

# Determinan Kepuasan Pelanggan Bus Sarbagita Kota Denpasar Provinsi Bali

I Made Gede Aditya Kumara Putra<sup>1\*</sup>, I Nyoman Wahyu Widiana<sup>1</sup>,  
Wisnu Ardiansyah<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Mahendradatta, Indonesia  
Corresponding Author's e-mail : [Adityakumara313@gmail.com](mailto:Adityakumara313@gmail.com)\*

**ARMADA**  
JURNAL PENELITIAN MULTIDISIPLIN

e-ISSN: 2964-2981

ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.45mataram.or.id/index.php/armada>

Vol. 2, No. 9 September 2024

Page: 748-755

DOI:

<https://doi.org/10.55681/armada.v2i9.1492>

#### Article History:

Received: August, 19 2024

Revised: September, 03 2024

Accepted: September, 10 2024

**Abstract :** *This study aims to analyze the effect of facilities, price, service quality partially and simultaneously on customer satisfaction at Sarbagita Bus Consumers in Denpasar City. The method used in this research is Quantitative research method. The population was 110 customers, and the sample was 52 respondents with sampling techniques using purposive sampling method, which is a non-probability sampling method and the Slovin formula. The results of this study are first based on the results of multiple linear regression tests, Sarbagita Bus customer satisfaction is positively and significantly influenced by Facilities (X1). With the t test results showing that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, because the results show a significant level of  $0.001 < 0.05$  and t count  $4.174 > t$  table 2.056. Second, based on the results of multiple linear regression tests, Sarbagita Bus customer satisfaction is positively and significantly influenced by price (X2). With the t test results showing that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, because the results show that the significance of  $0.002 < 0.05$  and t count  $2.477 > t$  table 2.056. Third, the results of multiple linear regression tests, Sarbagita Bus customer satisfaction is positively and significantly influenced by Service Quality (X3) with the t test results showing that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, because the results show that the significance level is  $0.001 < 0.05$  and t count  $2.742 > t$  table 2.056. The four test results that have been carried out can be obtained as a result of the Fcount value of 16.306, meaning that the Fcount is  $16.306 > F$ table, namely 2.699. Then for the significant value obtained a value of 0.002 with the meaning that sig is  $0.002 < 0.05$ . So for the conclusion in the F test it is stated that the facility variables (X1), price (X2), and service quality (X3) simultaneously affect customer satisfaction (Y) Sarbagita Bus.*

**Keywords :** *Customer Satisfaction, Facilities, Price, Service Quality.*

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Fasilitas, Harga, Kualitas Pelayanan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Konsumen Bus Sarbagita Kota Denpasar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Kuantitatif. Jumlah populasi sebesar 110 pelanggan, dan sampel 52 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel non probabilitas dan rumus Slovin. Hasil dari penelitian ini pertama berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, kepuasan pelanggan Bus

Sarbagita dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Fasilitas (X1). Dengan hasil uji t menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, karena hasil penelitian menunjukkan tingkat signifikan  $0,001 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $4,174 > t$  tabel  $2,056$ . Kedua, Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, kepuasan pelanggan Bus Sarbagita dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh harga (X2). Dengan hasil uji t menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, karena hasil penelitian menunjukkan bahwa signifikansi  $0,002 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $2,477 > t$  tabel  $2,056$ . Ketiga hasil uji regresi linier berganda, kepuasan pelanggan Bus Sarbagita dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Kualitas Pelayanan (X3) dengan hasil uji t menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, karena hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $2,742 > t$  tabel  $2,056$ . Keempat hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diperoleh hasil nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $16,306$  dengan artian bahwa  $F_{hitung}$  yakni  $16,306 > F_{tabel}$  yakni  $2,699$ . Kemudian untuk nilai signifikan didapatkan nilai  $0,002$  dengan artian bahwa sig yakni  $0,002 < 0,05$ . Sehingga untuk kesimpulan pada uji F test dinyatakan bahwa variabel fasilitas (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Bus Sarbagita.

**Kata Kunci** : Fasilitas, Harga, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan.

## PENDAHULUAN

Sumber daya manusia atau sering dikenal dengan SDM adalah faktor penting dalam semua aspek kehidupan. Sejak awal kehidupan manusia yakni awal zaman purba manusia sudah disibukkan dengan bekerja, karena disibukkan dengan bekerja, mobilitas masyarakat menjadi semakin meningkat dan menimbulkan masalah salah satunya dalam peningkatan kebutuhan moda transportasi. Mode transportasi umum yang ada saat ini kurang memenuhi kebutuhan masyarakat dari segi efisiensi waktunya. Sehingga banyak masyarakat lebih memilih untuk menggunakan kendaraan pribadi. Dampak dari penggunaan kendaraan pribadi ini yaitu bertambahnya jumlah kendaraan bermotor di Indonesia, (Maharani Dagi Saputri:2019)

Manusia selalu melakukan perpindahan dalam hidupnya atau dapat kita sebut transportasi. Transportasi dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain. Umumnya transportasi merupakan sebuah sarana yang dapat membantu seseorang dalam memperlancar aktivitas. Sarana transportasi mempunyai peran yang sangat penting dalam meningkatkan keterjangkauan (*accessibility*) suatu wilayah (Wahyu, 2018). Manusia melakukan transportasi untuk memenuhi kebutuhannya ditempat yang berbeda. Dalam bertransportasi manusia menggunakan berbagai berbagai kendaraan baik itu milik pribadi, ataupun kendaraan umum. Sayangnya keadaan kendaraan ini masih bisa disebut tidak layak pakai khususnya pada kendaraan umum. Daya beli masyarakat yang terus meningkat membuat jumlah kendaraan pribadi juga terus bertambah.

Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya. Pada dekade terakhir ini, kualitas jasa semakin mendapat banyak perhatian bagi perusahaan. Persoalan kualitas kini tidak saja menjadi satu-satunya senjata persaingan tetapi sudah menjadi “tiket yang harus dibayar” untuk masuk ke dunia bisnis. Hal ini disebabkan karena kualitas jasa dapat digunakan sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, (Foster, 2018: 1).

Kualitas jasa yang baik dapat menimbulkan loyalitas pelanggan, dan menarik pelanggan baru, karena dengan demikian akan terpenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Pada akhirnya, melalui kepuasan pelanggan lah perusahaan akan memperoleh keuntungan jangka panjang atau stabilitas keberlangsungan hidup perusahaan. Manajemen selalu berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Era globalisasi saat ini, teknologi komunikasi dan informasi mendorong semakin cepatnya perkembangan peran sektor jasa. Hal ini menjadi dampak perusahaan jasa yang dapat mengalami pertumbuhan dan berkembang menjadi sangat kompleks. Dewasa ini, perkembangan transportasi juga sangat pesat, dengan memberikan fasilitas berbagai bentuk dan jenis alat transportasi bagi kehidupan manusia. Transportasi memiliki peranan penting dalam segala aspek kehidupan, baik dalam aspek sosial, ekonomi, lingkungan, politik, pertahanan, dan keamanan. Transportasi juga merupakan sarana perkembangan yang penting dalam roda perekonomian (Ningsi & Putriyani, 2019).

Meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi, berpengaruh juga pada meningkatnya jumlah perusahaan jasa transportasi yang berkompetisi untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Setiap perusahaan jasa transportasi menawarkan banyak keunggulan baik dari segi fasilitas, pelayanan maupun harga. Sehingga, memiliki strategi yang tepat dapat membuat setiap perusahaan untuk tetap bertahan, mengalami perkembangan dan mampu memenangkan kompetisi (Ningsi & Putriyani, 2019).

Di Indonesia transaksi menggunakan media internet bukanlah suatu hal yang asing bagi masyarakat. Berkembangnya bisnis-bisnis yang menggunakan internet membuat transaksi menjadi lebih mudah di mana seseorang dapat melakukan transaksi melalui sosial media ataupun website. Semakin pesatnya informasi dan teknologi melalui internet perkembangan transportasi juga semakin modern yaitu dengan adanya aplikasi transportasi online yang dapat memudahkan masyarakat dalam memperoleh tiket bus antar kota antar provinsi di Indonesia.

Umumnya transportasi merupakan sebuah sarana yang dapat membantu seseorang dalam memperlancar aktivitas. Sarana transportasi mempunyai peran yang sangat penting dalam meningkatkan keterjangkauan (*accessibility*) suatu wilayah (Wahyu, 2018). Salah satu transportasi umum yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah bus. Hal ini dikarenakan beberapa alasan yaitu fleksibilitas, aksesibilitas, dan efisiensi waktu tempuh yang diperlukan oleh penumpang dalam melakukan perjalanan menuju kota tertentu. Sehingga penumpang bisa memilih waktu keberangkatan, aksesibilitas (*accessibility*) yaitu dapat tiba di tempat terdekat tujuan utama penumpang dan harga tiket yang terjangkau.

Transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan (Nasution, 2014:15). Sedangkan menurut Bowersox (2016), transportasi adalah perpindahan barang atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lain, dimana produk dipindahkan ke tempat tujuan dibutuhkan. Secara umum transportasi adalah suatu kegiatan memindahkan sesuatu (barang dan/atau barang) dari suatu tempat ke tempat lain, baik dengan atau tanpa sarana. Jadi, dapat disimpulkan bahwa transportasi Umum merupakan alat atau kendaraan yang berfungsi menghantarkan penumpang ke tempat tujuan. Dimana penumpang tidak menggunakan kendaraan pribadi.

Beberapa kebijakan pemerintah sudah dibuat salah satunya transportasi umum yaitu bus, hanya saja pelaksanaannya yang kurang serius. Seperti pada perawatan kendaraan umum baik itu bus, maupun angkutan kota lainnya, juga tempat pemberhentian seperti terminal maupun halte. Harus ada beberapa dari kendaraan yang harus diganti dan ada beberapa yang harus dilakukan pengecekan ulang. Beberapa kota di Indonesia memiliki masalah yang mirip terhadap angkutan umumnya, khususnya kota Denpasar yaitu, minimnya minat masyarakat Denpasar untuk menggunakan fasilitas angkutan umum untuk berpindah dari tempat satu ke tempat lainnya dan atau memindahkan barang, dan lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi.

Dalam hal ini pemerintah telah mengupayakan strategi agar kepadatan penduduk tersebut dapat teratasi, salah satu dampak yang ditimbulkan oleh kepadatan penduduk yaitu kemacetan. Oleh sebab itu, sebagai salah satu solusi nyata pemerintah meluncurkan beberapa unit transportasi

umum dengan pelayanan yang baik serta murah untuk masyarakat. Transportasi umum tersebut adalah Bus Trans Sarbagita.

Trans Sarbagita merupakan angkutan umum yang dikeluarkan Pemerintah Bali. Trans Sarbagita mulai beroperasi pada bulan Agustus 2011. Trans Sarbagita merupakan singkatan dari Denpasar, Badung, Gianyar, Tabanan, wilayah inilah yang menjadi tempat beroperasinya bus tersebut. Dengan adanya Trans Sarbagita ini diharapkan masyarakat beralih dari kendaraan pribadi ke kendaraan umum sehingga dapat mengurangi konsumsi bahan bakar minyak (BBM). Bus Trans Sarbagita dalam pengoperasiannya masih ditemukan masalah-masalah yang dihadapi, baik itu minat dari masyarakat terhadap penggunaan bus Trans Sarbagita itu sendiri ataupun masalah mengenai kualitas pelayanan, apakah sudah sesuai dengan kebutuhan penumpang.

Kondisi didalam Bus Trans Sarbagita, terdapat 20 kursi untuk duduk dimana terdiri dari 4 kursi lipat dan 16 kursi reguler. Terdapat 6 pemecah kaca apabila pintu Bus Trans Sarbagita tidak bisa dibuka otomatis. Bus Trans Sarbagita ini juga dilengkapi dengan musik disepanjang perjalanan. Halte yang disediakan untuk saat ini adalah 2 macam yaitu halte portable dan halte tetap. Halte portable dibuat dengan maksud agar halte tersebut dapat dipindah ke lokasi yang lebih strategis untuk dijangkau penumpang.

Bus Trans Sarbagita didukung oleh 11 Trayek Cabang dan 25 Trayek Ranting. Jumlah keseluruhan trayek adalah 53 trayek. Pelaksanaannya direncanakan secara bertahap sesuai Road Map (2022-2028), yang didasarkan pada kesiapan Sarana-Prasarana, seperti kendaraan, halte, rambu termasuk Restrukturisasi Trayek pada setiap koridor.

Trans Bus Sarbagita dalam melakukan pengelolaan dilakukan secara langsung sehingga pelanggan dapat melakukan kontak secara langsung dengan pihak manajemen ketika proses sewa dilakukan. Upaya tersebut mendukung dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, dimana apabila pelanggan akan melakukan komplain dapat dilakukan secara langsung kepada pihak manajemen. Namun demikian dalam aktivitas operasional dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan terdapat beberapa hal yang menjadikan pelanggan tidak mendapatkan kepuasan secara langsung kepada pihak manajemen.

Adapun rumusan masalah untuk penelitian ini: 1) Apakah Fasilitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bus Sarbagita Kota Denpasar? 2) Apakah Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bus Sarbagita Kota Denpasar? 3) Apakah Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bus Sarbagita Kota Denpasar? 4) Apakah Fasilitas (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Konsumen Bus Sarbagita Kota Denpasar?

Adapun tujuan penelitian ini: 1) Untuk menganalisis pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di Bus Sarbagita Kota Denpasar; 2) Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan di Bus Sarbagita Kota Denpasar; 3) Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Bus Sarbagita Kota Denpasar; 4) Untuk menganalisis pengaruh Fasilitas, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Konsumen Bus Sarbagita Kota Denpasar.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah: **1) Manfaat Teoritis;** Bagi teoritis manfaat penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan dapat menambah wawasan bagi penulis serta pembaca mengenai ilmu-ilmu pengetahuan determinasi kepuasan pelanggan pada Konsumen Bus Sarbagita Kota Denpasar, **2. Manfaat Praktis;** Bagi akademik, sebagai tambahan referensi penelitian dimasa yang akan datang. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menilai determinasi kepuasan pelanggan pada Konsumen Bus Sarbagita Kota Denpasar. Dimana layanan tersebut dapat memberikan manfaat bagi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Selain itu kedepannya dapat dijadikan sebagai bahan penelitian yang akan datang pada Bus Sarbagita Kota Denpasar. Bagi peneliti, sebagai sarana dalam mempraktekan ilmu yang didapat selama perkuliahan.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses dalam menemukan pengetahuan dengan menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan mengenai apa saja yang akan diteliti (Kasiram, 2018).

Dalam melakukan penelitian menggunakan metode dengan cara menggunakan pendekatan tertentu dalam mencapai tujuan yang diinginkan, hal itu dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan survey dengan pelanggan Bus Sarbagita dalam Pengguna Bus Sarbagita. Pendekatan survei merupakan penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian, data yang akan dipelajari kemudian diambil sebagai sampel dari populasi (Sugiono, 2013:11). Maka akan menemukan kejadian yang relative, distribusi, serta memiliki hubungan antar variabel.

Populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *population*, yang berarti jumlah penduduk. Menurut Arikunto (2019), populasi merupakan seluruh subjek dari penelitian. Oleh karena itu, populasi adalah individu-individu yang memiliki kesamaan karakteristik meskipun persentase kesamaannya kecil, dengan kata lain semua individu yang akan dijadikan objek penelitian. Arikunto (2019) berpendapat bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sedangkan Populasi merupakan suatu wilayah yang terdiri dari objek dan subjek dimana mempunyai karakter tertentu, ditetapkan sebagai penelitian kemudian dipelajari dan menarik kesimpulan (Sugiono, 2012:80). Populasi pada penelitian kali ini menggunakan semua pelanggan Bus Sarbagita Kota Denpasar tahun 2023.

Menurut Sugiyono (2019:118) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester dua Universitas Mahendradatta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau karakteristik tertentu (Sugiyono, 2019:138). Teknik *purposive sampling* tergolong dalam jenis *non probability sampling* artinya tidak memberikan peluang yang sama dari setiap populasi. Kriteria tertentu yang ditetapkan dalam penelitian ini antara lain:

1. Pelanggan bus Sarbagita yang aktif menggunakan Bus.
2. Pelanggan yang memakai Bus Sarbagita tahun 2023.
3. Pelanggan Bus Sarbagita Rute Kota Denpasar.

Responden yang cocok dengan kriteria tersebut, dapat dijadikan responden dan diberikan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Menurut (Sugiono, 2012:80) *purposive sampling* yang dimana bermaksud dalam penelitian ini dengan pertimbangan dan kriteria tertentu.

## HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Fasilitas, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Konsumen Bus Sarbagita Kota Denpasar. Menggunakan metode regresi linier berganda, penelitian ini menguji hubungan antara variabel independen (Fasilitas, Harga dan Kualitas Pelayanan) dan variabel dependen (Kepuasan pelanggan).

### Pembahasan

1. Pengaruh Fasilitas: Fasilitas Hal ini mengandung arti bahwa pelanggan akan berjalan lebih baik jika memiliki fasilitas yang diberikan baik. Keberhasilan fasilitas yang diberikan kepada pelanggan akan didukung dengan semakin tingginya tingkat kenyamanan pelanggan. Sebaliknya, fasilitas yang rendah maka semakin rendah juga tingkat kepuasan pelanggan. Fasilitas menekankan pentingnya kenyamanan bagi pengguna Bus Sarbagita. Pelanggan akan mendapatkan banyak manfaat ketika menggunakan transportasi umum.
2. Pengaruh Harga: Harga Dengan artian bahwa harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Ini adalah hasil dari kemajuan teknologi yang dimana pelanggan sudah bisa mengakses updatenya harga dan jadwal keberangkatan transportasi umum. Karena dengan

harga murah masyarakat dapat menggunakan transportasi umum dengan harga yang terjangkau. Harga yang terjangkau memudahkan orang dapat berfikir bahwa menggunakan transportasi umum jauh lebih efisien dibandingkan menggunakan transportasi pribadi.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan: Dengan kata lain, Kualitas Pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan baik. Peningkatan kualitas pelayanan lebih baik ketika pelanggan merasa nyaman menggunakan transportasi umum. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan buruk, maka kepuasan pelanggan akan menurun untuk menggunakan transportasi umum.
4. Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Asumsi Klasik: Uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, linieritas, Koefisien determinasi, Uji F, Uji Parsial. menunjukkan bahwa model regresi memenuhi semua asumsi klasik, sehingga hasil analisis dapat dipercaya.

## Hasil

1. Regresi Linier Berganda: Model regresi yang dihasilkan menunjukkan bahwa baik Fasilitas, Harga dan Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Koefisien regresi untuk Fasilitas, Harga, Kualitas pelayanan masing-masing Positif, yang mengindikasikan bahwa peningkatan dalam ketiga variabel ini cenderung meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Signifikansi Statistik: Pengujian statistik menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen pada tingkat signifikansi 5%. Ini berarti bahwa perubahan Fasilitas, Harga, Kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Konsumen Bus Sarbagita Kota Denpasar yang diteliti.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Fasilitas, Harga dan Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh Pemilik Trans Bus Sarbagita dalam membuat keputusan terkait Kepuasan Pelanggan Bus Sarbagita. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi manajemen Trans dalam menyusun strategi untuk mengelola risiko yang terkait dengan Fasilitas, Harga dan Kualitas pelayanan Bus Sarbagita Kota Denpasar Provinsi Bali.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis data terkait Determinan kepuasan pelanggan Bus Sarigita Kota Denpasar dengan Rumusan Pembahasan Terkait Pengaruh Fasilitas (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan; Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, kepuasan pelanggan Bus Sarbagita dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Fasilitas, artinya bahwa jika fasilitas dari bus sarbagita semakin baik, maka pelanggan semakin puas. Keberhasilan fasilitas yang diberikan kepada pelanggan akan didukung dengan semakin tingginya tingkat kenyamanan pelanggan. Sebaliknya, fasilitas yang rendah maka semakin rendah juga tingkat kepuasan pelanggan, 2) Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan; Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, kepuasan pelanggan Bus Sarbagita dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh harga. Dengan artian bahwa harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Karena dengan memberikan harga yang terjangkau, maka pelanggan akan semakin puas. Harga yang terjangkau memudahkan orang dapat berfikir bahwa menggunakan transportasi umum jauh lebih efisien dibandingkan menggunakan transportasi pribadi, 3) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan; Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, kepuasan pelanggan Bus Sarbagita dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Kualitas Pelayanan. Dengan kata lain, Kualitas Pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan baik. Peningkatan kualitas pelayanan lebih baik ketika pelanggan merasa nyaman menggunakan transportasi umum. Sebaliknya, jika kualitas pelayanan buruk, maka kepuasan pelanggan akan menurun untuk menggunakan transportasi umum, 4) Pengaruh Fasilitas, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan; Pada uji F test dinyatakan bahwa variabel fasilitas, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Bus Sarbagita.

Artinya bahwa ketika fasilitas tinggi maka kepuasan pelanggan akan membaik seiring dengan didukungnya fasilitas yang diberikan disaat menggunakan transportasi umum.

### Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut : 1) Dalam rangka meningkatkan Kepuasan Pelanggan Bus Sarbagita, maka disarankan kepada Pengelola Bus Sarbagita untuk mengoptimalkan Fasilitas, Harga dan Kualitas Pelayanan, 2) Pihak Pengelola Bus Sarbagita diharapkan mampu memberikan Kualitas Pelayanan, serta mengoptimalkan Fasilitas Bus untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan ketertarikan masyarakat untuk menggunakan transportasi Umum atau Bus Sarbagita.

### DAFTAR PUSTAKA

- \_\_\_\_\_. 2001. Manajemen Pemasaran: Marketing Management; Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Edisi Indonesia. Jilid 1. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- \_\_\_\_\_. 2004. Manajemen Jasa. Edisi I. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2005. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: CV. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2006. Statistika Untuk Penelitian. Cetakan Kesembilan. Bandung: CV. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2007. Statistika Untuk Penelitian. Cetakan Keduabelas. Bandung: CV. Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Cetakan Ke-19. Bandung: CV. Alfabeta.
- Algifari. Statistik Induktif: untuk ekonomi dan bisnis. Edisi Kedua. Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 2001
- Anderson W Eugene, Fornel Cleas & Lehman R Donald. 1994. Customer Satisfaction, Markel Share, and Profitability: Findings From Sweden. Journal of Marketing, Vol. 58.
- Fandy Tjiptono, 2011. Gregorius Chandra, Service, Quality & Satisfaction, Yogyakarta: Andi Offset
- Fitzsimmons James & Mona J Fitzsimmons. 1994. Service Management For Competitive Advantage. New York: Mc Graw-Hill Inc.
- Gaspers, V. 1997. Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis Total. Jakarta: Gramedia.
- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19 (Edisi Kelima). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar. 2003. Ekonometrika Dasar. Jakarta: Airlangga.
- Idris, Adam. 2007. Kinerja Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Malang: CV. Sofa Mandiri.
- Kotler, Philip. 1997. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Kontrol. Jakarta: Prehellindo.
- Loudon L. David And Bitta J Della. 1993. Consumer Behavior: Concept and Aplication. Fourth Edition. McGraw-hill. Inc.
- Lovelock, Cristopher H. 1991. Service Marketing. Second Edition, USA: Prentice Hall International.Inc.
- Maylina, Wenny. 2002. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan Terhadap Merek Pada Konsumen Pasta Gigi Pepesodent di Surabaya. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi: Ventura, Vol.6 No.1.
- Oliver L Ricahrd. 1997. Satisfaction A Behavioral Prespective On the Consumer. New York: Mc Graw – Hill. Companies Inc.
- Parasuraman, A , Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry. 1993. SERVQUAL: A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, dalam Journal of Retailing. Vol. 64. No. 1.
- Purwanto. 2008. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhaji, Aditia, Indra. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada UD Pandan Wangi Semarang. (Online), (<http://www.researchgate.net/publication/541541>, diakses 05 Desember 2018).
- Swastha, Basu. 1996. Azas - azas Marketing. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty.

- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wahyu Ariani, D. 2009. *Manajemen Operasi Jasa*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wibowo, Susanto, A. 2013. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan di Kota Purwokerto. (Online), (<http://lib.unnes.ac.id/18048/1/7350408009.pdf>, diakses 05 Desember 2018).
- Yamit, Zulian. 2013. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonesia.