



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Transportasi Bus Pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor

Nabilla Aulia

Universitas Djuanda Bogor

Korespondensi penulis: nabillaaulia023@gmail.com

Abstract. The tight competition among companies engaged in tourism bus transportation services encourages companies to look for the right marketing strategy so that the company can win the competition, one strategy to win the competition is to provide customer satisfaction. Factors that influence customer satisfaction include service quality and price. This study aims to analyze the effect of service quality and price on consumer satisfaction of PT. Midas Transportation Bogor. Based on the results of this research is expected to be useful as input and information for the PT. Midas Transportation Bogor regarding the factors that influence customer satisfaction such as service quality, and price in order to be able to meet the criteria of customer satisfaction. The population of this study are consumers who have used the tourism bus transportation services of PT. Midas Transportation Bogor. The sample in this study were 64 consumers of tourism bus transportation services of PT. Midas Transportation Bogor. Testing the coefficient of determination (R^2) is 51.4% while the rest is 48.6%. The relationship between service quality and price is strong with a correlation coefficient of 0.717. Based on the results of hypothesis testing, it shows that the variables of service quality and price simultaneously or partially have a positive and significant effect on consumer satisfaction of tourism bus transportation services at PT. Midas Transportation Bogor.

Keywords: Service Quality, Price, Consumer Satisfaction.

Abstrak. Ketatnya persaingan di antara perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi bus pariwisata mendorong perusahaan untuk mencari strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan dapat memenangkan persaingan, salah satu strategi untuk memenangkan persaingan yaitu dengan memberikan kepuasan konsumen. faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas pelayanan dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor. Berdasarkan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan informasi bagi pihak PT. Midas Transportasi Bogor mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti kualitas pelayanan, dan harga guna mampu memenuhi kriteria kepuasan konsumen. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor. Sampel dalam penelitian ini adalah 64 konsumen jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor. Pengujian koefisien determinasi (R^2) 51,4% sedangkan sisanya sebesar 48,6%. Hubungan antara kualitas pelayanan dan harga kuat dengan hasil koefisien korelasi sebesar 0,717. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan maupun parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen.

LATAR BELAKANG

Transportasi pada saat ini menjadi suatu bagian yang dibutuhkan oleh semua kalangan untuk melakukan perjalanan jarak dekat maupun jarak jauh dan menjadi sarana yang penting dalam menunjang berbagai kegiatan baik itu ekonomi, pendidikan, pariwisata, budaya dan lain lain. Tanpa adanya transportasi sebagai sarana penunjang maka mobilitas manusia akan terhambat. Menurut Andriansyah (2015:1) transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dengan menggunakan wahana yang digerakkan oleh manusia atau mesin.

Di Indonesia terdapat berbagai jenis transportasi seperti darat, laut, dan udara, salah satu transportasi paling banyak diminati masyarakat yaitu transportasi darat. Hal ini dikarenakan transportasi darat sangat mudah diakses dan dijumpai, terlihat dengan perkembangan jumlah kendaraan transportasi darat yang cenderung meningkat setiap tahun. Berikut ini data perkembangan jumlah kendaraan dirinci menurut jenisnya pada tahun 2016 – 2020 di Indonesia yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Kendaraan Dirinci Menurut Jenisnya Tahun 2016 – 2020 di Indonesia

Jenis Kendaraan	Perkembangan Jumlah Kendaraan Menurut Jenis (Unit)					Pertumbuhan per Tahun (%)
	2016	2017	2018	2019	2020	
Mobil Penumpang	13.142.958	13.968.202	14.830.698	15.592.419	15.797.746	4,71
Mobil Bus	204.512	213.359	222.872	231.569	233.261	3,34
Mobil Barang	4.326.731	4.540.902	4.797.254	5.021.888	5.083.405	4,11
Sepeda Motor	94.531.510	100.200.245	106.657.952	112.771.136	115.023.039	5,03
Rata – rata	28.051.428	29.730.677	31.627.194	33.404.253	34.034.363	4,95

Sumber : <https://www.bps.go.id/> 2021, (Diakses pada tanggal 29 Maret 2022 pukul 19:00 WIB.)

Tabel 1 merupakan perkembangan jumlah kendaraan berdasarkan jenisnya di Indonesia pada tahun 2016 sampai 2020 di Indonesia. Rata – rata pertumbuhan pada semua jenis kendaraan sebesar 4,95% per tahun. Mobil penumpang mengalami pertumbuhan sebesar 4,71% dikarenakan sebagian masyarakat masih menggunakan mobil penumpang untuk menunjang kegiatan sehari – hari, kemudian pada mobil barang sebesar 4,11% pada saat ini banyak perusahaan di bidang barang maupun jasa yang memerlukan alat transportasi, selanjutnya kendaraan yang mengalami pertumbuhan

paling tinggi yaitu sepeda motor sebesar 5,03% per tahun karena sepeda motor merupakan transportasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Pada kendaraan mobil bus mengalami kenaikan sebesar 3,34% pertumbuhan ini dikarenakan mobil bus adalah salah satu transportasi dengan beragam jenis mulai dari bus trayek dalam kota, bus Antar Kota Dalam Provinsi (AKDP), bus Antar Kota Antar Provinsi (AKAP) dan bus pariwisata.

Meskipun pertumbuhan jumlah kendaraan mobil bus tidak seperti sepeda motor, tetapi minat masyarakat terhadap jasa transportasi mobil bus sangat tinggi. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa transportasi bus untuk *tour* atau melakukan perjalanan baik dalam kota maupun luar kota. Selain itu, tarif tiket yang masih cukup terjangkau dibandingkan dengan transportasi darat lainnya. Semakin banyak minat masyarakat menggunakan mobil bus, semakin banyak jumlah perusahaan jasa transportasi bus yang bermunculan di berbagai daerah sehingga menyebabkan persaingan bisnis.

Bogor adalah salah satu daerah di Jawa Barat, wilayah Bogor terbagi menjadi Kota dan Kabupaten. Luas wilayah Kota Bogor yaitu mencapai 118,50 km² dan Kabupaten Bogor mencapai 2.710,62 km² (www.bps.go.id 2021, diakses pada tanggal 29 Maret 2022 pukul 20:30 WIB). Selain itu Kota Bogor maupun Kabupaten Bogor merupakan daerah yang berkembang dengan sangat pesat dan memiliki pertumbuhan ekonomi yang sangat baik, sehingga banyak perusahaan – perusahaan di bidang barang atau jasa yang terletak di wilayah Bogor, salah satunya yaitu perusahaan di bidang jasa transportasi bus pariwisata yang saat ini berkembang semakin pesat. Dengan berkembangnya perusahaan di bidang jasa transportasi bus pariwisata di Bogor, maka dari itu perusahaan harus menyusun atau menciptakan suatu strategi yang tepat. Langkah penting untuk menetapkan sebuah perusahaan di bidang jasa transportasi bus pariwisata agar lebih unggul salah satunya dengan menyediakan jasa yang berkualitas, sehingga dapat memenangkan persaingan agar bertahan untuk jangka panjang serta mewujudkan pencapaian target. Berikut adalah daftar nama perusahaan jasa transportasi bus pariwisata di Bogor yaitu sebagai berikut:

Tabel 1 Daftar Nama Perusahaan Jasa Transportasi Bus Pariwisata di Bogor Tahun 2021

No	Nama Perusahaan Bus Pariwisata	Alamat
1	PT. Midas Transportasi Bogor	Jl. Pertokoan Pinus Niaga, Sentul City Bogor. 16810.
2	PT. Kerub Pariwisata Indonesia	Jl. Brigjen H. Sapta Adjie Hadiprawira, Cilendek Bogor, 16113.
3	PT. Limas Express Executive	Jl. KH Sholeh Iskandar, Kayumanis Tanah sareal Bogor, 16169.
4	PT. Adibuzz Mitra Gembang	Jl. Raya Pondok Rajeg, Cibinong Bogor, 16146.
5	PT. ACM Mahadat Trans	Jl. Raya Tajur, Muarasari Bogor, 16137.
6	PT. Putra Catur Mandiri	Villa Bogor Indah Blok Hh No.15 Cipagiri Bogor, 16157.
7	PT. Bintangtiga Jaya Abadi	Jl. Suryakencana No. 170 Bogor, 14123.
8	PT. Sekawan Indonesia Wisata	Jl. Raya Pemda No.128 Pasir Jambu Bogor, 16913.

Sumber : <https://spionam.dephub.go.id/>, 2021 (Diakses pada tanggal 29 Maret 20:22)

Berdasarkan Tabel 2 dijelaskan nama perusahaan jasa transportasi bus pariwisata diantaranya terdapat 8 perusahaan yang berada di Bogor Jawa Barat. Dari beberapa nama perusahaan bus pariwisata tersebut tentu memiliki keunggulan masing - masing yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa transportasi bus pariwisata dengan kualitas pelayanan dan harga yang baik, sehingga ini menjadi sebuah acuan perusahaan dalam bidang jasa transportasi bus pariwisata agar memberikan pelayanan serta tarif yang diharapan konsumen.

Ketatnya persaingan di antara perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi bus pariwisata mendorong perusahaan untuk mencari strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan dapat memenangkan persaingan. Menurut Kotler dan Keller (2016:14), strategi pemasaran merupakan pendekatan utama yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai target yang telah ditetapkan, yang dituangkan dalam keputusan utama mengenai target pasar dan penempatan produk di pasar. Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan yaitu dengan memberikan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen menurut Tjiptono dan Chandra (2016:204), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk yang muncul setelah membandingkan persepsi kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Dengan memberikan kepuasan maka konsumen akan cenderung untuk memakai jasa secara berulang. Kepuasan konsumen pun akan menumbuhkan informasi yang bersifat positif serta memberikan manfaat bagi perusahaan dan memberikan nilai yang maksimal.

Menurut Firmansyah (2018:133), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas pelayanan dan harga.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan serta kemauan para konsumen sehingga sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016:156), kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Berdasarkan penelitian terdahulu Supriyanti (2016), dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga. Harga yang relatif murah dan produk yang memiliki kualitas yang sama akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada konsumen. Harga juga menjadi pertimbangan khusus yang diperlukan konsumen pada saat membeli suatu barang atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2016:312), harga adalah sebagai sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukarkan pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakan layanan produk. Bagi sebagian pemasar, harga merupakan persoalan pelik yang membutuhkan pertimbangan matang dan cermat. Berdasarkan penelitian terdahulu Sinaga, dkk (2021), dinyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

PT. Midas Transportasi Bogor merupakan salah satu perusahaan di bidang jasa transportasi bus pariwisata yang didirikan bulan Desember tahun 2013 terletak di Jl. Pertokoan Pinus Niaga, Sentul City Bogor, 16810. PT. Midas transportasi ini memiliki 8 unit bus dengan kapasitas 31 sampai 59 seat. Terdapat banyak fasilitas yang disediakan oleh PT. Midas Transportasi Bogor seperti AC, TV LED, toilet, audio karouke dan lainnya. Adapun data fasilitas bus pariwisata pada PT. Midas Transportasi Bogor sebagai berikut :

Tabel 2 Daftar Standar Bus Pariwisata dan Ketersediaan Fasilitas Bus PT. Midas Transportasi Bogor

No	Standar Fasilitas	Ketersediaan Fasilitas	
		Ada	Tidak
Keselamatan			
1	Alat Pemukul / Pemecah Kaca	✓	
2	Alat Pemadam Api Ringan	✓	
3	Lampu Senter	✓	
4	Fasilitas Kesehatan / Kotak P3k		✓
5	Buku Panduan Tanggap Darurat	✓	
6	Pintu Darurat		✓
7	Penyimpanan dan Pemeliharaan Kendaraan Pool	✓	
8	Asuransi Kecelakaan Lalu Lintas	✓	
Kenyamanan			
1	Recleaning Seat	✓	
2	Sirkulasi Udara	✓	
3	Rak Bagasi	✓	
4	Bagasi Bawah	✓	
5	Tempat Sampah	✓	
6	Kaca Film	✓	
7	Audio System + Microfon + TV LED	✓	
8	Bantal + Selimut	✓	
9	Gorden	✓	
10	Pengatur Suhu Ruangan / AC	✓	
11	Kapasitas Angkut	✓	
12	Toilet	✓	
13	Cooling Box	✓	
14	WIFI		✓
15	Sandaran Kaki		✓
16	Nomer Tempat Duduk		✓
Keamanan			
1	Tanda Pengenal Bagasi		✓
2	Lampu Tanda Bahaya	✓	
3	Tanda Pengenal Awak Kendaraan	✓	
4	Informasi Gangguan Keamanan		✓

Sumber : PT. Midas Transportasi Bogor, 2021

Berdasarkan Tabel 3 fasilitas yang dimiliki oleh PT. Midas Transportasi Bogor. Namun, terdapat 7 fasilitas yang tidak dimiliki oleh PT. Midas Transportasi Bogor. Sedangkan menurut Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 98 Tahun 2013 Tentang Standar Pelayanan Minimal Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Dalam Trayek bus pariwisata memiliki standar fasilitas seperti AC, alat pemecah kaca, alat pemadam api ringan, kotak P3K dan lainnya (www.dephub.go.id 2021,

Diakses 30 Maret 2022 pukul 20:00 WIB). Hal tersebut diduga menjadi sebuah pertimbangan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor. Berikut adalah data penjualan jasa penyewaan bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor pada tahun 2021 :

Tabel 3 Data Penjualan Jasa Penyewaan Bus Pariwisata Pada PT. Midas Transportasi Bogor Tahun 2021

No	Bulan	Target (Orderan)	Realisasi (Orderan)	Tingkat Ketercapaian Target (%)	Keterangan
1	Januari	200	48	24,00	Tidak Tercapai
2	Februari	200	102	51,00	Tidak Tercapai
3	Maret	200	110	55,00	Tidak Tercapai
4	April	200	60	30,00	Tidak Tercapai
5	Mei	200	68	34,00	Tidak Tercapai
6	Juni	200	123	61,50	Tidak Tercapai
7	Juli	200	16	8,00	Tidak Tercapai
8	Agustus	200	65	32,50	Tidak Tercapai
9	September	200	109	54,50	Tidak Tercapai
10	Oktober	200	129	64,50	Tidak Tercapai
11	November	200	143	71,50	Tidak Tercapai
12	Desember	200	134	67,00	Tidak Tercapai
Jumlah		2400	1107	553,50	
Rata – rata		200	92,25	46,13	Tidak Tercapai

Sumber : PT. Midas Transportasi Bogor, 2021

Berdasarkan Tabel 4 dijelaskan bahwa target penjualan jasa penyewaan bus pariwisata pada tahun 2021 tidak tercapai. Untuk rata-rata realisasi orderan sebesar 92,25 dan rata-rata tingkat ketercapaian target sebesar 46,13%. Pada target penjualan jasa penyewaan bus pariwisata tidak tercapai yang telah ditetapkan sebesar 200 orderan per bulan oleh manajemen perusahaan PT. Midas Transportasi Bogor. Dari ketidaktercapaian target penjualan jasa penyewaan bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor tersebut diduga adanya ketidakpuasan konsumen yang salah satunya disebabkan oleh faktor kualitas pelayanan dan harga.

Berdasarkan hasil wawancara dan survei pendahuluan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap dan kualitas pelayanan pada PT. Midas Transportasi Bogor dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Trasportasi Bogor. Survei

pendahuluan ini dilakukan melalui *google form* selama 6 hari yaitu tanggal 07 – 12 Februari 2022. Berikut adalah hasil survei pendahuluananya :

Tabel 4 Tanggapan Hasil Prasurvey Konsumen Tentang Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Pertanyaan	Jawaban		Interpretasi
			Ya	Tidak	
1	Bukti langsung (<i>Tangible</i>)	Apakah kondisi fasilitas bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor dapat digunakan dengan baik?	22	8	Sebesar 74% konsumen menyatakan bahwa harga sewa yang diberikan PT. Midas Transportasi Bogor sesuai dengan keuangan konsumen dan 26% menyatakan hal sebaliknya.
2	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Apakah karyawan PT. Midas Transportasi Bogor memiliki kemampuan <i>safety driving</i> saat mengemudi bus?	20	10	Sebesar 67% konsumen menyatakan bahwa karyawan PT. Midas Transportasi Bogor memiliki kemampuan <i>safety driving</i> saat mengemudi bus dan 33% menyatakan hal sebaliknya.
3	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	Apakah karyawan PT. Midas Transportasi Bogor selalu tanggap dalam melayani konsumen?	13	17	Sebesar 44% konsumen menyatakan bahwa karyawan PT. Midas Transportasi Bogor cepat dalam melayani konsumen dan 56% menyatakan hal sebaliknya.
4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Apakah PT. Midas Transportasi Bogor memberikan perlindungan yang lengkap terhadap keselamatan konsumen?	5	25	Sebesar 17% konsumen menyatakan bahwa PT. Midas Transportasi Bogor memberikan perlindungan yang lengkap terhadap keselamatan konsumen dan 83% menyatakan hal sebaliknya.
5	Empati (<i>Emphaty</i>)	Apakah Karyawan PT. Midas Transportasi Bogor memberikan perhatian yang baik secara personal ?	11	19	Sebesar 37% konsumen menyatakan karyawan PT. Midas Transportasi Bogor belum memberikan perhatian yang baik secara personal dan 63% menyatakan hal sebaliknya.
Kualitas Pelayanan PT. Midas Transportasi Bogor			71 (48%)	79 (52%)	Sebesar 48% konsumen menyatakan bahwa kualitas pelayanan sesuai dan 52% menyatakan hal sebaliknya.

Sumber : Survei pendahuluan, Data diolah 2021

Berdasarkan Tabel 5 menyatakan bahwa hasil prasurvei yang diperoleh mengenai kualitas pelayanan PT. Midas Transportasi Bogor dapat dilihat dari persentase jawaban konsumen yang menjawab “Tidak” sebesar (52%) lebih tinggi daripada jawaban “Ya” sebesar (48%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya permasalahan kualitas

pelayanan yang diberikan PT. Midas Transportasi Bogor sehingga belum sesuai dengan harapan konsumen.

Selain kualitas pelayanan dalam melakukan pembelian barang maupun jasa konsumen akan mempertimbangkan harga terlebih dahulu, karena konsumen akan merasa puas jika nominal yang dikeluarkan sama dengan manfaat yang didapatkan. Konsumen akan membandingkan harga pada saat menggunakan layanan jasa, memilih harga yang murah dan seimbang dengan kualitasnya atau dengan alasan lainnya. Berikut ini adalah daftar perbandingan harga sewa bus pariwisata berdasarkan tempat tujuan pada PT. Midas Transportasi Bogor dengan harga sewa dari perusahaan lain yaitu PT. Adibuzz Mitra Gemilang dan PT. Limas Express Executive :

Tabel 5 Daftar Perbandingan Harga Sewa Jasa Transportasi Bus Pariwisata

No	Tujuan	Harga		Keterangan	Waktu
		PT. Midas Transportasi Bogor	PT. Limas Express Executive		
Dalam Kota					
1	Bogor – Sentul	Rp.2.300.000	Rp2.000.000	✓	1 hari
2	Bogor – Jakarta	Rp.2.400.000	Rp2.500.000	✓	1 hari
3	Bogor – Tanggerang	Rp.2.600.000	Rp2.200.000	✓	1 hari
4	Bogor - Taman Matahari	Rp.2.550.000	Rp2.700.000	✓	1 hari
5	Bogor – Cipanas	Rp.2.975.000	Rp2.800.000	✓	1 hari
6	Bogor – Cianjur	Rp.2.975.000	Rp2.500.000	✓	1 hari
7	Bogor – Sukabumi	Rp.2.975.000	Rp2.600.000	✓	1 hari
8	Bogor – Pelabuhan Ratu	Rp.3.350.000	Rp3.000.000	✓	1 hari
9	Bogor – Purwakarta	Rp.3.100.000	Rp2.700.000	✓	1 hari
10	Bogor – Karawang	Rp.3.100.000	Rp2.700.000	✓	1 hari
11	Bogor – Bandung	Rp.3.550.000	Rp3.500.000	✓	1 hari
12	Bogor – Ciwidey	Rp.3.700.000	Rp3.800.000	✓	1 hari
13	Bogor – Banten	Rp.3.700.000	Rp3.400.000	✓	1 hari
Luar Kota					
1	Bogor – Cirebon	Rp.7.800.000	Rp6.600.000	✓	2 hari
2	Bogor – Pangandaran	Rp.10.650.000	Rp9.300.000	✓	3 hari
3	Bogor – Lampung	Rp.7.600.000	Rp6.600.000	✓	2 hari
4	Bogor – Yogyakarta	Rp.13.650.000	Rp11.700.000	✓	4 hari
5	Bogor – Bali	Rp.25.875.000	Rp22.200.000	✓	7 hari
6	Bogor – Surabaya	Rp.18.500.000	Rp15.200.000	✓	5 hari
7	Bogor – Lombok	Rp.34.500.000	Rp31.700.000	✓	10 hari

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 6 PT. Midas Transportasi ini memiliki pesaing utama di Bogor yaitu PT. Limas Express Executive. Pada perbandingan harga sewa PT. Midas Transportasi ini memiliki 18 tujuan dengan harga yang lebih tinggi dan 2 tujuan dengan harga yang lebih rendah. Perbedaan harga PT. Midas Transportasi dengan PT. Limas Express Executive yaitu dari Rp. 100.000 sampai Rp. 3.500.000. Dari perbedaan harga tersebut diduga dapat mempengaruhi konsumen lebih memilih jasa transportasi bus pariwisata lain dibandingkan dengan PT. Midas Transportasi Bogor.

Untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap dan harga pada PT. Midas Transportasi Bogor dilakukan wawancara dan survei pendahuluan dengan menyebarluaskan kuesioner kepada 30 konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Trasportasi Bogor. Survei pendahuluan ini dilakukan melalui *google form* selama 6 hari yaitu tanggal 07 – 12 Februari 2022. Berikut adalah hasil survei pendahuluannya :

Tabel 6 Tanggapan Hasil Prasurvey Konsumen Tentang Harga

No	Indikator	Pertanyaan	Harga		Interpretasi
			Jawaban Ya	Jawaban Tidak	
1	Keterjangkauan Harga.	Apakah harga sewa yang diberikan PT. Midas Transportasi Bogor terjangkau?	5	25	Sebesar 17% konsumen menyatakan bahwa harga sewa bus PT. Midas Transportasi Bogor terjangkau 83% menyatakan hal sebaliknya.
2	Daya Saing Harga.	Apakah harga sewa yang ditawarkan PT. Midas Transportasi Bogor lebih murah dibanding pesaing?	3	27	Sebesar 20% konsumen menyatakan bahwa harga sewa bus yang ditawarkan PT. Midas Transportasi Bogor lebih murah dan 90% menyatakan hal sebaliknya.
3	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Jasa.	Apakah harga sewa yang diberikan PT. Midas Transportasi Bogor sesuai dengan kualitas jasa yang tersedia?	15	15	Sebesar 50% konsumen menyatakan bahwa harga sewa yang ditawarkan PT. Midas Transportasi Bogor sesuai dengan kualitas jasa dan 50% mentakan hal sebaliknya.
4	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Apakah harga sewa PT. Midas Transportasi sesuai dengan manfaat yang didapatkan?	15	15	Sebesar 50% konsumen menyatakan bahwa harga sewa yang ditawarkan PT. Midas Transportasi Bogor sesuai dengan manfaat yang didapat dan 50% menyatakan hal sebaliknya.
5	Potongan Harga	Apakah ada potongan harga sewa PT. Midas Transportasi Bogor?	6	24	Sebesar 20% konsumen menyatakan bahwa potongan harga sewa bus PT. Midas Transportasi Bogor berlaku dan 80% menyatakan hal sebaliknya.
Harga PT. Midas Transportasi Bogor			44 (29%)	106 (71%)	Sebesar 29% konsumen menyatakan bahwa harga lebih murah, jika dibandingkan dengan perusahaan sejenis dan 71% menyatakan hal sebaliknya.

Sumber : Survei pendahuluan, Data diolah 2021

Berdasarkan Tabel 7 hasil prasurvei yang diperoleh mengenai harga pada PT. Midas Transportasi Bogor dapat dilihat dari persentase jawaban konsumen yang menjawab “Tidak” sebesar (71%) lebih tinggi daripada jawaban “Ya” sebesar (29%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya permasalahan pada harga yang diberikan PT. Midas Transportasi Bogor sehingga belum sesuai dengan harapan konsumen.

Berdasarkan latar belakang dikemukakan di atas pada kualitas pelayanan dan harga pada jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor belum maksimal, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai kualitas pelayanan dan harga yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Maka penulis mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Transportasi Bus Pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor”**

KAJIAN TEORITIS

Manajemen

Manajemen adalah proses atau kerangka kerja yang dirancang untuk memandu atau membimbing sekelompok orang untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efisien yang bersifat masif, kompleks dan bernilai tinggi tentu organisasi yang harus didayagunakan secara optimal sehingga diperlukannya manajemen dalam mengatur sumber daya manusia sedemikian rupa guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sejak awal. Menurut Abdullah & Tantri (2014:2), manajemen adalah kegiatan umum yang bersangkutan dengan pelaksanaan pekerjaan organisasi, melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian, untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan dengan penggunaan sumber daya secara efektif dan efisien. Menurut Hasibuan (2016:2), manajemen adalah ilmu dan seni mengelola proses penggunaan manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu.

Pemasaran

Pemasaran merupakan bagian dari dunia bisnis serta faktor yang penting dalam strategi bisnis perusahaan, terutama berkaitan dengan konsumen. Istilah pemasaran berasal dari istilah pasar, atau biasanya diartikan sebagai suatu mekanisme yang menggabungkan penawaran dan permintaan. Menurut Suprapto dan Azizi (2020:1), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan memfasilitasi produk yang bernilai dengan pihak lain. Sedangkan menurut Firmansyah (2019:3), Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain secara bebas.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan manajemen berbasis fungsi, yang bertujuan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan bagaimana cara mencapai tujuan tersebut. Dalam memahami kebutuhan konsumen, pelaku bisnis perlu melakukan riset pasar, termasuk survei preferensi konsumen, sehingga pelaku bisnis dapat memperoleh informasi tentang kebutuhan konsumen. Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:1), manajemen pemasaran adalah manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program yang mencakup konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi produk, layanan, dan ide yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan menurut Assauri (2018:12), manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan program yang dilakukan dari pertukaran melalui pasar sasaran untuk mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Bauran Pemasaran Jasa

Dalam keberhasilan perusahaan untuk mencapai tujuan, perusahaan perlu menggunakan suatu cara untuk dapat menarik perhatian konsumen, salah satu cara dengan menyusun sebuah strategi yaitu bauran pemasaran jasa (*marketing mix*). Menurut Ratih (2015:48), bauran pemasaran jasa merupakan unsur-unsur organisasi perusahaan yang dapat dikendalikan oleh perusahaan dalam berkomunikasi dengan konsumen dan akan digunakan untuk memuaskan konsumen. Menurut Assauri (2018:198), bauran pemasaran merupakan kombinasi dari variabel atau kegiatan inti pemasaran, variabel tersebut dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi konsumen. Sedangkan menurut Swasta dan Handoko (2016:124), bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan variabel terkendali yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dari segmen sasaran tertentu perusahaan.

Jasa

Jasa adalah pemberian pelayanan dari pihak satu kepada pihak lain. Definisi ini adalah pengertian umum dari jasa. Definisi luas layanan adalah aktivitas yang tidak berwujud sehingga dapat diidentifikasi memiliki tujuan untuk mencapai kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016:277), jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan apapun. Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra

(2016:4), pelayanan dapat dipandang sebagai suatu sistem yang terdiri dari dua komponen utama, yaitu operasi pelayanan yang sering tidak terlihat atau tidak diketahui konsumen (*back office* atau *backstage*) dan penyampaian pelayanan yang biasanya terlihat atau diketahui konsumen sering dikenal konsumen disebut juga (*front office* atau *frontstage*).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu bagian dari pemasaran jasa, karena jika pelayanan yang diberikan baik sesuai dengan harapan maka kepuasan konsumen akan meningkat sehingga dapat meningkatkan keuntungan dari produk yang dipasarkan oleh perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:156), kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Harga

Harga merupakan bagian dalam bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Harga bisa berubah sewaktu-waktu serta salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016:312), harga adalah sebagai sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukarkan pelanggan untuk manfaat memiliki atau menggunakan layanan produk. Menurut Assauri (2018:223), harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan, sedangkan elemen lainnya hanya elemen biaya. Sedangkan menurut Alma (2013:169), mengemukakan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Kepuasan Konsumen

Perusahaan perlu memperhatikan kepuasan konsumen, karena kebutuhan dan keinginan yang dapat berubah cepat. Konsumen akan mempertimbangkan apakah mereka puas dengan harapan yang mereka inginkan. Pelayanan dan harga harus berjalan bersamaan untuk kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:204), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap suatu produk yang muncul setelah membandingkan persepsi kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor. Sampel penelitian ini memakai teknik *sampling non probability*, yaitu *purposive sampling*. Berdasarkan kriteria penentuan sampel maka sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 64 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 8. Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Kualitas Pelayanan
Rekapitulasi Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan (X₁)**

No	Pernyataan	Skor	Kategori	Interpretasi
Berwujud (Tangible)				
1	Fasilitas yang disediakan sesuai standar	4,39	Sangat Baik	Fasilitas yang disediakan oleh PT. Midas Transportasi Bogor sangat baik, karena sudah sesuai dan dapat menunjang kebutuhan dan keinginan konsumen. Fasilitas yang disediakan seperti AC, TV LED, microfon, dispenser dan lainnya.
2	Karyawan berpenampilan rapih	4,20	Sangat Baik	Karyawan PT. Midas Transportasi Bogor berpakaian secara lengkap, karena menggunakan seragam perusahaan, dasi, sepatu sehingga karyawan terlihat berpenampilan rapi.
3	Kondisi bus pariwisata bersih	4,37	Sangat Baik	Kondisi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor bersih, karena dengan disediakannya tempat sampah sehingga kebersihan didalam bus selalu terjaga.
Kehandalan (Reliability)				
4	Kemampuan driver dapat dipercaya dalam menjaga keselamatan	4,29	Sangat Baik	Driver PT. Midas Transportasi Bogor sangat kompeten dalam mengendarai bus, memiliki kepribadian serta attitude yang baik.
5	Waktu keberangkatan bus tepat waktu	4,18	Baik	Driver bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor tepat waktu berada dilokasi pemberangkatan.
6	Karyawan teliti dalam bekerja	4,17	Baik	Karyawan PT. Midas Transportasi Bogor sangat teliti dalam bekerja, karena mulai dari admin, <i>driver</i> , <i>helper</i> , dan lainnya untuk memberikan pelayanan dan rasa nyaman kepada konsumen.

Ketanggapan (Responsiveness)

7	Kesiapan karyawan melayani konsumen.	4,06	Baik	Karyawan PT. Midas Transportasi Bogor dalam melayani keinginan konsumen memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, karena pada saat konsumen ingin melakukan penyewaan bus pariwisata dengan menawarkan unit bus sesuai keinginan.
8	Informasi yang diberikan mudah dimengerti.	4,09	Baik	PT. Midas Transportasi Bogor menyediakan website dan call center sehingga konsumen mendapat informasi tentang penyewaan bus pariwisata.
9	Karyawan memberikan penanganan keluhan yang baik	4,03	Baik	Karyawan PT. Midas Transportasi Bogor tanggap dalam menangani keluhan yang dirasakan konsumen pada saat menggunakan jasa transportasi bus pariwisata.

Jaminan (Assurance)

10	Karyawan mengamankan setiap barang bawaan konsumen yang tertinggal	4,21	Sangat Baik	Jika barang bawaan konsumen yang tertinggal dalam bus akan diamankan terlebih dahulu kemudian diinformasikan kembali kepada konsumen tersebut.
11	Karyawan memberikan rasa aman selama perjalanan	4,31	Sangat Baik	Driver bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor berpengalaman sehingga konsumen memberikan rasa aman selama diperjalanan.
12	Karyawan bekerja secara profesional untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.	4,18	Baik	Karyawan PT. Midas Transportasi Bogor bekerja secara profesional untuk mempertahankan kepercayaan yang telah diberikan konsumen dengan menjaga kualitas jasa sesuai yang diharapkan konsumen.

Empati (Empathy)

13	Karyawan bersikap ramah menghadapi konsumen	4,15	Baik	Karyawan PT. Midas Transportasi Bogor sangat ramah dalam menghadapi konsumen , karena selalu menerapkan 5S (salam, senyum, sapa, sopan, santun) kepada konsumen sehingga menjadi nilai lebih bagi perusahaan.
14	Karyawan selalu mengutamakan konsumen	4,21	Sangat Baik	PT. Midas Transportasi Bogor sangat mengutamakan konsumen mulai dari awal pemesanan bus sampai akhir menggunakan bus pariwisata.
15	Karyawan memberikan perhatian yang baik secara personal	4,09	Baik	Karyawan PT. Midas Transportasi Bogor memberikan perhatian serta pelayanan yang baik secara personal tanpa membeda-bedakan status sosial konsumen.

Rata-rata rekapitulasi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan (X1)	4,18	Baik	Kualitas pelayanan yang meliputi berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati dapat dikategorikan baik.
---	-------------	-------------	--

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat hasil rekapitulasi tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan menunjukkan rata-rata skor sebesar 4,18 termasuk kategori baik. Pada nilai skor yang tertinggi adalah fasilitas yang disediakan sesuai standar nilai skor yaitu sebesar 4,39 termasuk kategori sangat baik. Hal ini konsumen menilai fasilitas yang disediakan oleh PT. Midas Transportasi Bogor yang sudah sesuai dan dapat menunjang kebutuhan dan keinginan konsumen. Fasilitas yang disediakan seperti AC, TV LED, microfon, dispenser dan lainnya. Pada nilai skor yang terendah adalah karyawan memberikan penanganan keluhan yang baik nilai skor yaitu sebesar 4,03 termasuk kategori baik walaupun masih dalam kategori baik, akan tetapi tidak semua konsumen merasakan penanganan keluhan yang baik oleh karyawan PT. Midas Transportasi Bogor. Hal ini menjadi sebuah evaluasi yang sebaiknya dilakukan oleh PT. Midas Transportasi Bogor dengan menangani keluhan konsumen secara cepat dan tanggap atas keluhan yang dialami oleh konsumen, selain itu dapat merekap keluhan-keluhan yang dirasakan konsumen tersebut agar menjadi sebuah evaluasi bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan pelayanan yang lebih maksimal.

Tabel 9. Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Harga Rekapitulasi Penilaian Konsumen Terhadap Harga (X2)

No	Pernyataan	Skor	Kategori	Interpretasi
Keterjangkauan Harga				
1	Harga sewa bus terjangkau	4,01	Terjangkau	Harga sewa bus terjangkau, karena harga yang ditetapkan oleh PT. Midas Transportasi Bogor sesuai dengan lokasi tujuan yang dipilih.
2	Harga sewa bervariasi sesuai kapasitas	4,26	Sangat Terjangkau	Harga sewa bervariasi sesuai kapasitas, untuk kapasitas bus yang tersedia mulai dari 30-59 seat, konsumen dapat memilih jenis bus yang tersedia sesuai dengan yang diinginkan.

Kesesuaian Harga dengan Kualitas

3	Harga sewa yang ditentukan sesuai dengan kualitas	4,17	Terjangkau	Harga yang sesuai dengan kualitas jasa yang disediakan oleh PT. Midas Transportasi Bogor seperti fasilitas bus dan pelayanan lainnya.
4	Harga sewa bervariasi sesuai dengan lokasi tujuan.	4,20	Sangat Terjangkau	Harga sewa bervariasi PT. Midas akan Transportasi Bogor bervariasi sesuai dengan tujuan, untuk dalam kota seperti Jakarta, Tangerang dan Bandung dan tujuan luar kota seperti Yogyakarta, Surabaya dan Bali seperti dalam kota maupun luar kota.
5	Harga sewa sesuai dengan pelayanan yang diterima	4,12	Terjangkau	Pelayanan yang diberikan kepada konsumen yaitu dengan menyediakan bus sesuai dengan harapan konsumen, serta tanggap dalam memberikan bantuan kepada konsumen.

Kesesuaian Harga dengan Manfaat

6	Harga sewa lebih murah dari manfaat yang diperoleh	3,93	Terjangkau	Harga bus PT. Midas Transportasi Bogor lebih murah dengan manfaat yang didapatkan seperti mendapatkan pengalaman serta pelayanan pada saat melakukan penyewaan bus pariwisata.
7	Harga sewa sebanding dengan manfaat diperoleh	4,14	Terjangkau	Harga sebanding dengan manfaat yang diperoleh, karena konsumen menyewa bus untuk melakukan <i>family gathering, study tour</i> , dan ziarah.

Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga

8	Harga sewa memiliki daya saing dengan bus pariwisata lain.	4,10	Terjangkau	Harga yang ditetapkan PT. Midas Transportasi Bogor dapat bersaing dengan perusahaan bus pariwisata lain.
9	Sebelum menggunakan jasa transportasi bus pariwisata saya membandingkan harga terlebih dahulu	4,25	Sangat Terjangkau	Konsumen membandingkan harga terlebih dahulu dengan transportasi lain, dengan demikian konsumen akan memilih bus sesuai yang diinginkan.
	Rata-rata rekapitulasi penilaian konsumen terhadap harga (X_2)	4,15	Terjangkau	Harga yang meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya saing harga dapat dikategorikan terjangkau.

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 9 dapat dilihat hasil rekapitulasi tanggapan konsumen terhadap harga menunjukkan rata-rata skor sebesar 4,15 termasuk kategori terjangkau. Pada nilai skor tertinggi adalah harga sewa bervariasi sesuai kapasitas dengan skor sebesar 4,26. Hal ini dibuktikan harga sesuai kapasitas bus yang tersedia mulai dari 30-59 *seat*, konsumen dapat memilih jenis bus yang tersedia sesuai dengan yang diinginkan. Sedangkan pada nilai skor terendah adalah harga sewa lebih murah dari manfaat yang diperoleh sebesar 3,93 walaupun masih dalam kategori terjangkau, hal ini dapat dievaluasi kembali oleh perusahaan perlu adanya penyesuaian harga dan manfaat yang diperoleh tentu menjadi sebuah harapan bagi konsumen. Selain dari pengalaman dan pelayanan yang diperoleh sebaiknya perusahaan memberikan berupa asuransi perjalanan walaupun untuk perjalanan jarak dekat, tidak hanya untuk jarak jauh saja. Karena keselamatan konsumen menjadi sebuah hal yang sangat diperhatikan oleh perusahaan agar sesuai dengan harapan konsumen dan dapat memenuhi target perusahaan.

Tabel 10. Tanggapan Konsumen Terhadap Indikator Kepuasan Konsumen
Rekapitulasi Penilaian Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	Skor	Kategori	Interpretasi
Kesesuaian Harapan				
1	Karyawan kompeten dalam memahami kebutuhan	4,26	Sangat Puas	Karyawan PT. Midas Transportasi Bogor kompeten dalam memahami kebutuhan, karena sangat responsif dengan yang dibutuhkan konsumen seperti membantu konsumen dalam memilih bus sesuai kapasitas dan harga.
2	Pelayanan yang diberikan memenuhi harapan	4,20	Sangat Puas	Pelayanan karyawan PT. Midas Transportasi Bogor memenuhi harapan, karena sesuai dengan yang diharapkan konsumen.
Minat Berkunjung Kembali				
3	Saya berminat menggunakan jasa transportasi bus pariwisata kembali	4,03	Puas	Konsumen berminat menggunakan jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor, karena dengan kualitas pelayanan dan harga yang sesuai.
4	Saya akan menjadikan sebagai pilihan utama jasa transportasi bus pariwisata	4,14	Puas	Konsumen akan menjadikan PT. Midas Transportasi Bogor sebagai pilihan utama, karena konsumen percaya dengan kredibilitas layanan yang diberikan oleh perusahaan.
Kesediaan Merekomendasi				
5	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain	4,11	Puas	Konsumen akan merekomendasikan PT. Midas Transportasi Bogor kepada orang lain, karena konsumen mendapatkan pengalaman, pelayanan serta fasilitas yang baik saat menggunakan bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor.
6	Saya akan menyatakan hal positif mengenai PT. Midas Transportasi Bogor	4,25	Sangat Puas	Konsumen menyatakan bahwa akan menyatakan hal positif mengenai PT. Midas Transportasi Bogor, dengan begitu perusahaan akan memiliki nilai positif dimata konsumen.
Rata-rata rekapitulasi penilaian konsumen terhadap kepuasan konsumen (Y)				
4,17				
Puas				
Kepuasan konsumen meliputi kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasi dapat dikategorikan puas				

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 10 dapat dilihat bahwa hasil rekapitulasi tanggapan konsumen terhadap kepuasan konsumen menunjukkan rata-rata penilaian konsumen sebesar 4,17 termasuk kategori puas. Pada nilai skor yang tertinggi adalah karyawan kompeten dalam memahami kebutuhan nilai skor yaitu sebesar 4,26 termasuk kategori sangat puas. Hal ini dibuktikan dengan karyawan PT. Midas Transportasi Bogor sangat responsif dengan kebutuhan konsumen seperti membantu konsumen dalam memilih bus sesuai kapasitas dan harga. Sedangkan pada nilai skor yang terendah adalah berminat menggunakan jasa transportasi bus pariwisata kembali dengan nilai skor yaitu sebesar 4,03 walaupun masih dalam kriteria puas, perlu adanya upaya yang dilakukan PT. Midas Transportasi Bogor dengan menonjolkan ciri khas yang berbeda dengan perusahaan lain selain itu dapat mengadakan promo karena mempunyai armada bus terbaru dan menambah fasilitas secara berkala guna meningkatkan kembali nilai citra perusahaan agar konsumen merasakan puas dan kesan yang menyenangkan pada saat menggunakan jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor sehingga tertarik untuk menggunakan jasa transportasi bus pariwisata kembali dan dapat merekomendasikan kepada orang lain.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 11. Regresi Linear Berganda
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,486	2,564		1,749	,142
Kualitas Pelayanan (X1)	,127	,037	,341	3,462	,001
Harga (X2)	,332	,065	,505	5,119	,000

a. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 11 dari hasil pengolahan data menggunakan IBM SPSS 26 uji linier berganda tersebut, maka diperoleh persamaan regresi dengan model taksiran sebagai berikut :

$$Y = 4,486 + 0,127 X_1 + 0,332 X_2 + \varepsilon$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut :

- Nilai konstanta yang diperoleh yaitu sebesar 4,486 yang berarti kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) = 0 maka kepuasan konsumen (Y) pada jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor bernilai positif.

2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1) bernilai positif sebesar 0,127 yang berarti setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan (X_1) maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen (Y) jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor dengan asumsi variabel lainnya tetap.
3. Koefisien regresi harga (X_2) bernilai positif sebesar 0,332 yang berarti setiap kenaikan variabel harga (X_2) maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen (Y) jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) mempunyai nilai yang positif. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2017) dan Mariansyah & Syarif (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Analisis Korelasi Berganda

Tabel 12. Hasil Analisis Korelasi Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,717 ^a	,514	,498	2,15934

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 12 dapat dilihat dari perhitungan tersebut dapat diperoleh nilai R atau korelasi sebesar 0,717. Menurut Sugiyono (2017:184) bahwa nilai interval dalam kategori kuat dan positif (0,60-0,799). sehingga antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen memiliki hubungan yang kuat. Dengan demikian semakin baik kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2), terhadap kepuasan konsumen (Y) maka diduga juga akan meningkatkan kepuasan pada konsumen.

Hasil penelitian terdahulu menurut Maramis, dkk. (2018) bahwa nilai interval korelasi 0,713 termasuk dalam kategori kuat dan positif. Dari hasil dari analisis korelasi berganda sebesar 0,717 dibandingkan dengan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa hasil dari nilai korelasi berganda memperkuat penelitian terdahulu yang sudah dilakukan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*R square*) dapat menunjukkan seberapa besar persentase sumbangan variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor. Besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi.

Berdasarkan Tabel 12 diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,514 atau 51,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 51,4%, sedangkan sisanya sebesar 48,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukan ke dalam penelitian ini seperti produk , faktor situasi dan faktor pribadi (Firmansyah 2018:134)

Hasil penelitian terdahulu menurut Fuadi (2021) menunjukkan bahwa presentase dari pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 57,1%. Sedangkan penelitian lain menurut Asti & Ayuningtyas (2020) menunjukkan bahwa presentase dari pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 75,2%. Dari hasil koefisien determinasi memperoleh nilai sebesar 51,4% dibandingkan dengan penelitian terdahulu menurut Fuadi (2021), Asti & Ayuningtyas (2020) dapat disimpulkan bahwa hasil dari nilai koefisien determinasi yang didapat memperkuat penelitian terdahulu yang sudah dilakukan.

Uji Hipotesis

- **Uji F (Simultan)**

Tabel 13. Hasil Pengujian Regresi Secara Simultan

Model	Sum of Squares	ANOVA ^a		F	Sig.
		Df	Mean Square		
1	Regression	301,011	2	150,506	32,278
	Residual	284,426	61	4,663	
	Total	585,437	63		

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X_2), Kualitas Pelayanan (X_1)

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan nilai F pada Tabel 13 F_{hitung} sebesar 32,278 dan nilai F_{tabel} untuk $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan ($df = n-k$) atau $64-2-1 = 61$ dengan melihat hasil dari derajat kebebasan maka didapatkan nilai F_{tabel} sebesar 3,14 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($32,278 > 3,14$) dan memiliki nilai signifikan $0,000 \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya

kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Midas Transportasi Bogor.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu menurut Aulia & Hidayat (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian lain menurut Putri (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil uji F (simultan) dibandingkan dengan penelitian terdahulu menurut Aulia & Hidayat (2017) serta Putri (2017), dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji F (simultan) yang didapat memperkuat penelitian terdahulu yang sudah dilakukan.

- **Uji t (Parsial)**

Tabel 14. Hasil Analisis Uji t

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		Beta			
1	(Constant)	4,486	2,564	1,749	,142
	Kualitas Pelayanan (X1)	,127	,037	,341	,001
	Harga (X2)	,332	,065	,505	,000

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 14 dapat dilihat nilai t_{hitung} dan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen. Sedangkan nilai t_{tabel} untuk $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan ($n-k-1$) $64-2-1 = 61$ yaitu sebesar 1,670. Dengan demikian diperoleh hasil sebagai berikut:

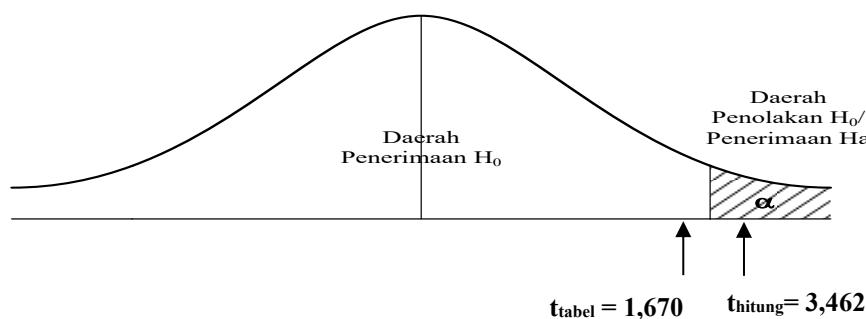
1. Pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara statistik akan diuji hipotesisnya sebagai berikut:

- a. $H_{01} : \beta_1 \leq 0$: Kualitas pelayanan (X_1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor.
- b. $H_{a1} : \beta_1 > 0$: Kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor.

Kualitas pelayanan (X_1) dengan t_{hitung} sebesar 3,462 lebih besar dari t_{tabel} ($3,462 > 1,670$) dan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 \leq 0,05$). Dengan demikian maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut memperkuat penelitian terdahulu, menurut Amiruddin (2017) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan Lesmana & Ratnasari (2019) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil uji t (parsial) dibandingkan dengan penelitian terdahulu menurut Amiruddin (2017), Lesmana & Ratnasari (2019) dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji t (parsial) yang didapat memperkuat penelitian terdahulu yang sudah dilakukan.



Gambar 2 Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Sumber : Data Primer diolah, 2022.

2. Pengaruh harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y)

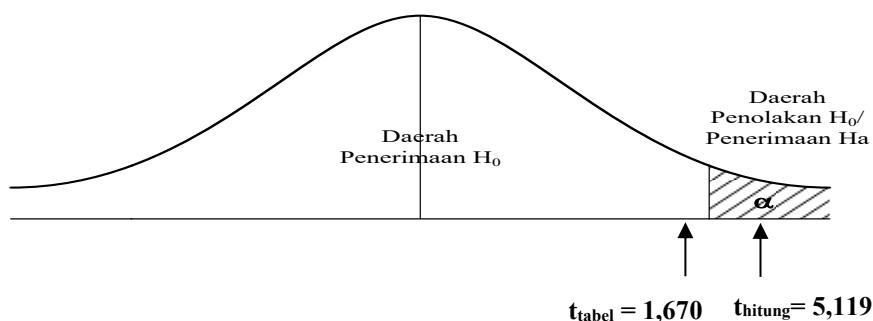
Untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh harga (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara statistik akan diuji hipotesisnya sebagai berikut:

- $H_{02} : \beta_2 \leq 0$: Harga (X_2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor.
- $H_{a2} : \beta_2 > 0$: Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor.

Harga (X_2) dengan t_{hitung} sebesar 5,119 lebih besar dari t_{tabel} ($5,119 > 1,670$) dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 \leq 0,05$). Dengan demikian maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil tersebut memperkuat penelitian

terdahulu menurut Haryoko, dkk. (2020) menyatakan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan penelitian lain menurut Aswad, dkk. (2018) menyatakan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil uji t (parsial) dibandingkan dengan penelitian terdahulu menurut Haryoko, dkk. (2020) dan Aswad, dkk. (2018), dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji t (parsial) yang didapat memperkuat penelitian terdahulu yang sudah dilakukan.



Gambar 3 Hasil Uji t Koefisien Regresi Variabel Harga (X₂)

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Adapun rekapitulasi hasil pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut :

Tabel 15. Rekapitulasi Pengujian Parsial

No	Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Hasil	Kepuasan	Kesimpulan
1	Kualitas Pelayanan	3,462	1,670	t _{hitung} >t _{tabel}	H _{a1} diterima	Kualitas Pelayanan (X ₁) Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
2	Harga	5,119	1,670	t _{hitung} >t _{tabel}	H _{a2} diterima	Harga (X ₂) Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber : Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 15 kualitas pelayanan (X₁) dan harga (X₂) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} masing-masing variabel lebih besar dari nilai t_{tabel}. Untuk variabel harga (X₂) menjadi variabel yang paling dominan dibandingkan variabel kualitas pelayanan (X₁). Hal ini dikarenakan variabel harga (X₂) memiliki t_{hitung} yang lebih besar dan didukung nilai probabilitas signifikannya yang kecil. Pengaruh dominan variabel bebas terhadap

variabel terikat dapat dilihat pada Tabel 4.40 koefisien regresi dan uji signifikan *Coefficient* dimana yang memiliki nilai tertinggi yaitu harga (X_2) sebesar .332 mengartikan bahwa dimana nilai tersebut adalah nilai paling besar dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan (X_1). Hal ini terbukti dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pada jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan kepuasan konsumen (Y) :
 - a. Kualitas pelayanan (X_1) pada PT. Midas Transportasi Bogor termasuk kategori baik.
 - b. Harga (X_2) pada PT. Midas Transportasi Bogor termasuk kategori terjangkau.
 - c. Tingkat kepuasan konsumen (Y) pada PT. Midas Transportasi Bogor termasuk kategori puas.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (Uji F) kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (Uji t) kualitas pelayanan (X_1) dan harga (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor sebagai berikut :
 - a. Kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor.

- b. Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran untuk beberapa pihak di antaranya sebagai berikut:

1. Berdasarkan tanggapan penilaian konsumen mengenai kualitas pelayanan (X_1) dengan indikator nilai skor yang terendah adalah karyawan memberikan rasa aman selama perjalanan nilai skor yaitu sebesar 4,03 termasuk kategori baik walaupun masih dalam kategori baik, akan tetapi tidak semua konsumen merasakan penanganan keluhan yang baik oleh karyawan PT. Midas Transportasi Bogor. Hal ini menjadi sebuah evaluasi yang sebaiknya dilakukan oleh PT. Midas Transportasi Bogor dengan menangani keluhan konsumen secara cepat dan tanggap atas keluhan yang dialami oleh konsumen, selain itu dapat merekap keluhan-keluhan yang dirasakan konsumen tersebut agar menjadi sebuah evaluasi bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan pelayanan yang lebih maksimal.
2. Berdasarkan tanggapan penilaian konsumen mengenai harga (X_2) dengan indikator nilai skor terendah adalah harga sewa memiliki daya saing dengan bus pariwisata lain yang diperoleh sebesar 3,93 walaupun masih dalam kategori terjangkau, hal ini dapat dievaluasi kembali oleh perusahaan perlu adanya penyesuaian harga dan manfaat yang diperoleh tentu menjadi sebuah harapan bagi konsumen. Selain dari pengalaman dan pelayanan yang diperoleh sebaiknya perusahaan memberikan berupa asuransi perjalanan walaupun untuk perjalanan jarak dekat, tidak hanya untuk jarak jauh saja. Karena keselamatan konsumen menjadi sebuah hal yang sangat diperhatikan oleh perusahaan. agar sesuai dengan harapan konsumen dan dapat memenuhi target perusahaan.
3. Berdasarkan tanggapan penilaian konsumen mengenai kepuasan konsumen (Y) dengan indikator nilai skor yang terendah adalah berminat menggunakan jasa transportasi bus pariwisata kembali dengan nilai skor yaitu sebesar 4,03 walaupun masih dalam kriteria puas, perlu adanya upaya yang dilakukan PT. Midas Transportasi Bogor dengan menonjolkan ciri khas yang berbeda dengan

perusahaan lain selain itu dapat mengadakan promo karena mempunyai armada bus terbaru dan menambah fasilitas secara berkala guna meningkatkan kembali nilai citra perusahaan agar konsumen merasakan puas dan kesan yang menyenangkan pada saat menggunakan jasa transportasi bus pariwisata PT. Midas Transportasi Bogor sehingga tertarik untuk menggunakan jasa transportasi bus pariwisata kembali dan dapat merekomendasikan kepada orang lain.

4. Pada penelitian ini hanya terfokus pada variabel kualitas pelayanan dan harga. Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan dan memperdalam variabel terhadap faktor lainnya.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, T., & Tantri, F. 2014. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Pertama. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Alma, B. 2013. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Alfabeta. Bandung.
- Amiruddin, A., Z. 2017. **Pengaruh Harga Tiket, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kelas Bisnis PO. Muji Jaya Citra Mandiri**. Kudus : Jurnal Studi Manajemen Bisnis, Vol. 1, No. 1, Hal. 1- 10, Januari. Diakses pada tanggal 01 April 2022 pukul 19:20 WIB. <https://jurnal.umk.ac.id>
- Andriansyah. 2015. **Manajemen Transportasi Dalam Kajian dan Teori**. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr Moestopo Beragama. Jakarta.
- Assauri, S. 2018. **Manajemen Pemasaran**. Cetakan 16. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Asti, E., G., & Ayuningtyas, E., A. 2020. **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen**. Bekasi : Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, Vol. 1, No. 01, Hal. 1- 14, Januari. Diakses pada tanggal 26 Mei 2022 pukul 19:51 WIB. <https://journal.lppmpelitabangsa.id>
- Aswad, S., Realize & Wangdra, R. 2018. **Pengaruh Harga, dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center**. Batam : Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 6, No. 2, Hal. 77- 85, Juli. Diakses pada tanggal 24 Mei 2022 pukul 19:51 WIB. <https://ejournal.upbatam.ac.id>
- Aulia, M., & Hidayat, I. 2017. **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies**. Surabaya : Jurnal Ilmu Riset Manajemen, Vol. 6, No. 05, Hal. 1- 17, Januari. Diakses pada tanggal 26 Mei 2022 pukul 17:51 WIB. <https://http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/>
- Firmansyah, A. 2018. **Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)**. Deepublish. Yogyakarta.
- Firmansyah, A. 2019. **Pemasaran Produk dan Merek (Planning Strategy)**. Cetakan Pertama. CV. Penerbit Qiara Media. Surabaya.
- Fuadi, N. 2021. **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa PO. Harapan Jaya**. Kediri : Jurnal SENMEA, Vol. 6, No. 1, Hal. 1339- 1345, September. Diakses pada tanggal 01 Februari 2022 pukul 19:20 WIB. <https://proceeding.unpkediri.ac.id>
- Hasibuan, M. 2016. **Manajemen : Dasar, Pengertian, Masalah**. Edisi Revisi. PT. Bumi Aksara. Jakarta:
- Haryoko, U., B., Pasaribu, V., L., & Ardiansyah. 2020. **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer)**. Banten : Jurnal Ekonomi Manajemen, Vol. 2, No. 1, ISSN : 2656-775X, Hal. 1-17, Juni. Diakses pada tanggal 27 Mei 2022 pukul 19:50 WIB. <https://ejournals.umma.ac.id>
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2016. **Prinsip - Prinsip Pemasaran**. Edisi 13 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

- Kotler, P., & Keller, K. 2016. **Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1 & 2.** PT. Indeks. Jakarta.
- Lesmana, R., & Ratnasari. 2019. **Pengaruh Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Radekatama Piranti Nusa.** Banten : Jurnal Pemasaran Kompetitif, Vol. 2, No. 2, ISSN : 2598-2893, Hal. 115 – 129, Februari. Diakses pada tanggal 25 Mei 2022 pukul 19:24 WIB. <https://openjournal.unpam.ac.id>
- Maramis, S. F., Sepang, L. J., & Soegoto, A. 2018. **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado.** Manado : Jurnal EMBA, Vol. 06, No. 3, ISSN : 2303-1174, Hal. 1658 – 1667, Juli. Diakses pada tanggal 25 Mei 2022 pukul 19:49 WIB. <https://ejournal.unsrat.ac.id>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. 2020. **Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu.** Palembang : Jurnal Ilmiah Bina Manajemen, Vol. 03, No. 2, ISSN : 2655-8531, Hal. 134-146, September. Diakses pada tanggal 25 Mei 2022 pukul 19:45 WIB. <https://journal.binadarma.ac.id>
- Putri, M. 2017. **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Bus Pariwisata Merpati Trans.** Skripsi, Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universtas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta. Diakses pada tanggal 01 Mei 2022 pukul 19:10 WIB. <http://eprints.ums.ac.id/>
- Ratih, H. 2015. **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.** Alfabeta. Bandung.
- Sinaga, L., Efendi, N., & Harori, M. 2020. **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri.** Lampung : Jurnal Perspektif Bisnis, Vol. 3, No. 2, ISSN : 2721-1363, Hal. 89-96, November. Diakses pada tanggal 01 Februari 2022 pukul 20:00 WIB. <http://jpb.fisip.unila.ac.id>
- Sugiyono. 2017. **Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.** Alfabeta. Bandung.
- Suparyanto, & Rosad. 2015. **Manajemen Pemasaran.** In Media. Yogyakarta.
- Suprapto, R., & Azizi, Z. 2020. **Buku Ajaran Manajemen Pemasaran. Cetakan Pertama.** Myria Publisher. Ponorogo.
- Supriyanti, R. 2016. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi Terhadap Kepuasan Konsumen Armada Bus Transzentrum Madu Kismo di Kabupaten Grobogan.** Skripsi, Sarjana Fakultas Geografi Universitas Muhammadiyah, Surakarta. <http://eprints.ums.ac.id>
- Swasta, B., & Handoko, T. H. 2016. **Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama.** BPFE. Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2016. **Service, Quality & Satisfaction.** Edisi 4. ANDI. Yogyakarta.