

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Minat Penumpang

A. Pengertian Minat Beli

Menurut Ferdinand (2006) Minat Beli adalah pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Sedangkan menurut Kotler (2005) minat beli adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan membeli agar dapat memilikinya.

Sedangkan menurut Howard (dalam Essence, 2015) minat beli adalah sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk serta banyaknya unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Menurut Thamrin (2003) minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar – benar dilaksanakan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah proses awal yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk atau jasa sebelum melakukan keputusan pembelian, apabila konsumen telah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya sehingga timbul keinginan untuk memiliki dan tertarik untuk membeli produk atau jasa maka konsumen akan pengambilan keputusan pembelian untuk memperoleh produk atau jasa tersebut.

B. Aspek – Aspek Minat Beli

Menurut Ferdinand (2006) yang menjadi indikator minat beli seorang konsumen adalah sebagai berikut, yaitu:

1. Minat Transaksional

Minat Transaksi yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk Hal ini bermaksud yakni konsumen telah memiliki minat untuk melakukan pembelian pada produk yang diinginkan.

2. Minat Referensial

Minat referensi yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Hal ini bermaksud yakni konsumen yang telah memiliki minat beli akan menyarankan kepada orang lain untuk melakukan pembelian pada produk yang sama.

3. Minat Preferensial

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 prefrensinya.

4. 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.

Menurut Kinneer dan Taylor (dalam Sukmawati, 1994) aspek-aspek dalam minat beli adalah sebagai berikut:

1. Ketertarikan

Ketertarikan yaitu menunjukkan adanya pemusatan terhadap perhatian dan perasaan yang senang.

2. Keinginan

Keinginan yaitu ditunjukkan dengan adanya dorongan rasa untuk memiliki.

3. Keyakinan

Keyakinan ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

C. Faktor-faktor Minat Beli

Menurut Lidyawatie (2008), menjelaskan ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen yaitu:

1. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain.
2. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu sesungguhnya.
3. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja.
4. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orangtua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.

2.1.1 Pelayanan Penumpang

A. Pengertian Pelayanan Penumpang

Pelayanan penumpang merupakan salah satu Pelayanan terutama diberikan kepada penumpang. Penumpang adalah orang yang diangkut ataupun yang harus diangkut di dalam pesawat udara ataupun alat pengangkutan lainnya, atas

dasar persetujuan dari perusahaan ataupun badan yang menyelenggarakan angkutan tersebut.

Pelayanan atau *service* dapat didefinisikan setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Menurut Sarwani (2018) Pelayanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada

dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Adapun definisi Penumpang Menurut Supriyanta dan Syafii yaitu pembeli produk dan jasa pada suatu perusahaan adalah pelanggan perusahaan barang dan jasa mereka dapat berupa seseorang (individu) dan dapat pula sebagai suatu perusahaan. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan penumpang dapat diartikan seseorang atau kelompok yang menggunakan jasa angkutan untuk suatu perjalanan tertentu dengan mengeluarkan sejumlah uang sebagai imbalan bagi pengangkut atau orang telah membeli tiket, berarti orang yang melakukan perjalanan tersebut terikat kontrak dan persetujuan dengan pengangkut yang tertera di dalam tiket.

Menurut Taufana 2014 dalam Sarwani (2019) berpendapat bahwa pelayanan merupakan upaya untuk membantu orang lain apa yang menjadi keperluannya maupun kepentingannya. Pelayanan juga harus ditunjang dari kinerja para penyedia layanan jasa sehingga dapat bekerja sesuai dengan ketentuan instansi Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai Pelayanan adalah salah satu strategi produk, produk perusahaan biasanya mencakup berbagai pelayanan itu bisa merupakan bagian kecil atau bagian besar dari seluruh produk.

B. Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Pelayanan Penumpang

Pelayanan Penumpang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut:

1. Ketepatan Waktu Pelayanan

Hal – hal yang perlu diperhatikan disini berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses, semakin cepat waktu yang digunakan untuk melakukan pelayanan maka semakin baik citra dari perusahaan.

2. Kelengkapan

Yaitu menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementer lainnya.

3. Kemudahan Mendapatkan Pelayanan

Hal ini berkaitan dengan banyaknya *outlet*, banyak petugas yang melayani seperti kasir, *staff* administrasi dan lain lain.

4. Tanggung Jawab

Berkaitan dengan penerimaan pesan dan penanganan keluhan dari konsumen.

C. Jenis – Jenis Pelayanan

Jenis-jenis pelayanan penumpang menurut Supriyanta dan Syafii (2018) adalah sebagai berikut :

1. Pelayanan Keselamatan di terminal meliputi : Informasi dan fasilitas keamanan, Informasi dan fasilitas kesehatan.
2. Pelayanan Keamanan dan Ketertiban di terminal meliputi: Fasilitas keamanan berupa ruang tunggu penumpang dan pengantar/ penjemput, Naik turun penumpang dari dan ke kapal, Pos dan petugas keamanan, mFormasi gangguan keamanan, Peralatan dan pendukung keamanan.
3. Pelayanan Kehandalan/ Keteraturan di terminal meliputi : Kemudahan untuk mendapatkan tiket Informasi mengenai jadwal keberangkatan dan kedatangan kapal.
4. Pelayanan Kenyamanan, meliputi : Ruang tunggu, Gate/ koridor boarding Garbarata, Toilet, Tempat ibadah, Lampu penerangan, Fasilitas kebersihan, Fasilitas pengatur suhu, Ruang pelayanan kesehatan dan Area merokok.
5. Pelayanan Kemudahan, di terminal meliputi: Informasi pelayanan, Informasi waktu kedatangan dan keberangkatan kapal, Informasi gangguan perjalanan kapal, Informasi angkutan lanjutan, Fasilitas layanan penumpang, Fasilitas kemudahan naik/ turun penumpang, Tempat parkir, Pelayanan bagasi penumpang.
6. Pelayanan Kesetaraan di terminal meliputi : Fasilitas penyandang difable, Ruang ibu menyusui, Standar pelayanan penumpang angkutan laut di terminal merupakan pedoman bagi penyelenggaraan terminal

penumpang angkutan laut dalam memberikan pelayanan jasa kepada seluruh penumpang kapal laut. Standar pelayanan terminal penumpang angkutan laut wajib disediakan dan dilaksanakan oleh penyelenggaraan terminal penumpang angkutan laut berdasarkan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 37 tahun 2015 dan tambahan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 119 tahun 2015 tentang Standar Pelayanan Penumpang Angkutan Laut di Terminal.

2.1.2 Fasilitas

A. Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang berupa benda maupun uang yang dapat memudahkan serta memperlancar pelaksanaan suatu usaha tertentu. (Sam : 2012).

Menurut (Tjiptono dalam Haryanto 2013) fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang memudahkan konsumen dalam usaha bergerak di bidang jasa, maka segala fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat secara langsung.

Menurut (Tjiptono dalam Azhari 2016) fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan. 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.

Menurut (Tjiptono, 2008) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior,

kebersihan lingkungan serta kualitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Desain fasilitas jasa sangat berkaitan pembentukan resepsi pelanggan.

Masih banyak penyedia jasa yang tidak menyadari bahwa tata letak fasilitas jasa 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.

B. Unsur – Unsur Yang Perlu Dipertimbangkan Dalam Tata Letak Fasilitas Jasa.

Berikut unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam tata letak fasilitas jasa antara lain (Mudie dan Cottan, 2003):

1. Pertimbangan Spesial/Perencanaan Keruangan

Aspek–aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna dan lain–lain dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya. Respon inilah yang dipersepsikan sebagai kualitas visual. Kualitas ini dapat dimanipulasi atau dikendalikan perancang untuk menciptakan lingkaran tertentu yang mampu mendorong terbentuknya respon yang diinginkan dari pelanggan.

2. Perencanaan Ruangan

Perencanaan ruangan mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain–lain.

3. Perlengkapan/Perabotan

Perlengkapan/perabotan memiliki berbagai fungsi, diantaranya sebagai sarana pelindung barang–barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunanya.

4. Tata Cahaya

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah cahaya di siang hari (daylighting), warna, jenis, dan sifat aktifitas yang dilakukan didalam ruangan, persepsi penyediaan jasa akan tugasnya, tingkat ketajaman penglihatan, dan suasana yang diinginkan (tenang, damai, segar, riang, gempita dan lain–lain).

5. Warna

Banyak orang yang menyatakan bahwa warna memiliki bahasanya sendiri, dimana warna dapat mengerakkan perasaan dan emosi.

C. Faktor - Faktor Yang Berpengaruh Signifikan Terhadap Fasilitas Jasa.

1. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu jasa sering kali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Sebagai contoh desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruangan peralatan medis yang presentative, ruang pasien yang nyaman, kamar pasien yang bersih. (Haryanto 2013)

2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan akan ruang atau tempat

Setiap perusahaan jasa membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan fasilitas jasanya. Dalam menentukan lokasi fisik diperlukan beberapa faktor yaitu kemampuan finansial, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah dan pembebasan tanah, dan lain – lain.

3. Fleksibelitas

Fleksibelitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berfluktuasi dan jika spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan relative besar. Kedua kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan kemungkinan perkembangan dimasa datang (Haryanto,2013).

4. Faktor estetis

Fasilitas jasa yang tertata rapi, menarik akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa, selain itu aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerjanya juga meningkat.

5. Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat (terutama masalah sosial dan lingkungan hidup) dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan

6. Biaya konstruksi dan operasi

Kedua jenis biaya ini dipengaruhi desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kebutuhan energy ruangan, yang berkaitan dengan perubahan suhu.

2.1.3 Kenyamanan

A. Pengertian Kenyamanan

Kenyamanan adalah suatu kondisi perasaan seseorang yang merasa nyaman berdasarkan persepsi masing – masing individu. Sedangkan nyaman merupakan suatu keadaan telah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia yang bersifat individual akibat beberapa faktor kondisi lingkungan. Secara harfiah pengertian kenyamanan dapat kita lihat dari Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu keadaan yang nyaman, untuk memenuhi suatu keadaan yang nyaman maka harus mampu memberikan rasa nyaman. Penjelasan yang lebih terarah menurut SNI 03-1733-2004 kriteria kenyamanan adalah sebagai berikut : dicapai dengan kemudahan pencapaian (aksesibilitas), kemudahan berkomunikasi (internal/eksternal, langsung atau tidak langsung), kemudahan berkegiatan (prasarana dan sarana lingkungan tersedia).

Kenyamanan bisa ditimbulkan dengan memberikan penanganan keluhan yang efisien sehingga terdapat peluang mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan pengguna jasa perusahaan yang puas, bahkan menjadi pelanggan yang abadi.

Menurut (Monier, 2002) Kenyamanan dibedakan menjadi 2 bagian, yaitu sebagai berikut :

1. Kenyamanan fisik, yaitu sebuah tempat untuk menunggu, beristirahat, berbicara dan berbisnis.
2. Kenyamanan psikologis, yaitu kepastian bahwa mereka akan diperlakukan secara pantas dan keyakinan bahwa anda akan memenuhi kebutuhan mereka .

B. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kenyamanan

Kenyamanan dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

1. Aman

Aman menjadi salah satu hal yang dipikirkan pertama kali ketika akan menggunakan transportasi umum. Contoh dalam menggunakan BRT Trans Jateng, penumpang akan berpikir kenyamanan yang diberikan BRT Trans Jateng dalam hal aman terlebih dahulu. Aman dalam berkendara juga menjadi peran yang banyak menentukan untuk menggunakan transportasi tersebut. Karena hal itu menjadi masalah pada kebanyakan penumpang. Apalagi Isu rawannya menggunakan transportasi umum juga berpengaruh terhadap kenyamanan penumpang.

2. Fasilitas

Fasilitas adalah sesuatu yang harus bernilai tinggi. Karena dengan disediakan nya fasilitas pada jasa transportasi akan menimbulkan rasa nyaman penumpang. Sehingga penumpang akan selalu menggunakan jasa transportasi tersebut. Fasilitas yang biasanya penumpang kehendaki yaitu tersedianya AC (Air Conditioner), music yang membuat rileks dan lain-lain yang mendukung kenyamanan penumpang.

3. Lingkungan

Lingkungan juga menjadi salah satu faktor kenyamanan dalam menggunakan jasa transportasi. Lingkungan yang membuat penumpang nyaman yaitu lingkungan yang bersih, rapi dan lain-lain. Lingkungan sering menjadi pusat perhatian untuk penumpang apabila

menggunakan jasa transportasi. Penumpang akan merasakan nyaman apabila suasana didalam suatu bus terasa sejuk dan bersih sesuai dengan yang diharapkan.

C. Jenis – Jenis Kenyamanan

1. Kenyamanan fisik,

Kenyamanan fisik merupakan jenis kenyamanan yang dapat dirasakan langsung oleh sensasi tubuh setiap orang

2. Kenyamanan psikospiritual,

Kenyamanan psikospiritual merupakan jenis kenyamanan yang berkenaan dengan kesadaran internal diri, yang meliputi konsep diri, harga diri, makna kehidupan, seksualitas hingga hubungan yang sangat dekat dan lebih tinggi.

3. Kenyamanan lingkungan

Berkenaan dengan lingkungan, kondisi dan pengaruh dari luar kepada manusia seperti temperatur, warna, suhu, pencahayaan, suara, dan lain-lain.

4. Kenyamanan sosial kultural

Berkenaan dengan hubungan interpersonal, keluarga, dan sosial atau masyarakat.

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk mengadakan penelitian, tidak terlepas dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu dengan tujuan untuk memperkuat hasil dari penelitian yang sedang dilakukan, selain itu hal ini juga bertujuan untuk membandingkan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Berikut ringkasan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti selama melakukan penelitian. Terdapat tinjauan empirik atau penelitian terdahulu yang menjadi landasan dilakukannya penelitian ini.

2.2.1 Rujukan Jurnal Penelitian Untuk Variabel Minat Penumpang

Tabel 2. 1

Rujukan Penelitian Untuk Variabel Minat Penumpang

Sumber Penelitian	Regi Miranda & Nurdasila, Journal Ekonomi Management Vol. 5, Halaman 310-321 No. 2, Mei 2020.
Judul	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Citra Merk Terhadap Niat Beli Ulang Jasa Transportasi P.O Simpati Star Di Kota Banda Aceh.
Metode Analisis Data	Penelitian ini menggunakan metode Analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS
Variabel Penelitian dan Indikator	Variabel X: X1: Kualitas Pelayanan X2: Kepercayaan X3: Citra Merk Variabel Y: Y: Minat Beli Ulang
Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa $Y = 0,635 X1 + 0,755 X2 + 0,618 X3 + e$ <p>a. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang dengan signifikan sebesar 0.000, dikarenakan nilai signifikan lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%.</p> <p>b. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat beli ulang dengan tingkat signifikan sebesar 0.000, dengan tingkat signifikasinya lebih kecil dari pada tingkat signifikasinya 5% maka variable ini memiliki pengaruh signifikan.</p> <p>c. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap nilai beli ulang dengan tingkat signifikan sebesar</p>

	0.000, dengan tingkat signifikasinya lebih kecil dari pada tingkat signifikansi 5% maka variabel ini memiliki pengaruh signifikan.
Hubungan dengan Penelitian	Dari kesimpulan jurnal penelitian terdahulu terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulis yaitu variabel Minat Penumpang.

Sumber : Jurnal Penelitian yang di publikasikan pada tahun 2020

2.2.2 Rujukan Jurnal Penelitian Untuk Variabel Pelayanan Penumpang

Tabel 2. 2

Rujukan Penelitian Untuk Variabel Pelayanan Penumpang

Sumber Penelitian	Wulan Yuliyana, dan Eva Febriyani, Jurnal Ekonomi Manajemen, Volume 4, Halaman 19-28, No. 1, Mei 2018
Judul	Pengaruh kualitas pelayanan dan tarif terhadap Minat beli penumpang bus damri unit angkutan Kota bandung
Metode Analisis Data	Penelitian ini menggunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda.
Variabel Penelitian dan Indikator	Variabel X: X ₁ : Kualitas Pelayanan X ₂ : Tarif Variabel Y: Y: Minat Beli
Hasil Penelitian	Dari sebagian besar responden atau yang menggunakan bus DAMRI adalah berjenis kelamin perempuan sebesar 58%, adapun sebagian besar responden berusia 20-30 tahun sebesar 84%, sebagian besar responden bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebesar 65%, dan sebagian besar

	responden berpendapatan perbulan
Hubungan dengan Penelitian	Dari kesimpulan jurnal penelitian terdahulu terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulis yaitu variabel Pelayanan Penumpang.

Sumber : Jurnal Penelitian yang di publikasikan pada tahun 2018

2.2.3 Rujukan Jurnal Penelitian Untuk Variabel Fasilitas

Tabel 2. 3

Rujukan Penelitian Untuk Variabel Fasilitas

Sumber Penelitian	Yosi Pratama, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Volume 15, April 2015
Judul	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan , dan Fasilitas, Terhadap Keputusan Konsumen PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar
Metode Analisis Data	Penelitian ini menggunakan metode <i>convenience sampling</i>
Variabel Penelitian dan Indikator	Variabel X: X ₁ : Harga X ₂ : Kualitas Pelayanan X ₃ : Fasilitas Variabel Y: Y: Kepuasan Konsumen
Hasil Penelitian	1.terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah. 2 terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah. 3.fasilitas tidak memoderasi pengaruh harga

	terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah. 4.fasilitas tidak memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa transportasi Bus PO. Rosalia Indah
Hubungan dengan Penelitian	Dari kesimpulan jurnal penelitian terdahulu terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulis yaitu variabel Fasilitas Penumpang.

Sumber : Jurnal Penelitian yang di publikasikan pada tahun 2015

2.2.4 Rujukan Jurnal Penelitian Untuk Variabel Kenyamanan

Tabel 2. 4

Rujukan Penelitian untuk variabel Kenyamanan

Sumber Penelitian	Eva Ruswinda, Rois Arifin, A Agus Priyono, Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, Volume 8 No. 2 Februari 2019.
Judul	Pengaruh Faktor Harga, Keamanan, Kenyamanan dan Ketepatan Waktu Terhadap Pembelian Tiket Kereta Api Ekonomi AC Penataran Jurusan Surabaya – Malang – Blitar
Metode Analisis Data	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.
Variabel Penelitian dan Indikator	Variabel X : X ₁ : Tarif X ₂ : Kualitas Pelayanan Variabel Y : Keputusan Penumpang
Hasil Penelitian	Kesimpulan Penelitian ini adalah Apabila tarif dinaikan,maka keputusan pembelian juga akan menurun. Apabila kualitas pelayanan ditingkatkan

	maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Apabila tariff dan kualitas pelayanan semakin baik maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.
Hubungan dengan Penelitian	Variabel Pelayanan dalam penelitian terdahulu sebagai rujukan untuk Kenyamanan pada penelitian ini.

Sumber : Jurnal Penelitian yang di publikasikan pada tahun 2019

2.2.5 Rujukan Jurnal Penelitian Untuk Variabel Pelayanan

Tabel 2. 5

Rujukan Penelitian untuk variabel Pelayanan

Sumber Penelitian	Budi Fermansah, Hari Susanta, Widiartanto, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Volume 4 No. 2 Tahun 2015.
Judul	Pengaruh Tarif dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penumpang Dalam Memilih Jasa Transportasi Po. Sumber Alam
Metode Analisis Data	Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif.
Variabel Penelitian dan Indikator	Variabel X : X ₁ : Harga X ₂ : Keamanan X ₃ : Kenyamanan X ₄ : Ketepatan Waktu Variabel Y : Minat Beli tiket
Hasil Penelitian	1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli tiket kereta api Penataran. Hal ini ditunjukkan dengan harga pada variabel keputusan pembelian didapatkan nilai t

	<p>hitung (2,973) lebih dari t tabel (1,986) atau nilai signifikansi (0,004) kurang dari alpha (0,050) sehingga terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga dengan variabel keputusan pembelian.</p> <p>2. Keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Penataran. Hal ini ditunjukkan dengan keamanan pada variabel keputusan pembelian didapatkan nilai t hitung (3,907) lebih dari t tabel (1,986) atau nilai signifikansi (0,000) kurang dari alpha (0,050) sehingga terdapat pengaruh signifikan antara variabel keamanan terhadap variabel keputusan pembelian.</p> <p>3. Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Penataran. Hal ini ditunjukkan dengan kenyamanan terhadap variabel keputusan pembelian didapatkan nilai t hitung (2,632) lebih dari t tabel (1,986) atau nilai signifikansi (0,010) kurang dari alpha (0,050) sehingga terdapat pengaruh signifikan antara variabel kenyamanan terhadap variabel keputusan pembelian.</p> <p>4. Ketepatan Waktu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket kereta api Penataran. Hal ini ditunjukkan dengan ketepatan waktu terhadap variabel keputusan pembelian didapatkan nilai t hitung (3,693) lebih dari t tabel (1,986) atau nilai signifikansi (0,000) kurang dari alpha (0,050) sehingga terdapat pengaruh signifikan antara variabel ketepatan waktu terhadap variabel</p>
--	---

	keputusan pembelian.
Hubungan dengan Penelitian	Variabel Kenyamanan dalam penelitian terdahulu sebagai rujukan untuk Kenyamanan pada penelitian ini.

Sumber : Jurnal Penelitian yang di publikasikan pada tahun 2015

Penelitian diatas merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu yang penulis ambil dan semuanya terdapat empat variabel independen antara lain : Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Kenyamanan (X3) ketiga faktor tersebut memiliki masing-masing indikator yang berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

2.3 Hipotesis

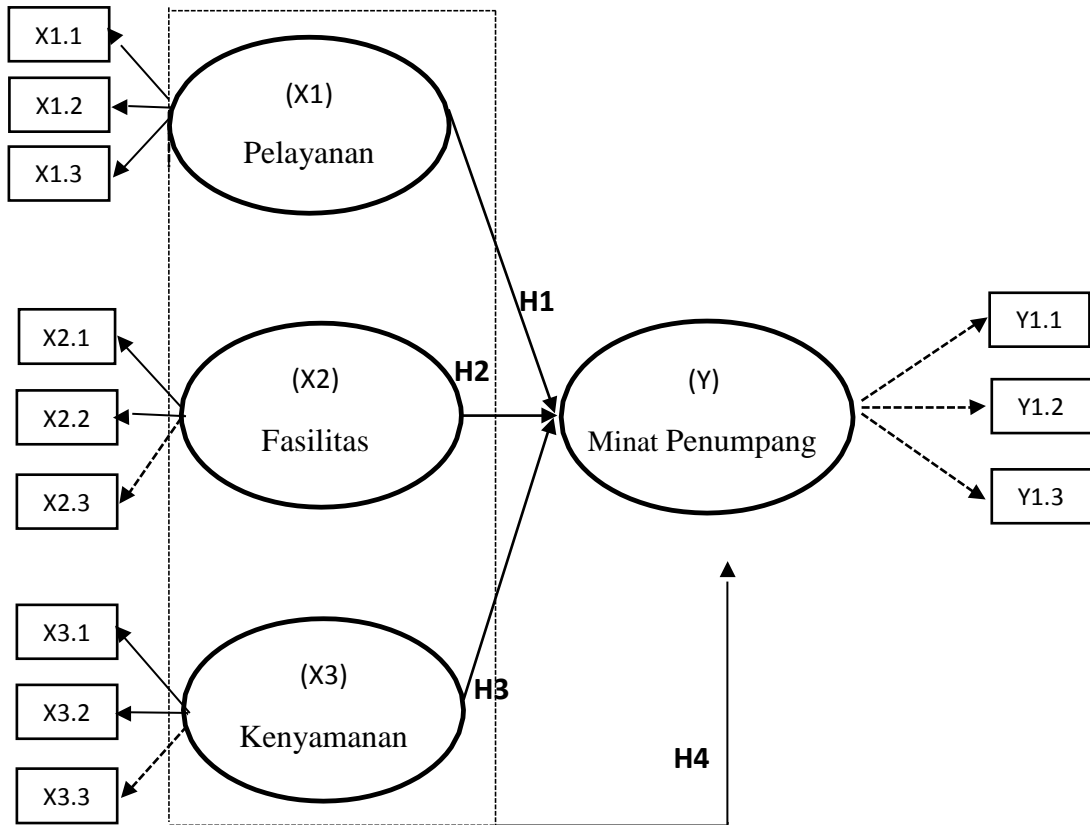
Dalam penelitian kuantitatif, hipotesis merupakan komponen yang sangat penting di dalam sebuah penelitian. Sugiyono (2013: 96) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan permasalahan penelitian. Hal tersebut juga didukung oleh Kerlinger (2006: 30), hipotesis adalah pernyataan dugaan (conjectural) tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Nazir (2005: 154) menyatakan bahwa menemukan suatu hipotesis merupakan kemampuan peneliti dsalam mengaitkan masalah-masalah dengan variabel-variabel yang dapat diukur dengan menggunakan suatu kerangka analisis yang dibentuknya. Hipotesis menghubungkan antara satu variabel dan variabel lainnya secara umum maupun khusus dan selalu menggunakan kalimat pernyataan. Didalam penelitian ini, hipotesis digunakan sebagai pedoman untuk penelitian yang akan dilakukan.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- H1** :Diduga Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penumpang KM. Kelimutu PT. PELNI Semarang
- H2** :Diduga Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penumpang KM. Kelimutu PT. PELNI Semarang

- H3** :Diduga Kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penumpang KM. Kelimutu PT. PELNI Semarang
- H4** :Diduga Pelayanan, Fasilitas, dan Kenyamanan secara simultan berpengaruh positif terhadap Minat Penumpang KM. Kelimutu PT. PELNI Semarang

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

= Variabel \longrightarrow = Pengaruh
 = Indikator \dashrightarrow = Pengukur
 H = Hipotesis

Sumber : Jurnal Penelitian Terdahulu yang di publikasi

Variabel dan indikator yang dikembangkan dalam penelitian ini meliputi :

1. Pelayanan Penumpang (X1)

Indikator-indikator Pelayanan Penumpang antara lain :

X1.1 = Ketanggapan

X1.2 = Jaminan dan Kepastian

X1.3 = Empati

(Sumber : Wulan Yuliana dan Eva Febriyani, 2018)

2. Fasilitas (X2)

Indikator-indikator Fasilitas antara lain :

X2.1 = Tata Ruang

X2.2 = Kapasitas Ruang

X2.3 = Perlengkapan atau Perabotan

(Sumber : Yosi Pratama, 2015)

3. Kenyamanan (X3)

Indikator-indikator Kenyamanan antara lain :

X3.1 = Kondisi Sanitasi

X3.2 = Kondisi Akomodasi

X3.3 = Kondisi Jalur Penumpang

(Sumber : Eva Ruswinda, 2019)

4. Minat Penumpang (Y)

Indikator-indikator Minat Penumpang antara lain:

Y1 = Minat Transaksional

Y2 = Minat Referensial

Y3 = Minat Preferensial

(Sumber : Regi Miranda dan Nurdasila, 2020)