

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TRAVEL JOGLOSEMAR

(Studi kasus pada Para Pengguna Jasa Travel Joglosemar Yogyakarta)

Heni Haryanti

ABSTRACT

This study aims to determine whether the quality of the services, facilities, price affects customer satisfaction users travel services Joglosemar Yogyakarta. The study also aimed to determine simultaneously the relationship variable quality of service, facilities and prices of consumer satisfaction Joglosemar Yogyakarta users travel services.

This research was conducted using questionnaires to 100 respondents users Joglosemar Yogyakarta travel services obtained by using accidental sampling technique and population used in this study is that consumers never use the services of travel Joglosemar Yogyakarta.

Hypothesis testing is performed using the t test showed that the only variable price is positively and significantly affect the dependent variable is customer satisfaction (Y), while the variable quality of service and price positively and does not significantly affect the dependent variable is customer satisfaction (Y). Then the F test can be seen that the variable quality of service, facilities and price of deserved used to test the dependent variable is customer satisfaction (Y). Adjusted R Square shows that 28.5% of the variation that customer satisfaction can be explained by the three independent variables in a multiple linear regression equation. While the remaining 71.5% is explained by other variables outside these three variables.

Keywords: quality of service, facilities, price, and customer satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, fasilitas, harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa travel Joglosemar Yogyakarta. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui secara serentak hubungan variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa travel Joglosemar Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuesioner terhadap 100 responden pengguna jasa travel Joglosemar Yogyakarta yang diperoleh dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa travel Joglosemar Yogyakarta.

Pengujian hipotesis yang dilakukan menggunakan uji t menunjukkan bahwa hanya variabel harga secara positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y), sedangkan variabel kualitas pelayanan dan harga secara positif dan tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Kemudian uji F dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga memang layak digunakan untuk menguji variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). *R Square* menunjukkan bahwa bahwa 28,5% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi linier berganda. Sedangkan sisanya 71,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel tersebut.

Kata kunci : kualitas pelayanan, fasilitas, harga, dan kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Transportasi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia karena transportasi berkontribusi besar pada kehidupan dalam kaitannya dengan aktivitas manusia sehari-hari. Di era modern ini, kegiatan yang dilakukan oleh

masyarakat lebih banyak dan semakin beragam jenisnya. Dengan adanya transportasi maka masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai daerah baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh yang umumnya tidak dapat ditempuh dengan berjalan kaki. Sekarang ini transportasi berkembang menjadi lebih modern seiring dengan perkembangan teknologi yang diciptakan oleh manusia. Kaitannya dengan perkembangan manusia yang semakin maju, transportasi memiliki peran signifikan diberbagai aspek seperti aspek sosial, ekonomi, lingkungan dan politik. Transportasi merupakan sebuah proses pemindahan, proses pergerakan, proses mengangkut dan mengalihkan dimana proses ini tidak bisa dilepaskan dari keperluan akan alat pendukung untuk menjamin lancarnya proses pemindahan sesuai dengan waktu yang diinginkan (Nasution, 2014:15).

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi *Shuttle Bus* adalah Joglosemar atau nama resminya sekarang yaitu Joglosemar *Executive Shuttle Bus* yang beralamatkan di Jl. Magelang Km 5,7. *Shuttle Bus* Joglosemar melayani perjalanan dengan tujuan Jogjakarta, Solo, Semarang dan Purwokerto. Dalam menarik konsumen pihak Joglosemar *Executive Shuttle Bus* berusaha sebaik mungkin memberikan yang terbaik dalam hal pelayanan, fasilitas maupun harga yang ditawarkan untuk memenuhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk atau jasa dan harapannya. (Kotler, 2000:52).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk, 1) Untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen travel Joglosemar Yogyakarta, 2) Untuk mengetahui pengaruh faktor fasilitas terhadap kepuasan konsumen travel Joglosemar Yogyakarta, 3) Untuk mengetahui pengaruh faktor harga terhadap kepuasan konsumen travel Joglosemar Yogyakarta,

4) Untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen travel Joglosemar Yogyakarta.

PEMBAHASAN

Definisi Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usaha, mengembangkan usaha, mendapatkan laba serta meningkatkan nilai usaha. Menurut Tjiptono (2005) berhasil tidaknya suatu usaha tergantung pada keahlian mereka khususnya dibidang pemasaran. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Jasa adalah aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya mungkin terikat atau tidak pada produk fisik (Kotler, 1996:467).

Kualitas pelayanan (*Service Quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (Tjiptono dan Chandra, 2015:121). Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen.

Tjiptono (2015 : 85) fasilitas itu sendiri adalah penyediaan perlengkapan - perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para konsumen dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas selama menggunakan jasa tersebut.

Secara sederhana harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung *utilitas* atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa Tjiptono (2005 :90). Penetapan harga suatu produk atau jasa tergantung dari tujuan perusahaan atau penjual yang memasarkan produk tersebut. Menurut Tjiptono (2005:35) ada 4

(empat) hal yang menjadi tujuan penetapan harga yaitu 1) tujuan berorientasi pada laba, 2) tujuan berorientasi pada volume, 3) tujuan berorientasi pada citra, dan 4) tujuan berorientasi stabilisasi harga.

Kepuasan menurut Kotler (1997) merupakan tingkat perasaan seseorang yang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk barang atau jasa yang diterima dan yang diharapkan. Tingkat kepuasan bersifat subyektif dimana ukuran kepuasan satu konsumen dengan konsumen lain akan berbeda.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

penelitian ini masuk kedalam jenis penelitian kausal. Menurut Cooper dan Schindler penelitian kausal merupakan penelitian yang mencoba menjelaskan hubungan diantara variabel dengan menganalisis bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel-variabel lainnya.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2004). Dengan demikian seluruh konsumen pengguna jasa travel Joglosemar *Executive Shuttle Bus* Yogyakarta merupakan populasi dalam penelitian ini.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2009). Dalam melakukan penelitian tidak harus meneliti seluruh anggota populasi yang menjadi obyek penelitian karena dalam banyak kasus tidak mungkin seorang peneliti dapat meneliti seluruh anggota populasi (Ferdinand, 2011).

Dalam penelitian ini yang akan menjadi sampel adalah para pengguna jasa travel Joglosemar *Executive Shuttle Bus* yang akan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada kuesioner.

Adapun jumlah sampel dapat ditentukan dengan mengacu pendekatan rumus Slovin (Umar, 2002) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = persentase kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang ditoleransikan (10%)

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1000}{1+1000 \times 0,1^2}$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh sampel 99,900, namun dalam penelitian ini sampel dibulatkan menjadi 100 responden.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh Sumber data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui kuisisioner berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga. Sedangkan data sekunder diperoleh dari penulis melakukan studi pustaka melalui buku atau jurnal yang berasal dari kalangan ekonomi dari instansi yang berhubungan dengan penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan untuk pengumpulan data adalah menggunakan metode Kuesioner. Responden diminta untuk mengisi kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan tentang variabel kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan

kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa travel Joglosemar *Executive Shuttle Bus*. Seluruh variabel dalam penelitian ini diukur dalam menggunakan skala *Likert* dengan skala 1 sampai 5. Masing-masing alternatif, jawaban akan diberi nilai sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Analisis uji validitas untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Ghazali (2005:98).

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menurut Sujawerni dan Endrayanto (2012) merupakan ukuran satu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan butir-butir pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Data dapat dikatakan reliabel jika dari nilai Alpha > 0,60 Ghazali (2015:102).

Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan harga terhadap kepuasan konsumen travel Joglosemar Yogyakarta.

Uji Hipotesis

Uji Signifikan Pengaruh Secara Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial atau untuk mengetahui variabel mana yang lebih mempengaruhi kepuasan konsumen digunakan uji-t. Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan ditetapkan dengan ketentuan sebagai berikut : jika P value (sig) > maka H_a tidak berhasil didukung sedangkan jika P value (sig) < maka H_a berhasil didukung.

Uji Signifikan Secara Simultan (uji F)

Untuk mengetahui hipotesis secara simultan teknik analisa data yang digunakan peneliti ialah Uji F yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (*independent*) secara bersama sama atau serempak. Cara digunakan ialah dengan membandingkan antara F-hitung dengan F-tabel.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$ dimana nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Bila nilai mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi - variabel dependen (Ghozali, 2006).

HASIL PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengukuran dalam variabel penelitian ini menggunakan 25 butir pertanyaan dengan jumlah responden sebanyak 30 yang menggunakan jasa transportasi Joglosemar *Executive Shuttle Bus* sebagai sampel uji coba instrumen. Disimpulkan

bahwa semua item valid sebab semua item mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05 dengan nilai r_{tabel} 0,3.

Tabel 1. Hasil Uji Coba Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KP 1	0,559	0,3	Valid
KP 2	0,654	0,3	Valid
KP 3	0,756	0,3	Valid
KP 4	0,733	0,3	Valid
KP 5	0,744	0,3	Valid

Sumber : data primer diolah tahun 2016

Tabel 2. Hasil Uji Coba Validitas Variabel Fasilitas (X_2)

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
F 1	0,606	0,3	Valid
F 2	0,642	0,3	Valid
F 3	0,588	0,3	Valid
F 4	0,660	0,3	Valid
F 5	0,710	0,3	Valid

Sumber : data primer diolah tahun 2016

Tabel 3. Hasil Uji Coba Validitas Variabel Harga (X_3)

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
H 1	0,627	0,3	Valid
H 2	0,794	0,3	Valid
H 3	0,617	0,3	Valid
H 4	0,623	0,3	Valid
H 5	0,712	0,3	Valid

Sumber : data primer diolah tahun 2016

Tabel 4. Hasil Uji Coba Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KP 1	0,807	0,3	Valid
KP 2	0,685	0,3	Valid
KP 3	0,731	0,3	Valid
KP 4	0,632	0,3	Valid
KP 5	0,712	0,3	Valid

Sumber : data primer diolah tahun 2016

Hasil Uji Coba Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan nilai *cronbach alpha* dari tiap- tiap variabel lebih besar 0,6 yang berarti bahwa kuesioner yang merupakan indikator- indikator dari variabel tersebut adalah reliabel. Hasil uji coba reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5. Hasil Uji Coba Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,724	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,646	Reliabel
Harga (X3)	0,704	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,791	Reliabel

Sumber : data primer diolah tahun 2016

Hasil Uji Coba Regresi Linier Berganda

TABEL 9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Sub Variabel	Koefisien Regresi (b)	t-hitung	Sig.	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,153	2,473	0,537	Tidak Signifikan
Fasilitas	0,194	1,830	0,079	Tidak Signifikan
Harga	0,251	2,521	0,004	Signifikan
Konstanta = 6,879				
$R^2 = 0,589$				
$F = 5,385$ Sig.F = 0,000				
<i>Dependent Variable</i> : Kepuasan Konsumen (Y)				

sumber data : data primer diolah tahun 2016

Berdasarkan Tabel 9 diatas maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 6,879 + 0,153 X_1 + 0,194 X_2 + 0,251 X_3$$

Berdasarkan persamaan yang telah diperoleh diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Konstanta (b_0)

$$\text{Nilai konstanta } (b_0) = 6,879$$

Artinya jika variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga lebih diperhatikan, maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Koefisien regresi kualitas pelayanan (b_1) = 0,153

Koefisien regresi arah positif, artinya jika variabel kualitas pelayanan lebih lebih ditingkatkan, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Apabila kualitas pelayanan naik satu satuan maka kepuasan konsumen akan naik 0,153 satuan.

c. Koefisien regresi fasilitas (b_2) = 0,194

Koefisien regresi arah positif, artinya jika variabel fasilitas lebih ditingkatkan, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Apabila fasilitas naik satu satuan maka kepuasan konsumen akan naik 0,194 satuan.

d. Koefisien regresi harga (b_3) = 0,251

Koefisien regresi arah positif, artinya jika variabel harga lebih ditingkatkan dalam artian sesuai dengan pelayanan yang didapat, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Apabila harga naik satu satuan maka kepuasan konsumen akan naik 0,251 satuan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Joglosemar Yogyakarta. Hal itu dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,153 (15,3%) dan nilai signifikansi yang lebih besar dari nilai alpha ($0,537 > 0,05$), sehingga H_a ditolak.

2. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen

Variabel fasilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen Joglosemar Yogyakarta. Hal itu dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,194 (19,4%) dan nilai signifikansi yang lebih besar dari nilai alpha ($0,079 > 0,05$), sehingga H_a ditolak.

3. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen Joglosemar Yogyakarta. Hal itu dapat dilihat dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari nilai alpha ($0,004 < 0,005$), sehingga H_a diterima sekaligus merupakan satu – satunya variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap variabel kepuasan konsumen dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,251 (25,1%).

4. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan adalah 0,285. Hal ini berarti sebesar 28,5% perubahan variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh perubahan variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan harga secara bersama – sama, sedangkan sisanya sebesar 71,5 dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka terdapat beberapa hal yang disarankan kepada pihak travel Joglosemar diantaranya yaitu 1) Pihak travel Joglosemar hendaknya dapat mempertahankan serta meningkatkan yang termasuk dalam variabel harga seperti harga tiket Joglosemar sesuai dengan pelayanan yang didapat, unggul dikategori harga dengan pesaing, dan biaya yang telah dikeluarkan harusnya sesuai dengan fasilitas tambahan yang didapat seperti air minum dan *snack*, 2) Dari segi fasilitas, pihak travel Joglosemar Yogyakarta diharapkan lebih dapat meningkatkan kondisi dari fasilitas yang sudah ada baik di *Town Office* Yogyakarta maupun yang ada didalam *shuttle bus*, 3) Dari segi kualitas pelayanan dapat dilihat dari karyawan yang bertugas dalam melayani konsumen pengguna travel Joglosemar Yogyakarta dengan baik dan ramah saat membeli tiket, 4) Perlu dilakukan promosi kepada masyarakat umum supaya mereka dapat mengetahui adanya travel Joglosemar yang berada di Jl. Magelang Yogyakarta sekaligus menarik konsumen untuk menggunakan travel Joglosemar.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Prosedur Penelitian, Suatu Praktek*. Jakarta : Bina Aksara.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Edisi Ketiga Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2006. *Manajemen pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

Nasution, M. Nur. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu*. Jakarta : Ghalia Indonesia

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi pemasaran*. Edisi Kedua, Cetakan Keenam.

Yogyakarta : Andi.

_____. 2004. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur : Bayumedia

_____. 2005. *Pemasaran jasa*. Malang : Bayumedia publishing.

BIODATA PENULIS

Nama Mahasiswa : Heni Haryanti

NPM : 13133200106

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat & Tanggal Lahir : Cilacap, 7 Maret 1996

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Alamat Rumah : Jl. Mataram Rt 4/3, Pekuncen, Kroya, Cilacap