

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA BUS ROSALIA INDAH

Karina Nidia Nandi Atmay

Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas layanan, fasilitas, dan keamanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui secara simultan pengaruh variabel harga, kualitas layanan, fasilitas, dan keamanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner kepada 100 responden pengguna jasa Bus Rosalia Indah dengan menggunakan metode *non probability sampling* yaitu dengan cara *accidental sampling* dan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa Bus Rosalia Indah. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi : uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:
$$Y = 4.089 + 0,362X_1 + 0,278X_2 + 0,315X_3 + 0,194X_4$$

Dari hasil analisis, dapat dilihat bahwa variabel harga (X_1) memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 0,362, kemudian diikuti oleh variabel fasilitas (X_3) sebesar 0,315, lalu variabel kualitas layanan (X_2) sebesar 0,278, dan variabel keamanan (X_4) sebesar 0,194. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t yang menunjukkan bahwa semua variabel adalah positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan (Y). Dari uji F dapat diketahui bahwa semua variabel meliputi harga, kualitas layanan, fasilitas, dan keamanan memang layak digunakan untuk menguji variabel variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa 48,4% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam persamaan regresi linier berganda. Sedangkan sisanya 51,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: harga, kualitas layanan, fasilitas, keamanan, dan kepuasan pelanggan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas layanan, fasilitas, dan keamanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui secara parsial dan simultan pengaruh variabel harga, kualitas layanan, fasilitas, dan keamanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa Bus Rosalia Indah. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner kepada 100 responden dengan menggunakan metode *non probability sampling* yaitu dengan cara *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi : uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linier berganda. Pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:
 $Y = 4,089 + 0,362X_1 + 0,278X_2 + 0,315X_3 + 0,194X_4$

Dari hasil analisis data statistik, dapat dilihat bahwa variabel harga (X_1) memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 0,362, kemudian variabel fasilitas (X_3) sebesar 0,315, lalu variabel kualitas layanan (X_2) sebesar 0,278, dan variabel keamanan (X_4) sebesar 0,194. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t dan uji f yang menunjukkan bahwa semua variabel adalah positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan (Y). *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa 48,4% berarti kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa bus Rosalia Indah dipengaruhi oleh variabel independen dalam persamaan regresi linier berganda. Sedangkan sisanya 51,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: harga, kualitas layanan, fasilitas, keamanan, dan kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Semakin banyaknya pilihan sarana transportasi saat ini, membuat masyarakat makin mudah dalam menggunakan sarana transportasi sesuai keinginan dan kebutuhan. Saat ini juga banyak perusahaan yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan akan jasa transportasi yang akhirnya menyebabkan persaingan antar moda transportasi semakin ketat. Hal ini seakan menuntut setiap perusahaan jasa transportasi untuk menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya.

Bus Rosalia Indah adalah salah satu sarana transportasi yang cukup banyak diminati oleh masyarakat. Bus Rosalia Indah terus bertahan dan eksis di tengah persaingan yang ketat saat ini. Tentu saja strategi yang digunakan oleh

perusahaan sangat menentukan kepuasan konsumen sehingga konsumen bisa dipertahankan sampai sekarang ini. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain yaitu harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan keamanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa kepada konsumen.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Bus Rosalia Indah?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Bus Rosalia Indah?
3. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Bus Rosalia Indah?
4. Apakah keamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Bus Rosalia Indah?
5. Apakah harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan keamanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Bus Rosalia Indah?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Bus Rosalia Indah.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Bus Rosalia Indah.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Bus Rosalia Indah.
4. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa Bus Rosalia Indah.

PEMBAHASAN

Kajian Teori

Pemasaran adalah hal yang sangat penting bagi setiap perusahaan dalam mempertahankan dan mengembangkan kelangsungan suatu bisnis atau usaha.

Pemasaran dilakukan untuk mengenalkan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen perusahaan. Pemasaran bahkan dilakukan jauh sebelum produk atau jasa diproduksi. Menurut Stanton (2001), definisi pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Kotler (2012:386) mengungkapkan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Tjiptono (2004:22) mengutarakan ada lima karakteristik utama jasa bagi pembeli pertamanya:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Bila barang merupakan suatu objek, alat, atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha. Oleh sebab itu, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Tidak dapat dipisahkan berarti karakter jasa yang memungkinkan diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Kedua pihak mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa tersebut. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa merupakan unsur yang penting.

3. *Variability / Heterogeneity* (berubah-ubah)

Jasa bersifat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung kepada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi. Hal ini dikarenakan jasa melibatkan unsur manusia dalam proses produksi dan konsumsinya yang cenderung tidak bisa diprediksi dan cenderung tidak konsisten dalam hal sikap dan perilakunya.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau kapasitas jalur telepon yang tidak dimanfaatkan akan berlalu atau hilang begitu saja karena tidak bisa disimpan.

5. *Lack of Ownership*

Lack of Ownership merupakan perbedaan dasar antara jasa dan barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka bisa mengkonsumsi, menyimpan atau menjualnya. Di lain pihak, pada pembelian jasa, pelanggan mungkin hanya memiliki akses personal atas suatu jasa untuk jangka waktu terbatas.

Menurut Swastha dan Irawan (2005), harga dapat diartikan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan jumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan. Harga yang ditetapkan harus diimbangi dengan kualitas pelayanan yang baik pula karena harga juga merupakan salah satu unsur yang sangat sensitif pada konsumen dalam artian konsumen mengharapkan kepuasan atas harga yang dibayar atau konsumen menginginkan harga yang dibayar sesuai dengan harapan dalam mengkonsumsi jasa.

Kualitas pelayanan menurut Laksana (2008:85) yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Salah satu cara utama perusahaan jasa untuk dapat membedakan dirinya sendiri adalah dengan secara konsisten menyampaikan mutu lebih tinggi dibanding pesaingnya.

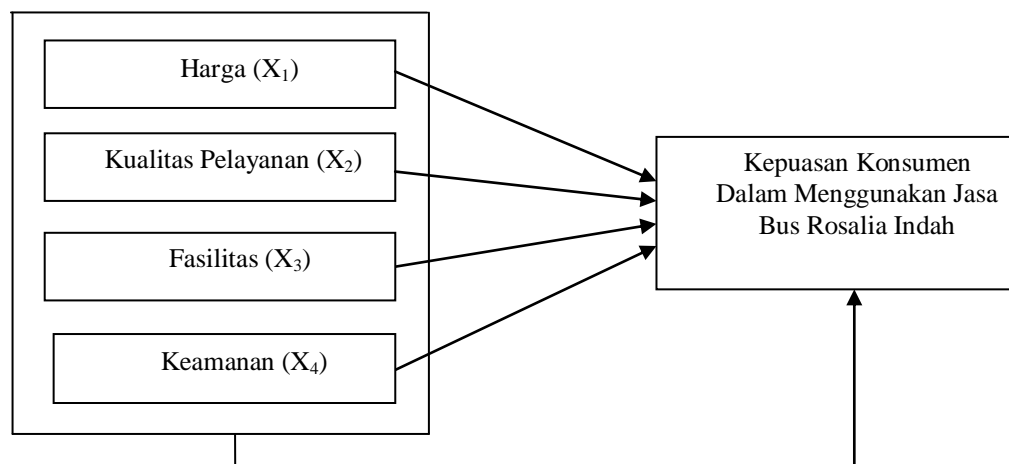
Tjiptono (2001:184) mendefinisikan fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

Aman adalah kondisi dimana kita bisa mengidentifikasi resiko yang ada dan mengurangi resiko seminimal mungkin ke level yang bisa diterima. Konsumen yang ingin mencari kenyamanan selama proses menunggu pelaksanaan layanan jasa akan lebih merasa nyaman bila fasilitas yang digunakan oleh pelanggan dibuat nyaman dan menarik.

Menurut Kotler dan Keller (2007:177) mengatakan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen tidak akan memilih suatu sarana transportasi apabila keamanan saat menggunakan jasa tersebut sangat minim sekali karena hal tersebut menyangkut keselamatan konsumen sendiri.

KERANGKA BERFIKIR

Kerangka berfikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Kerangka Berfikir

Dalam rangka di atas dijelaskan bahwa harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan keamanan menjadi variabel bebas (*independent variable*) sedangkan kepuasan konsumen menjadi variabel terikat (*dependent variable*).

HIPOTESIS PENELITIAN

- H1 : Bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasankonsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah.
- H2 : Bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah.
- H3 : Bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah.

- H4 : Bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah.
- H5 : Bahwa harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan keamanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah.

METODE PENELITIAN

1. Waktu Penelitian dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama bulan Desember 2016 sampai dengan bulan Januari 2017 pada PT Rosalia Indah Transport Agen Yogyakarta, Jalan Ring Road Selatan 115 Yogyakarta

2. Subjek dan Obyek penelitian

Subyek penelitian disini adalah orang yang menjadi responden dan dimintai untuk mengisi kuisisioner yang telah disiapkan oleh peneliti dengan berbagai pertanyaan bersangkutan dalam kuisisioner. Dalam penelitian ini yang menjadi subyek adalah konsumen Bus Rosalia Indah di Agen Bus Rosalia Indah Yogyakarta.

Obyek penelitian ini adalah perusahaan Bus Rosalia Indah PT Rosalia Indah Transport. Perusahaan bus ini nantinya dijadikan obyek penelitian untuk meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah

3. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:115). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Bus Rosalia Indah di agen Bus Rosalia Indah Yogyakarta.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *non probability sampling* yaitu dengan cara *Accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan

berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti ini dan dianggap cocok menjadi sumber data.

4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan kuisisioner dan wawancara.

a. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015). Responden diminta untuk mengisi kuisisioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan tentang variabel harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan keamanan dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah.

b. Wawancara

Merupakan suatu usaha untuk mendapatkan informasi, data atau keterangan secara langsung melalui suatu percakapan terarah untuk suatu penelitian.

5. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2001) uji validitas (uji kesahihan) adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah / valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Kriteria pengambilan keputusan untuk validitas adalah ditentukan apabila nilai $R_{correlation} < 5\%$ (0,05) maka indikator dikatakan valid / sah.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2005) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji Reliabilitas digunakan untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuisisioner. Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau

variabel dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0.60 (Ghozali, 2011:47- 48).

6. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen (Rangkuti, 2006:66-67). Adapun formula untuk metode Analisis Regresi Berganda yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan konsumen

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi dari variabel harga (x_1)

b_2 = koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan (x_2)

b_3 = koefisien regresi dari variabel fasilitas (x_3)

b_4 = koefisien regresi dari variabel keamanan (x_4)

x_1 = variabel harga

x_2 = variabel kualitas pelayanan

x_3 = variabel fasilitas

x_4 = variabel keamanan

e = erorr

b. Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Pengujian ini dimaksudkan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, apakah variabel-variabel independen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah.

Pengujian terhadap masing-masing hipotesis yang diajukan ditetapkan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi > 0,05 maka H_a ditolak.
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi < 0,05 maka H_a diterima.

2) Uji F

Uji F dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara semua variabel independen terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah.

Pengujian terhadap hipotesisi yang diajukan ditetapkan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka H_a ditolak
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima

3) Koefisien Determinasi (R^2)

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

HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Sub Variabel	Koefisien Regresi	Standart Error	t-hitung	Sig	Kesimpulan
Harga	0,362	0,080	4,549	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan	0,278	0,075	3,625	0,000	Signifikan
Fasilitas	0,315	0,076	4,180	0,000	Signifikan
Keamanan	0,194	0,094	2,478	0,015	Signifikan
Konstanta = 4,089					
$R^2 = 0,484$					
$F = 22,29$ Sig F = 0,000					
Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)					

Sumber : data primer diolah tahun 2017

Secara matematis hasil dari analisis regresi linier berganda tersebut dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = 4,089 + 0,362X_1 + 0,278X_2 + 0,315X_3 + 0,194X_4$$

Persamaan diatas menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen (X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4) terhadap variabel dependen (Y). Masing-masing koefisien regresi tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

a. Konstanta (a) = 4,089

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

b. $b_1 = 0,362$

Koefisien regresi arah positif, artinya apabila variabel harga (X_1) jasa Bus Rosalia Indah semakin baik, maka kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah akan meningkat. Apabila harga naik satu satuan, maka kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah akan naik 0,362 satuan.

c. $b_2 = 0,278$

Koefisien regresi arah positif, artinya apabila variabel kualitas pelayanan (X_2) ditingkatkan atau semakin baik, maka kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah akan meningkat. Apabila kualitas pelayanan naik satu satuan, maka kepuasan konsumen maka kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah akan naik 0,278 satuan.

d. $b_3 = 0,315$

Koefisien regresi arah positif, artinya apabila variabel fasilitas (X_3) ditingkatkan atau semakin baik, maka kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah akan meningkat. Apabila fasilitas naik satu satuan, maka kepuasan konsumen maka kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah akan naik 0,315satuan.

e. $b_4 = 0,194$

Koefisien regresi arah positif, artinya apabila variabel keamanan (X_4) ditingkatkan atau semakin baik, maka kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah akan meningkat. Apabila keamanan naik satu satuan, maka kepuasan konsumen maka kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah akan naik 0,194 satuan

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,089 + 0,362X_1 + 0,278X_2 + 0,315X_3 + 0,194X_4$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Pelayanan

X_3 = Fasilitas

X_4 = Keamanan

2. Berdasarkan hasil analisis uji t maka dapat diketahui bahwa secara parsial variabel harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), fasilitas (X_3), dan keamanan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah, yang ditunjukkan dengan perolehan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (0,05) yaitu sebesar 0,000 (harga), 0,000 (kualitas pelayanan), 0,000 (fasilitas), 0,015 (keamanan).

3. Berdasarkan hasil analisis uji t maka dapat diketahui bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia indah yang ditunjukkan dengan perolehan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan t_{hitung} sebesar 4,549.

4. Berdasarkan hasil analisis uji F maka secara bersama-sama atau simultan dapat dijelaskan bahwa dari kelima variabel independen yang meliputi harga (X_1), kualitas pelayanan (X_2), fasilitas (X_3), dan keamanan (X_4) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu

kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah. Hal ini ditunjukkan dari perolehan nilai F_{hitung} sebesar 22,292 dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (0,05) yaitu sebesar 0,000.

5. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai $R Square$ sebesar 0,484 artinya harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan keamanan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah sebesar 48,4%. Sisanya sebesar 51,6%, variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

SARAN

1. Dari segi harga, dalam hal ini variabel harga merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah. Dengan demikian maka pihak PT. Rosalia Indah Transport hendaknya dapat terus mempertahankan dalam hal penawaran harga tiket yang terjangkau dan disesuaikan dengan fasilitas, kualitas pelayanan, dan keamanan bagi konsumen agar konsumen tetap puas dalam menggunakan jasa Bus Rosalia Indah
2. Dengan hasil penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya disarankan ada variabel lain yang diteliti seperti ketepatan waktu, kenyamanan, dan lokasi agen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran-Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Erlangga.
- _____. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPEE.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta : Edisi Pertama. Salemba Empat.

- Nasution, M.Nur. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Rangkuti, 2006. *Riset Pemasaran*. Cetakan Keempat. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Cetakan ke-17. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2000. *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono. 2004. *Pemasaran Jasa*. Edisi Ketiga. Malang: Bayumedia Publishing.
- _____. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Bayumedia Publishing.