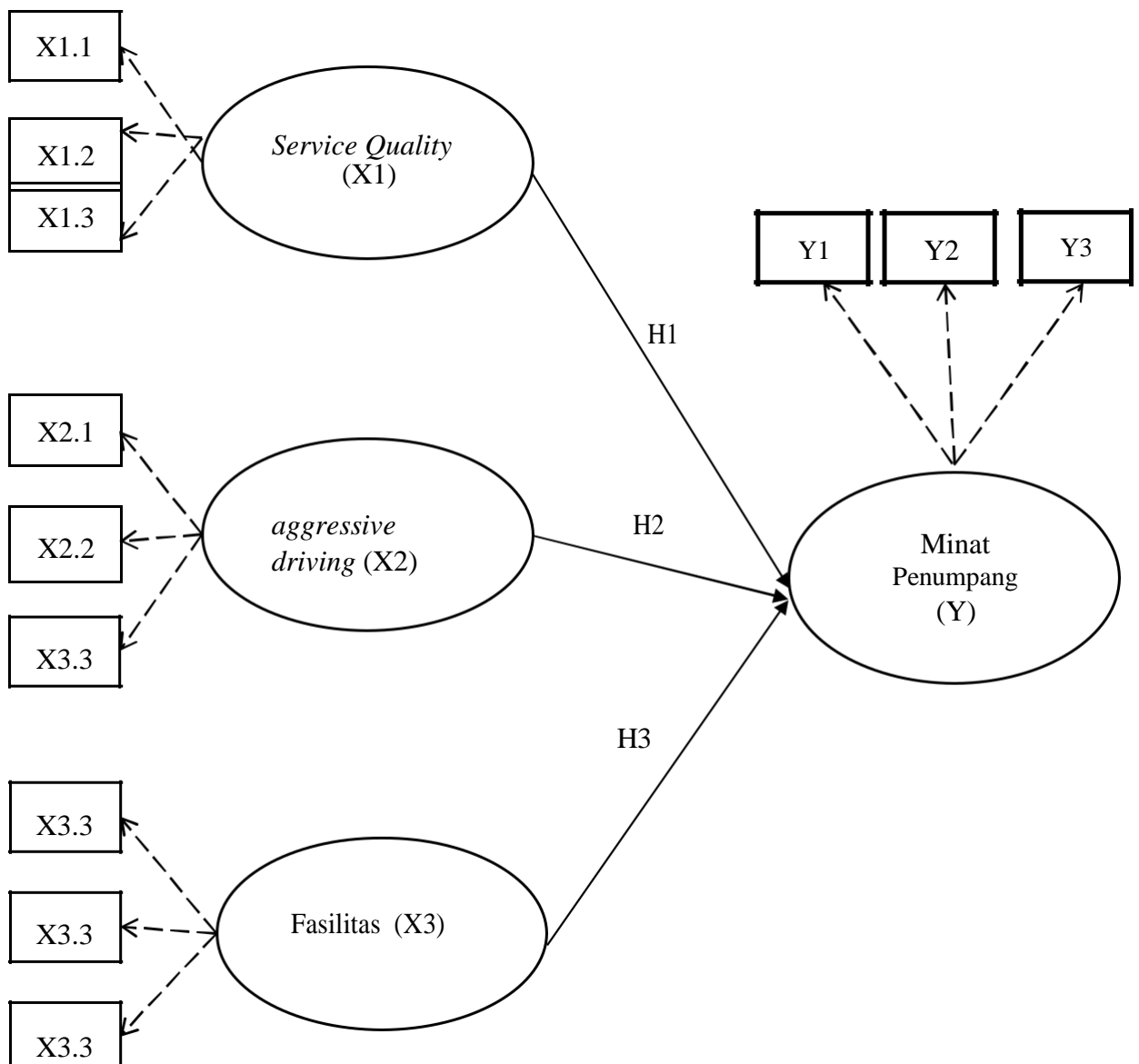
### 2.3 Hipotesis

Hipotesis menurut arti kata hipotesis berasal dari dua panggalan kata, yaitu —hypol yang artinya di bawah dan —thesal artinya kebenaran atau pendapat. Dan menurut maknanya dalam suatu penelitian hipotesis merupakan jawaban sementara dan kesimpulan yang di ambil untuk menjawab permasalahan yang di ajukan. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, pengujian hipotesis dimaksudkan untuk memutuskan apakah akan menerima atau menolak. Hipotesis berdasarkan pada data yang diperoleh dari sampel. Hipotesis juga dikatakan sebagai suatu pernyataan mengenai nilai suatu parameter populasi yang dimaksudkan untuk pengujian dan berguna untuk pengambilan keputusanya. Dalam penelitian ini hipotesis dikemukakan dengan tujuan untuk mengarahkan serta memberi pedoman bagi penelitian yang akan dilakukan. Apabila hipotesis tidak terbukti dan berarti salah, maka masalah dapat dipecahkan dengan kebenaran ditentukan dari kepututsan yang berhasil dijalankan selama ini.

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji empiris. Hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

- H1: Diduga *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penumpang pada penumpang Bus dengan Trayek Tanggamus-Bandar Lampung.
- H2: Diduga *Aggressive Driving* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penumpang pada penumpang Bus dengan Trayek Tanggamus-Bandar Lampung.
- H3: Diduga Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penumpang pada penumpang Bus dengan Trayek Tanggamus-Bandar Lampung.

#### 2.4 Kerangka Pemikiran



Keterangan:

- |   |             |       |                         |
|---|-------------|-------|-------------------------|
| ○ | = Variabel  | ----> | = Pengukur ke indikator |
| □ | = Indikator | H     | = Hipotesis             |
| → | = Pengaruh  |       |                         |

Variabel dalam penelitian ini meliputi

1. *Service Quality (X1)*  
 Indikator-indikator Kondisi kendaraan antara lain:  
 X1.1 *Reliability*  
 X1.2 *Responsivess*  
 X1.3 *Assurances*
2. *Aggressive Driving (X2)*  
 Indikator-indikator Human Factor antara lain :  
 X2.1 berkendara diatas kecepatan yang wajar  
 X2.2 melawan arah  
 X2.3 memotong lajur berkendara
3. *Fasilitas (X3)*  
 Indikator-indikator Fasilitas antara lain :  
 X3.1 Kapasitas dan kinerja fasilitas  
 X3.2 Kenyamanan fasilitas  
 X3.3 Sirkulasi udara ruang luar/dalam terlindung bau tidak sedap
4. Variabel: minat penumpang (Y.1)  
 Indikator-indikator minat penumpang Y1.1 Minat *referensial*  
 Y1.2 Minat *preferensial*  
 Y1.3 Minat *ekspoloratif*