

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi seperti sekarang ini khususnya di Indonesia padatnya penduduk di iringi semakin kompleksnya kebutuhan dan berbagai aktivitas manusia dalam melakukan mobilitas baik melakukan pekerjaan, sekolah, pariwisata, penelitian maupun traveling. Hal ini semakin berdampak pada kebutuhan akan sektor jasa transportasi baik darat, laut, maupun udara. Adanya perekonomian global dewasa ini mendorong pertumbuhan sektor jasa yang begitu cepat. Keadaan ini yang menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar moda transportasi baik darat, laut, maupun udara didalam eksistensi perusahaan bersaing memberikan layanan yang terbaik untuk memperoleh penumpang.

Di Indonesia terdapat berbagai alat transportasi salah satunya transportasi darat yang diberikan perhatian khusus oleh pemerintah dan para pengguna jasa transportasi. Perkembangan teknologi transportasi darat di Indonesia telah mencapai satu titik dimana kualitas serta kuantitasnya boleh disamakan dengan negara berkembang lainnya. Dengan kata lain kemajuan yang cukup berarti telah diraih. Hal ini bisa kita lihat dengan beragamnya kendaraan yang telah beroperasi di jalan raya baik itu di kota-kota besar maupun terpencil sekalipun. Berbagai ukuran bus dari yang kecil, sedang hingga besar sebagai sarana angkutan umum masal telah beroperasi dengan lancar, yang melayani berbagai rute seperti dalam kota atau antar kota dalam provinsi, lintas provinsi maupun pulau.

Transportasi merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia untuk bergerak dari satu tempat ke tempat lain. Transportasi sering dikatakan sebagai permintaan turunan (*deverived demand*) yang artinya permintaan tersebut timbul karena adanya suatu kegiatan aktivitas yang membutuhkan komponen-komponen dalam pergerakan sebagai salah satu inputnya. Intensitas transportasi dapat menjadi indikasi seberapa besar kebutuhan pergerakan yang artinya juga menunjukkan kegiatan yang mendasarinya. Hal tersebutlah yang saat ini menjadi masalah di

kegiatan yang mendasarinya. Hal tersebutlah yang saat ini menjadi masalah di Indonesia khususnya di kota Semarang antara lain karena kurangnya kapasitas sektor transportasi baik secara kuantitas maupun kualitas untuk dapat memenuhi kebutuhan pergerakan.

Terminal adalah pengkalan kendaraan Angkutan Umum (AU) yang digunakan untuk mengatur kedatangan dan keberangkatan, menaikkan dan menurunkan orang dan/atau barang, serta perpindahan moda angkutan (UU No.22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan). Di dalam area terminal pada umumnya tersedia fosos, fasum, serta fasek seperlunya tergantung pada tipe terminal. Dalam operasi pelayanan jasa angkutan (khususnya angkutan perkotaan) pada jarak-jarak tertentu tersedia perhentian angkutan umum (*halte*) tempat menaikkan dan menurunkan penumpang. Fasilitas perhentian sangat sederhana, hanya tersedia rambu perhentian angkutan umum dan tempat berdiri bagi calon penumpang menunggu angkutan umum. Perhentian dapat pula berbentuk teluk jalan tempat angkutan umum berhenti dan turun-naik penumpang ada yang berdangau (*shelter*) pelindung penumpang terhadap sengatan sinar matahari atau terpaan air hujan, dan tempat duduk sekedarnya. Perhentian dengan teluk jalan akan mengurangi hambatan/gangguan bagi laju kendaraan lain.

Semarang merupakan ibukota dari Jawa Tengah, pertumbuhan masyarakat di Kota Semarang pun tidak kalah padat dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya. Berdasarkan data BPS jumlah penduduk kota Semarang pada tahun 2021 tercatat sebesar 1,680,417 jiwa. Di sisi lain, penyebaran penduduk di masing-masing kecamatan yang ada di kota Semarang belum merata. Di wilayah kota Semarang, tercatat kecamatan Semarang Selatan sebagai wilayah terpadat, sedangkan di kecamatan Mijen merupakan wilayah yang kepadatannya paling rendah dari seluruh kecamatan-kecamatan yang ada dari seluruh kecamatan-kecamatan yang ada di kota Semarang. Adanya peningkatan jumlah penduduk dan peningkatan kendaraan bermotor akan menimbulkan permasalahan seperti kepadatan penduduk dan kemacetan. Padatnya jumlah penduduk mendorong kebutuhan masyarakat yang semakin beragam dan berkembang. Persebaran

penduduk di kota Semarang masih belum merata, masih tersentral di pusat kota sedangkan masyarakat yang berada di pinggiran kota butuh akses transportasi untuk menjangkau segala aktivitas mereka. Masyarakat lebih memilih kendaraan pribadi karena memiliki fleksibilitas yang tinggi dan ekonomis. Untuk mengurangi dampak dari meledaknya jumlah kendaraan pribadi Pemerintah harus memberikan pelayanan publik berupa alat transportasi yang dapat memenuhi standar pelayanan minimal dalam angkutan umum.

Penerapan sistem angkutan umum yang cepat dan efisien sehingga masyarakat lebih tertarik dengan angkutan umum. Upaya tersebut dapat menekan kenaikan jumlah kendaraan pribadi. Jasa transportasi yang ada masih dianggap kurang ekonomis, tidak nyaman dan tidak aman. Jika pemerintah tidak mengeluarkan kebijakan tentang penyediaan alat transportasi umum yang berbasis nyaman, murah dan cepat. Hal tersebut dapat dipastikan peningkatan jumlah kendaraan pribadi akan terus meningkat. Pemerintah Kota Semarang pada tahun 2009 mulai merealisasikan transportasi umum massal cepat dengan tarif terjangkau seperti yang telah diterapkan di kota-kota besar seperti Jakarta yaitu pembuatan busway atau BRT.

Bus Rapid Transit atau disingkat BRT adalah sebuah sistem bus yang cepat, nyaman, aman dan tepat waktu dari 3 infrastruktur. BRT mempunyai ciri-ciri yaitu, tempat pemberhentian khusus, bus khusus, sistem ticketing khusus, jalur khusus, frekuensi pelayanan sering dan teratur sepanjang hari. Bus ini mengangkut penumpang dari stasiun Tawang ke terminal Bawen ataupun sebaliknya. Bus Rapid Transit Trans Jawa Tengah mempunyai 25 armada bus, 13 bus berangkat dari terminal Bawen dan 12 bus berangkat dari stasiun Tawang. Berikut ini perkembangan BRT trans Jateng dari segi penumpang yang menggunakan BRT Trans Jateng.

Melihat uraian di atas, perusahaan jasa seperti bus BRT Trans Jateng seharusnya memiliki rancangan strategi untuk mencapai tujuan mempertahankan pelanggan dan membuat mereka merasa puas terutama karena produk jasanya yang tidak berwujud *intangible*. Dengan persaingan yang semakin ketat, dimana

semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, produk jasa menempatkan orientasi kepada kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pengguna BRT sebagai tujuan utama untuk merebut hati pelanggan.

Kualitas pelayanan terutama dalam bisnis jasa, yang dalam pembahasan ini adalah perusahaan angkutan umum merupakan salah satu pemikiran yang sering digunakan dalam menilai angkutan tersebut seutuhnya, dan pelangganlah yang menilai seutuhnya. Kualitas pelayanan menurut Cristina (2016), dalam Khakim Lukman (2016), prespektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari jasa transfer. Perusahaan yang memberikan komitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan kualitas 4 pelayanan akan menikmati keunggulan persaingan sehingga perusahaan akan membina loyalitas dan membina hubungan pelanggan dengan sukses.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan menurut Kotler (2016). Salah satu faktor yang menjadikan penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan yang ketat dan banyaknya alternatif pilihan transportasi sehingga konsumen menjadi selektif. Mengantisipasi keadaan tersebut adalah bagaimana menciptakankualitas layanan, harga dan peningkatan jumlah pengguna BRT Trans Jateng yang dapat menarik kepuasan penumpang.

**Tabel 1.1**

**Tabel Penelitian Jumlah penumpang BRT Trans Jateng Koridor 1 saat Pandemi Covid-19 Selama Delapan Hari Operasional (Desember 2020)**

<b>Nomor</b>	<b>Hari dan Tanggal</b>	<b>Jumlah Penumpang</b>
<b>1.</b>	<b>Senin, 7</b>	<b>15</b>
<b>2.</b>	<b>Selasa, 8</b>	<b>17</b>
<b>3.</b>	<b>Rabu, 9</b>	<b>14</b>

4.	<b>Kamis, 10</b>	<b>16</b>
5.	<b>Jumat, 11</b>	<b>15</b>
6.	<b>Sabtu, 12</b>	<b>17</b>
7.	<b>Minggu, 13</b>	<b>18</b>
8.	<b>Senin, 14</b>	<b>13</b>
<b>Jumlah</b>		<b>125</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>15,6 dibulatkan jadi 16</b>

Sumber : Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Tengah (2020)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah penumpang BRT Trans Jateng 2020 pada beberapa bulan terakhir ini mengalami naik turun. Jumlah penumpang ini dipengaruhi beberapa faktor eksternal maupun internal salah satunya pandemi covid-19 yang juga berpengaruh terhadap minat penumpang yang akan menggunakan jasa sarana transportasi umum BRT Trans Jateng.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas serta penelitian, maka peneliti merasa tertarik untuk mengetahui lebih terperinci mengenai kualitas pelayanan, harga, dan peningkatan jumlah pengguna jasa BRT terhadap kepuasan pengguna jasa BRT, sehingga peneliti memutuskan untuk mengambil judul **“ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PENGGUNA JASA BRT TRANSJATENG PADA KORIDOR 1 RUTE STASIUN TAWANG– TERMINAL BAWEN”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas diketahui ada beberapa faktor yang mempengaruhi timbulnya suatu keinginan konsumen terhadap pelayanan, harga, kenyamanan, serta fasilitas Bus Rapid Transit Trans Jateng Tawang Bawen, seperti faktor kualitas pelayanan, persepsi harga, kenyamanan, dan fasilitas terhadap kepuasan pengguna jasa. Oleh karena itu, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Rapid Transit Trans Jateng Tawang-Bawen ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Rapid Transit Trans Jateng Tawang-Bawen ?
3. Apakah kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Rapid Transit Trans Jateng Tawang-Bawen ?
4. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Rapid Transit Trans Jateng Tawang-Bawen ?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini yaitu:

1. Untuk Menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Rapid Transit Trans Jateng Tawang-Bawen.
2. Untuk menganalisis persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Rapid Transit Trans Jateng Tawang-Bawen
3. Untuk Menganalisis kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Rapid Transit Trans Jateng Tawang-Bawen
4. Untuk Menganalisis fasilitas berpengaruh terhadap terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Rapid Transit Trans Jateng Tawang-Bawen

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Berbicara tentang kegunaan penelitian biasanya berisi tentang kontribusi penelitian terhadap teori dan praktik. Penjelasan tentang kegunaan penelitian dapat mencakup untuk penulis, UNIMAR “AMNI” Semarang, instansi tempat penelitian yang mana dalam hal ini yaitu Balai Transportasi Jawa Tengah dan pembaca. Kegunaan penelitian juga harus mencakup bagaimana penelitian ini bermanfaat atau berdampak pada orang lain. Berikut kegunaan penelitian yaitu:

1. Bagi Penulis

Memberikan tambahan referensi tentang keputusan menggunakan BRT

Trans Jateng. Mempermudah mendapatkan informasi dan diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi penulis.

#### 2. Bagi UNIMAR AMNI Semarang

Sebagai bahan informasi tentang keputusan penumpang dalam menggunakan transportasi umum yang modern, dan memberi masukan tentang bagaimana meningkatkan bimbingan skripsi. Dan juga menambah referensi sebagai bahan penelitian masa yang akan datang.

#### 3. Bagi Balai Transportasi Jawa Tengah

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan informasi kepada Balai Transportasi Jawa Tengah terkait beberapa faktor yang mempengaruhi penumpang menggunakan BRT Trans Jateng. Adanya penelitian juga dapat meningkatkan BRT Trans Jateng kedepannya selalu berbenah agar pengguna jasa lebih merasa nyaman.

#### 4. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam hal pengguna jasa angkutan.

### **1.4 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran tentang penelitian yang akan dilakukan maka dibuatlah sistematika yang akan memberikan informasi tentang isi dari masing-masing bab, adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tinjauan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

#### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang pengertian pengaruh kualitas pelayanan, harga, kenyamanan dan kepuasan pengguna jasa BRT trans jateng. Penelitian terdahulu, hipotesis serta kerangka pemikiran teoritis.

### BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data, pembahasan, dan diagram alur penelitian.

### BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian dan analisis data dan pembahasan.

### BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan data dan saran yang diperoleh dari hasil penelitian. Saran dapat diberikan pada pihak-pihak terkait untuk koreksi terhadap studi selanjutnya.

Daftar Pustaka

Lampiran-Lampiran



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjau Pustaka dan Penelitian Terdahulu**

##### **2.1.1 Kualitas Pelayanan**

Menurut Januar (2016:266). Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Dalam hal ini apabila pemberi jasa seperti BRT Trans Jateng meningkatkan kualitas pelayanan, maka keputusan penumpang dalam menggunakan BRT Trans Jateng meningkat. Sehingga sangat menguntungkan bagi BRT Trans Jateng.

Pelayanan yang baik dan berkualitas juga akan mampu memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan yang terpenuhi harapannya, bahkan terlampaui dipastikan pelanggan tersebut akan puas. Ada beberapa faktor yang menjadi tolak ukur dalam kualitas pelayanan. Sehingga kita dapat memahami apa saja yang harus ada dalam pelayanan. Faktor-faktor yang menjadi tolak ukur kualitas layanan menurut Ichwinskyah Azali (2018:89) antara lain:

##### **1. Frekuensi**

Tingginya frekuensi keberangkatan dan kedatangan dari suatu moda transportasi, membuat pemakai jasa transportasi mempunyai banyak pilihan.

##### **2. Pelayanan baku**

Suatu moda transportasi yang dapat memberikan pelayanan yang baku dan dilaksanakan secara konsisten sangat disenangi oleh para pemakai jasa transportasi. Kualitas layanan yang disediakan telah menjadi strategi pemasaran utama, sebagai contoh ketepatan jadwal keberangkatan dan kedatangan, fasilitas untuk menunggu, dan lain sebagainya

##### **3. Kenyamanan**

Dalam era milenium baru standart hidup mayoritas harus tercermin oleh

operator penumpang jika mereka ingin terus menarik permintaan untuk layanan mereka.

#### 4. Ketepatan

Alasan yang sering hilangnya langganan tetap oleh kedua operator angkutan penumpang dan barang terletak pada kegagalan untuk mengirimkan barang tepat waktu atau untuk mendapatkan penumpang ke tujuan mereka atau ke layanan yang menghubungkan pada waktu yang dijadwalkan.

#### 5. Keamanan

Ini selalu menjadi perhatian penumpang, otoritas pemerintah dan sebagian besar operator. Kecelakaan pada suatu moda transportasi akan mengurangi permintaan moda tersebut, terutama dalam jangka pendek.

### **2.1.2 Persepsi Harga**

Penggunaan istilah harga umumnya dipakai dalam kegiatan jual-beli suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Harga jual ditentukan oleh penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut. Sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhannya dengan membayar produk atau jasa tersebut dengan harga yang ditentukan. Dalam menentukan harga sebuah produk, produsen harus melakukan pertimbangan dengan cermat.

Menurut Charlie dan Arief (2015:3), bagi konsumen sampai pada persepsi harga adalah prioritas pemasaran yang penting. Terdapat tiga topik kunci dari harga ialah harga referensi, asumsi harga kualitas, dan akhiran harga. Hal ini akan dijelaskan detail dan contoh dari tiga topik tersebut.

#### 1) Harga Referensi

Harga referensi biasanya digunakan sebagai pembandingan. Contoh dalam jasa transportasi, penumpang akan membandingkan harga dalam menggunakan transportasi umum dengan menggunakan kendaraan pribadi. Apabila dirasa lebih hemat menggunakan transportasi umum seperti BRT Trans Jateng maka penumpang akan lebih memilih menggunakan transportasi tersebut.

#### 2) Asumsi Harga Kualitas

Dalam asumsi harga kualitas biasanya ada kaitannya dengan fasilitas yang

diperoleh ketika menggunakan jasa transportasi. Contohnya ketika menggunakan BRT Trans Jateng penumpang mempunyai pemikiran bahwa fasilitas BRT harus ada AC (Air Conditioner). Karena ini adalah salah satu fasilitas yang wajib ada.

### 3) Akhiran Harga

Akhiran harga berkaitan dengan jarak yang ditempuh apakah sesuai dengan jumlah nominal yang dikeluarkan dalam menggunakan jasa transportasi. Contoh nyata dalam kehidupan sehari-hari yaitu penumpang akan menghitung harga, apakah sesuai dengan jarak dan waktu yang ditempuh.

Harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan *income* bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen.

Riyono dan Gigih (2016:100), berpendapat bahwa Penerapan harga bertujuan untuk mencapai memperoleh keuntungan. Penetapan harga sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi produknya yang berdasarkan kualitas. Dalam dunia jasa transportasi umum seperti BRT Trans Jateng penerapan harga sangat diperhatikan guna menarik penumpang untuk menggunakan jasanya. Harga tersebut juga menjadi salah satu daya tarik masyarakat untuk beralih menggunakan transportasi umum. Apabila harga yang diberikan sesuai dengan 12 jarak yang ditempuh maka penumpang akan lebih memilih menggunakan BRT Trans Jateng.

Pada BRT Trans Jateng memberlakukan perbedaan harga sesuai dengan golongannya. Contoh apabila penumpang termasuk golongan pelajar akan lebih murah dibandingkan penumpang umum. Atau karyawan sebuah perusahaan diberikan harga khusus yaitu sama dengan harga pelajar. Sehingga harga dapat dijangkau oleh semua penumpang yang akan menggunakan BRT Trans Jateng.

### 2.1.3 Kenyamanan

Menurut Sugiarto (2015), nyaman adalah rasa yang timbul ketika seseorang

merasa diterima apa adanya, serta senang dengan situasi dan kondisi yang ada sehingga seseorang akan merasakan kenyamanan. Lain halnya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian nyaman mempunyai arti enak dan aman, sejuk dan bersih, tenang dan damai.

Pada kehidupan modern saat ini, transportasi merupakan sarana penting dan strategis dalam memperlancar roda perekonomian. Hal ini faktor kenyamanan sangat diperlukan dalam meningkatkan minat dalam menggunakan transportasi umum seperti BRT Trans Jateng. Faktor kenyamanan dalam menggunakan jasa transportasi meliputi:

#### 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 disediakannya 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.

Kenyamanan diakui sebagai faktor yang mendorong keputusan penumpang untuk menggunakan jasa. Sehingga kenyamanan menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam bidang transportasi. Kenyamanan dalam penelitian ini merujuk pada kenyamanan penumpang dalam menggunakan BRT Trans Jateng. Kenyamanan merupakan standar minimal yang harus dipenuhi untuk memberikan suatu kondisi nyaman, bersih, indah, dan sejuk yang dapat dinikmati pengguna jasa.

Selain itu kenyamanan tidak hanya terdapat pada fasilitas didalam bus. Namun kenyamanan juga harus meliputi fasilitas diluar bus. Dalam hal ini yaitu kenyamanan didalam halte. Karena penumpang juga membutuhkan fasilitas ketika menunggu datangnya bus. Berikut ini fasilitas yang seharusnya diberikan kepada penumpang yang menunggu di halte yaitu:

- 1) Lampu penerangan dibutuhkan saat menunggu dimalam hari.
- 2) Fasilitas pengatur suhu ruangan apabila halte memiliki bangunan tertutup.
- 3) Fasilitas kebersihan.
- 4) Kursi didalam halte yang biasanya digunakan penumpang dalam menunggu kedatangan bus.

#### **2.1.4 Fasilitas**

Menurut Kotler (2005:75), yaitu segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung nyaman konsumen. Jadi fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen Jadi fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Contoh fasilitas meliputi kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan atau didapat konsumen secara langsung. Adapun indikator-indikator yang digunakan peneliti dan variabel Fasilitas (X4) yaitu :

1. *Seat* yang memadai

Bus sekolah yang merupakan program dari pemerintah sudah menentukan jumlah tempat duduk yang sekiranya nyaman untuk ditempati oleh penumpang, dimana jumlah tempat duduk/*seat* yang disediakan yaitu 30 *seat*. Tempat duduk yang disediakan termasuk sudah merupakan standar dari kelayakan operasional bus sekolah.

2. Keandalan

Kepercayaan penumpang terhadap bus sekolah yang menjamin akan kesanggupan, kekuatan dan kemampuannya sebagai penyedia jasa transportasi anak sekolah.

3. Ramah Lingkungan

Operasional bus sekolah dalam setiap harinya menggunakan bahan bakar minyak pertamax dex, dipilihnya pertamax dex sebagai bahan bakar yaitu untuk mengurangi polusi udara, mengurangi emisi gas buang kendaraan, sehingga dapat menciptakan suasana yang ramah lingkungan.

### **2.1.5 Kepuasan Pengguna Jasa**

Menurut Lovelock dan Wirtz (2015:74). Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasikan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa.

#### a. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen (Tjiptono, 2017: 368-369), memiliki enam konsep inti yaitu sebagai berikut:

##### 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*)

Dalam konsep ini, cara mengukur kepuasan pelanggan yaitu langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa suatu perusahaan. Penilaiannya meliputi mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan atau jasa perusahaan bersangkutan serta membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan pesaing.

##### 2) Dimensi kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan diukur dengan empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa perusahaan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa perusahaan pesaing berdasarkan item yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi yang penting dalam menilai kepuasan pelanggan.

##### 3) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*)

Kepuasan diukur berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja produk/jasa perusahaan.

##### 4) Niat beli ulang (*repurchase intention*)

Dalam konsep ini, caranya adalah dengan menanyakan pelanggan secara langsung apakah akan membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

##### 5) Kesiediaan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*)

Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti dalam kasus pembelian produk/jasa yang pembelian ulangnya relatif lama.

##### 6) Ketidakpuasan pelanggan (*customer dissatisfaction*)

Ketidakpuasan pelanggan meliputi *complaint*, *return* atau pengembalian produk, biaya garansi, *product recall* ( penarikan kembali produk dari pasar ), gethok tular negatif, dan *defections* (konsumen yang beralih ke pesaing).

#### b. Metode pengukuran kepuasan konsumen

Menurut Kotler dan Keller (Tjiptono, 2016:369-370), untuk mengukur kepuasan pelanggan ada empat metode yaitu sebagai berikut:

##### a) Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan hendaknya memberi kesempatan kepada pelanggannya untuk menyampaikan keluhan, kritik dan saran kepada perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai media seperti kotak saran, telepon layanan konsumen, dan kartu komentar. Dari informasi tersebut, perusahaan dapat dengan cepat memperbaiki masalah-masalah yang ada sehingga tidak lagi mengganggu kenyamanan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan.

b) *Ghost/mystery shopping*

*Ghost/mystery shopping* dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shoppers*) untuk berperan menjadi pelanggan potensial perusahaan dan pesaing. Tujuannya untuk menggali informasi mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri dan perusahaan pesaing. Selain itu tugas *ghost shoppers* juga untuk mengetahui secara langsung bagaimana kinerja karyawan.

c) *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi dan menanyakan kepada pelanggan yang telah berhenti membeli produk atau jasa dan beralih kepada pesaing lain, agar perusahaan dalam mengetahui permasalahan dan dapat segera memperbaikinya. Survei kepuasan pelanggan sebagian besar perusahaan melakukan penelitian melalui survei untuk mengukur kepuasan pelanggan. Dengan metode ini, perusahaan dapat memperoleh tanggapan dan umpan balik dari pelanggan.

c. Teknik pengukuran kepuasan pelanggan

Teknik pengukuran kepuasan pelanggan yang sering digunakan yaitu dengan metode survei. Metode survei kepuasan pelanggan bisa menggunakan cara pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut:

1) *Directly reported satisfaction*

Pengukuran kepuasan pelanggan secara langsung dengan menanyakan tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk/jasa perusahaan.

2) *Derives dissatisfaction*

Dengan menanyakan langsung kepada responden antara harapan dengan kenyataan terhadap produk/jasa perusahaan.

3) *Problem analysis*

Dengan meminta responden untuk menuliskan masalah-masalah yang dihadapi dan menulis saran untuk perbaikan-perbaikan.

4) *Importance/performance analysis/performance ratings*



Dengan meminta responden untuk merangking elemen-elemen berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan tingkat kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

Menurut Tse dan Wilton (Sunyoto, 2013: 38), untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

Kepuasan pelanggan =  $f(\text{expectations, perceived performance})$ .

Dari persamaan tersebut ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu *expectation* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectation* maka pelanggan akan memperoleh kepuasan, jika sebaliknya pelanggan tidak akan memperoleh kepuasan. Untuk itu *perceived performance* diharapkan melebihi *expectation* sehingga menciptakan kepuasan pelanggan, Sunyoto (2016: 39). Selain itu, dapat juga digunakan skala pengukuran untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Skala pengukuran ada yang 2 point, 4 point, 5 point, sampai 7 point. Contoh skala 1 sampai 5 yaitu dari sangat tidak memuaskan, tidak memuaskan, netral, memuaskan, dan sangat memuaskan. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka akan memberikan dampak positif bagi perusahaan tersebut antara lain hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, meningkatnya pembelian ulang.

### 2.3 Rujukan dan 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, sama-sama terdapat hubungan yang kuat antara variabel bebas terhadap keputusan pelanggan. Bedanya dengan penelitian sekarang hanya pada tempat atau daerah penelitian yaitu pada BRT trans jateng serta memfokuskan faktor kualitas pelayanan, harga, dan kenyamanan terhadap kepuasan pengguna jasa BRT Trans Jateng.

#### a. Rujukan Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan

Peris Sepaka Surbakti (2017), melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui studi harga, kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan PT. KAI (persero) stasiun Pemantangsiantar.

**Tabel 2.1**

#### **Rujukan Penelitian untuk Variabel Kualitas Pelayanan**

Judul	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. KAI (persero) stasiun Pematangsiantar.
Penulis/Jurnal	Peris Sepaka Surbakti S1 Manajemen Darwin Lie, Efendi, Andy Wijaya ISSN : 2502-4434 Vol. 3, No. 1, JUNI 2017 82
Variabel Penelitian	Variabel Independen X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Harga Variabel Dependen Y = Kepuasan Pelanggan
Hasil Penelitian	<p>Hasil analisis regresi, diperoleh persamaan <math>\hat{Y} = 1,735 + 0,582X1 + 0,389X2</math>, artinya terdapat pengaruh positif antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar.</p> <p>Hasil analisis korelasi diperoleh nilai <math>r = 0,846</math> menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y) pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar. Selanjutnya diperoleh koefisien determinasi R square 0,715, artinya tinggi rendahnya kepuasan pelanggan sebesar 71,5% dapat dijelaskan oleh variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2).</p>

Hubungan dengan penelitian	Dari kesimpulan penelitian terdahulu terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulis yaitu variabel harga, kualitas pelayanan dan kepuasan penumpang.
----------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

b. Rujukan Penelitian Variabel Persepsi Harga

Yosi Pratama melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh harga, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa transportasi bus Trans Jogja.

**Table 2.2**  
**Rujukan Penelitian Untuk Variabel Persepsi Harga**

Judul	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PO. Rosalia Indah di Palur Karanganyar dengan Fasilitas Sebagai Variabel Moderasi.
Penulis/Jurnal	Yosi Pratama/Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 15 Edisi Khusus April 2015.
Variable Penelitian	Variable Independen : X1 = Harga X2 = Kualitas Pelayanan Variable Dependen : Y = Kepuasan Konsumen
Analisis Data	1. Uji Asumsi Klasik 2. Pengujian Hipotesis

Hasil Penelitian	<p>Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan garis regresinya sebagai berikut:</p> $Y = -0,229 + 0,297X_1 + 0,401X_2 + 0,325X_3$ <p>Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah: a : -0,229 artinya jika harga (X1), kualitas pelayanan (X2) dan fasilitas (X3) sama dengan nol, maka kepuasan konsumen (Y) adalah negatif. b1 : 0,297 artinya pengaruh variabel harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) positif, artinya apabila harga tiket bus yang ditetapkan terjangkau dan sesuai dengan fasilitas yang diberikan, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Y), dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X2) dan fasilitas (X3) dianggap tetap. b2 : 0,401 artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) positif, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Y), dengan asumsi variabel harga (X1) dan fasilitas (X3) dianggap tetap. b3 : 0,325 artinya pengaruh variabel fasilitas (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) positif, artinya apabila fasilitas ditingkatkan, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Y), dengan asumsi variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) dianggap tetap.</p>
Hubungan Dengan penelitian	<p>Dari kesimpulan penelitian terdahulu terdapat variable yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulis yaitu variable harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.</p>

c. Rujukan Penelitian Variabel Kenyamanan

Dhita Tresiya, Djunaidi, dan Heri Subagyo melakukan penelitian ini dengan tujuan dari penelitian ini ialah: Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa ojek online Go-jek di Kota Kediri.

**Tabel 2.3**  
**Rujukan Penelitian untuk Variabel Kenyamanan**

Judul	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KENYAMANAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUSAHAAN JASA OJEK ONLINE GO-JEK DI KOTA KEDIRI
Penulis/Jurnal	Dhita Tresiya, Djunaidi, Heri Subagyo
Variabel Penelitian	Variabel Independen X1= Kualitas pelayanan X2= Kenyamanan Variabel Dependen Y= Kepuasan konsumen
Analisis Data	Uji Validitas Uji Reabilitas
Hasil Penelitian	<p><math>Y = 9,403 + 0,177 X1 + 0,504 X2 + e</math> Dari tabel persamaan diatas maka koefisien regresi yang didapatkan dapat dijelaskan sebagai berikut: a. Konstanta <math>a = 9,403</math> artinya apabila variabel Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan sama dengan nol atau tidak berubah, maka kepuasan konsumen(Y) akan mengalami penurunan 9,403. b. Nilai koefisien variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,177. Berarti bahwa setiap kenaikan satu nilai pada variabel kualitas pelayanan (X1), maka kepuasan konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,177. c. Nilai koefisien variabel Kenyamanan (X1) sebesar 0,504. Berarti bahwa setiap kenaikan satu nilai pada variabel kenyamanan (X2), maka kepuasan konsumen</p>

	(Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,504.
Hubungan Dengan Penelitian	Dari kesimpulan terdahulu terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulis yaitu variable kualitas pelayanan, Kenyamanan dan Kepuasan konsumen.

d. Rujukan Penelitian Variabel Fasilitas

Dede Apriyadi (2017). Melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk meneliti pengaruh ketepatan waktu, fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan penumpang.

**Tabel 2.4**

**Rujukan Penelitian untuk Variabel Fasilitas**

Judul	Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari.
Penulis/Jurnal	Dede Apriyadi.e – Jurnal Riset Manajemen, Nomer 99, Maret (2017).
Variabel Penelitian	Independen: ketepatan waktu, fasilitas, dan harga tiket. Dependen: kepuasan penumpang Dalam Dede Apriyadi, nomer99, Maret (2017).
Hasil Penelitian	Analisa Regresi berganda Persamaan regresi sebagai berikut: $Y = + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$ Hasil perhitungan: $Y = 1.721 + 0.239X_1 + 0.271X_2 + 0.376X_3$ Keterangan: Y = Kepuasan Penumpang X1 = Ketepatan Waktu X2 = Fasilitas X3 = Harga Tiket = Bilangan Konstan b = Slope (koefisien kecondongan) e = Standar error Keterangan: 1. Konstanta 1.721 Nilai konstanta positif menunjukkan bahwa

	<p>kepuasan penumpang sebesar 1.721 dengan asumsi variabel independen ketepatan waktu (X1 ), fasilitas (X2 ), dan harga tiket (X3 ) sama dengan 0 (nol). 2. Ketepatan Waktu (X1) = 0.239 Merupakan nilai koefisien regresi variabel ketepatan waktu (X1 ) terhadap variabel kepuasan penumpang (Y) artinya jika ketepatan waktu (X1 ) mengalami kenaikan satu satuan , maka kepuasan penumpang (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.239 atau 23.9% dengan syarat fasilitas (X2 ) dan harga tiket (X3 ) sama dengan 0 (nol). Koefisien bernilai positif artinya antara ketepatan waktu (X1 ) dan kepuasan penumpang (Y) hubungan positif. Kenaikan ketepatan waktu (X1 ) akan mengakibatkan kenaikan pada kepuasan penumpang (Y). 3. Fasilitas (X2) = 0.271 Merupakan nilai koefisien regresi variabel fasilitas (X2 ) terhadap variabel kepuasan penumpang (Y) artinya jika fasilitas (X2 ) mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan penumpang (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.271 atau 27.1% dengan syarat ketepatan waktu (X1 ) dan harga tiket (X3 ) sama dengan 0 (nol). Koefisien bernilai positif artinya antara fasilitas (X2 ) dan kepuasan penumpang (Y) hubungan positif. Kenaikan fasilitas (X2 ) mengakibatkan kenaikan pada kepuasan penumpang (Y). 4. Harga Tiket (X3) = 0.376 Merupakan nilai koefisien regresi variabel harga tiket (X3 ) terhadap variabel kepuasan penumpang (Y) artinya jika harga tiket (X3 ) mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan penumpang (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.376 atau 37.6% dengan syarat ketepatan waktu (X1 ) dan fasilitas (X2 ) sama dengan 0 (nol) .Koefisien bernilai positif artinya antara harga tiket (X3 ) dan kepuasan penumpang (Y) hubungan positif. Kenaikan harga tiket (X3 ) akan mengakibatkan kenaikan pada kepuasan penumpang (Y).</p>
Hubungan dengan penelitian	<p>Dari kesimpulan jurnal terdahulu terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulis yaitu fasilitas yang disediakan.</p>

e. Rujukan Penelitian Variabel Kepuasan Pengguna Jasa

William, Tiurniari Purba (2020), melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan. Secara ringkas penelitian ini diberikan pada tabel 2.6 sebagai berikut :

**Tabel 2.5**

**Rujukan Penelitian Untuk Variabel Kepuasan Pengguna Jasa**

Judul	Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel Mazda di kota Batam.
Penulis/Jurnal	William, Tiurniari Purba EMBA Volume 8 No.1 Februari 2020.
Variabel Penelitian	Variabel Independen X1= Kualitas Pelayanan X2= Fasilitas Variabel Dependen Y= Kepuasan Pelanggan
Analisis Data	Uji Kualitas Data Uji Asumsi Klasik



Hasil Penelitian	<p>Adapun bentuk persamaan dari hasil uji <math>Y = 19,394 + 0,184 X_1 - 0,285 X_2</math> 1. Konstanta memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,182 ini menunjukkan jika Kualitas Pelayanan dan Fasilitas bernilai 0, maka Kepuasan Pelanggan memiliki nilai sebesar 0,182. 2. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,373. Koefisien variabel Kualitas Pelayanan bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara <math>X_1</math> dengan <math>Y</math>. Artinya semakin meningkat nilai Kualitas Pelayanan maka akan menaikkan juga nilai Kepuasan Pelanggan. 3. Variabel Fasilitas memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,609. Koefisien variabel Fasilitas bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara <math>X_2</math> dengan <math>Y</math>. Artinya jika semakin meningkat nilai Fasilitas maka akan menaikkan juga terhadap nilai kepuasan pelanggan..</p>
Hubungan dengan penelitian	<p>Dari kesimpulan penelitian terdahulu terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian penulis yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.</p>

## 2.2 Hipotesis

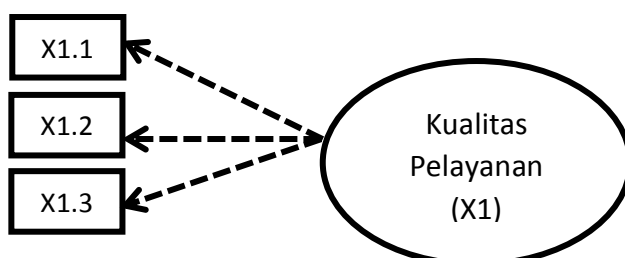
Menurut Sugiyono (2017: 95), berpendapat bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah 48

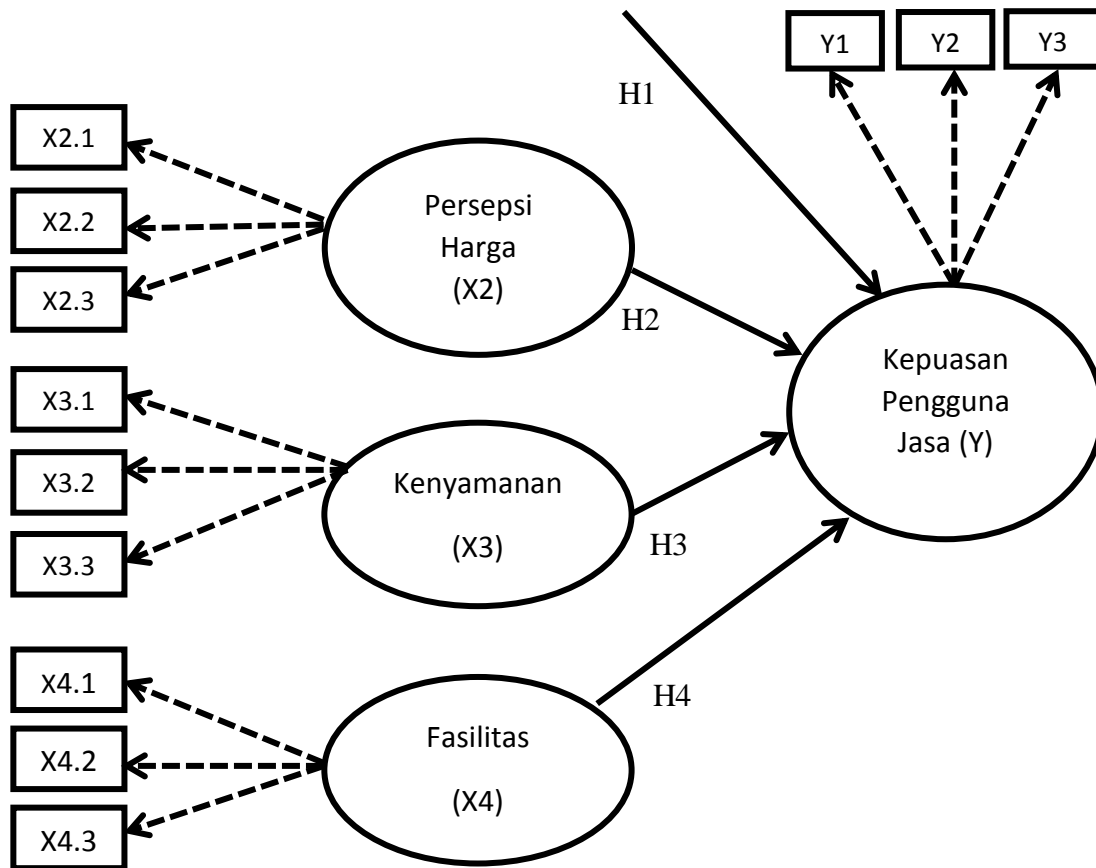
dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis penelitian yang dirumuskan adalah sebagai berikut :

- H1. Diduga faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa BRT Trans Jateng koridor 1 rute stasiun Tawang – terminal Bawen.
- H2. Diduga faktor persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa BRT Trans Jateng koridor 1 rute stasiun Tawang – terminal Bawen.
- H3. Diduga faktor kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa BRT Trans Jateng koridor 1 rute stasiun Tawang – terminal Bawen.
- H4. Diduga faktor fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna jasa BRT Trans Jateng koridor 1 rute stasiun Tawang – terminal Bawen.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**





Keterangan :



: Variabel

—————> : Mempengaruhi



: Indikator

- - - - -> : Dipengaruhi

**H** : Hipotesis

Variabel dalam penelitian ini meliputi :

### 1. Variabel Independen

#### (X1) Kualitas Pelayanan

Indikator-indikator kualitas pelayanan antara lain :

- a) Petugas profesional
- b) Ketepatan pelayanan
- c) Sikap dan etika pramujasa

#### (X2) Persepsi Harga

Indikator-indikator harga antara lain :

- a) Tiket terjangkau

- b) Asumsi harga
- c) Harga lebih murah

(X3) Kenyamanan

Indikator-indikator kenyamanan antara lain :

- a) Halte
- b) Keselamatan
- c) Kondisi kelayakan armada

(X4) Fasilitas

Indikator-indikator fasilitas antara lain :

- a) Seat yang memadai
- b) Keandalan
- c) Ramah lingkungan

2. Variabel Dependen

(Y) Kepuasan Pengguna Jasa

- a) Kemantapan sebuah jasa
- b) Mempromosikan jasa
- c) Kepuasan hasil jasa