

Thasyaif Azizah

S1 Manajemen, Universitas Putra Bangsa

Email :*thasyalirfan@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas, ketepatan waktu dan harga terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini mengambil sampel 100 responden pada pelanggan Bus Efisiensi yang telah melakukan lebih dari satu kali pembelian tiket. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif dan statistic meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dengan menggunakan bantuan aplikasi komputer yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) for windows versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan model memenuhi asumsi normalitas. Variabel fasilitas (X1), ketepatan waktu (X2) dan harga (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen, sedangkan variabel fasilitas, ketepatan waktu dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen. Nilai *Adjusted R²* persamaan sebesar 0,559 artinya bahwa variabel kepuasan pelanggan (*dependent variable*) yang dijelaskan oleh variabel fasilitas, ketepatan waktu dan harga (*independent variable*) dalam penelitian ini sebesar 55,9%, sedangkan sebesar 44,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini.

Kata kunci : fasilitas, ketepatan waktu, harga, kepuasan pelanggan.

Abstract

This study aims to determine the effect of facilities, timeliness and price on customer satisfaction of Efficiency Buses in Kebumen Regency. Data collection was carried out using a questionnaire. This study used a purposive sampling technique. This study took a sample of 100 respondents to Efficiency Bus customers who had purchased tickets more than once. This study uses data analysis techniques using descriptive and statistical analysis techniques including validity tests, reliability tests, classic assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis testing using computer application assistance, namely SPSS (Statistical Product and Service Solution) for windows version 25. Results This study shows that all variables are valid and reliable, there is no multicollinearity, there is no heteroscedasticity, and the model fulfills the assumption of normality. The variables of facilities (X1), timeliness (X2) and price (X3) partially have a positive and significant effect on customer satisfaction of Efficiency Buses in Kebumen Regency, while the variables of facilities, punctuality and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction of Efficiency Buses in the Regency Kebumen. The adjusted R² value of the equation is 0.559 meaning that the customer satisfaction variable (the dependent variable) which is explained by the facilities, timeliness and price variables (independent variable) in this study is 55.9%, while 44.1% is influenced by other variables that are not explained by this study.

Keywords: facilities, timeliness, price, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini khususnya di Indonesia sangat padat penduduk dengan kebutuhan dan aktivitas yang semakin kompleks, baik itu pekerjaan, sekolah, pariwisata, penelitian, dan perjalanan. Hal ini menimbulkan dampak yang dapat meningkatkan permintaan akan jasa transportasi umum. Situasi ini pada akhirnya menyebabkan meningkatnya persaingan antar pelaku usaha.

Ada tiga bentuk atau jenis transportasi di Indonesia, seperti transportasi darat, laut dan udara baik transportasi umum (publik) maupun pribadi. Transportasi darat menjadi perhatian khusus bagi pemerintah dan masyarakat, karena sebagian besar masyarakat Indonesia masih menggunakan jasa transportasi darat. Berdasarkan kebutuhan masyarakat dengan alat transportasi, maka perusahaan-perusahaan memberikan alternatif alat transportasi darat diantaranya bus, angkutan umum, taxi, travel, dan kereta api. Transportasi tersebut tersedia baik antarkota dalamprovinsi (AKDP) maupun antarkota antarprovinsi (AKAP). Layanan angkutan bus menjadi salah satu pilihan masyarakat Indonesia yang menawarkan berbagai alternatif makanan khas dan destinasi yang berbeda, dengan tarif yang masih terjangkau. Meningkatnya jumlah orang yang menggunakan bus, ditambah dengan banyaknya fasilitas yang disediakan oleh perusahaan bus seperti bus tingkat, bus *sleeper*, bus *executive*, bus patas, bus *ac* tarif biasa, bus ekonomi, dan lainnya. Oleh karena itu, perusahaan bus menambah jumlah armada antarkota dalamprovinsi (AKDP) maupun antarkota antarprovinsi (AKAP).

Salah satu faktor yang menyebabkan hal tersebut terjadi adalah adanya persaingan yang ketat dan banyaknya pilihan transportasi alternatif membuat konsumen tetap lebih selektif. Memprediksi situasi ini dapat membuat nilai dan kualitas pelayanan yang menciptakan kepuasan pelanggan Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan bus bervariasi dari bus ke bus dengan kelas armada dan tarif yang ditawarkan. Fasilitas pendukung yang biasanya disediakan, seperti *monitor LCD*, *audio/video*, *ac*, toilet, kursi malas, *smoking area*, makanan ringan, air

mineral, dan internet (*wi-fi*). Harapan penumpang mengenai berbagai fasilitas tersebut akan membuat kenyamanan selama perjalanan.

Semakin meningkatnya jumlah masyarakat yang menggunakan bus, semakin memperbanyak jumlah perusahaan bus dengan trayek antarkota antarprovinsi (AKAP) di berbagai kota. Wilayah yang sampai saat ini sebagian besar masyarakatnya masih menggunakan transportasi bus yakni di Provinsi Jawa Tengah. Peran dan eksistensi Perusahaan Otobus (PO) di Jawa Tengah yang merupakan transportasi darat pilihan dan banyak peminatnya. Perusahaan Otobus (PO) dengan trayek antarkota antarprovinsi (AKAP) untuk kelas non ekonomi termasuk bus cepat dan *executive* ini mengalami peningkatan tiap tahunnya tetapi mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar 44,3%, tahun 2019 sejumlah 2.370 dan tahun 2020 turun menjadi 1.320 Perusahaan Otobus (PO), tahun 2021 terjadi peningkatan atau kenaikan menjadi 3.456 atau setara dengan 31,42% pada Perusahaan Otobus (PO) dengan trayek antarkota antarprovinsi (AKAP).

Berdasarkan data yang dikutip dari BPS Jawa Tengah, pada tahun 2021 Perusahaan Otobus (PO) terbanyak di wilayah Provinsi Jawa Tengah sejumlah 483 yang dimiliki oleh wilayah Kabupaten Brebes. Sedangkan Kota Salatiga hanya memiliki 2 Perusahaan Otobus (PO) yang masih bertahan. Tetapi lebih baik dibandingkan wilayah seperti Kabupaten Purbalingga, Boyolali, Klaten, Blora, Demak, Semarang, Kendal, Pekalongan, Pemalang, Tegal dan juga Kota Tegal yang sudah tidak memiliki satupun Perusahaan Otobus (PO) yang bertahan pada wilayah tersebut. Wilayah Kabupaten Kebumen cukup mengalami peningkatan jumlah Perusahaan Otobus (PO) dari 104 pada tahun 2020 menjadi 112 pada tahun 2021.

Salah satu Perusahaan Otobus (PO) terbesar di Provinsi Jawa Tengah khususnya di wilayah Kabupaten Kebumen yaitu PO Efisiensi yang dimiliki oleh Bapak Teuku Eri Rubiansyah, alumnus UII Yogyakarta bidang Manajemen Ekonomi. Keluarga Bapak Teuku ini pertama kali mulai menggunakan bus $\frac{3}{4}$ untuk melayani sektor pariwisata, dan setelah periode model bisnis PO Efisiensi, mereka menggantinya dengan bus yang lebih besar. Kalangan

menengah ke atas menjadi target pasar perusahaan ini, terbukti dengan armadanya yang serba cepat yang selalu tampil *fresh* dan memberikan pelayanan yang prima. PO Efisiensi kini telah menjadi PT Efisiensi Putra Utama. Meskipun demikian tarif yang dikenakan justru tarif yang bisa dibilang sangat merakyat. PT Efisiensi Putra Utama kini menghadirkan kelas bus patas *executive* dengan berbagai nama atau jenis seperti Bus Tividi, Bus Satelqu dan Bus Efisiensi yang telah menyiapkan segala sesuatunya dengan baik seperti membangun *rest area* yang nyaman bagi penumpang, melayani pengantaran menggunakan *shuttle* ke beberapa area tertentu di Yogyakarta, Kebumen, Cilacap, Purwokerto, dan Semarang. Perusahaan ini juga terkenal royal karena dengan harga tiket yang merakyat kita masih akan mendapatkan fasilitas *free wi-fi onboard* sehingga akan membuat pelanggan merasakan puas atau menciptakan kepuasan pelanggan dengan tujuan pelanggan akan menggunakan jasa Bus Efisiensi secara terus-menerus atau berkelanjutan.

Selaku pemilik PT Efisiensi Putra Utama, Bapak Teuku dalam membangun usahanya dengan harapan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha yang dijalankan yaitu dengan menetapkan harga yang sesuai dengan suatu kualitas jasa dan pelayanan tersebut yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Strategi penetapan harga sangat penting guna menarik perhatian konsumen. Para pemasaran berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru. Hal ini bertujuan untuk menarik pelanggan serta berdampak pada kepuasan pelanggan Bus Efisiensi.

Berkaitan dengan hal tersebut, peneliti melakukan observasi kepada 40 responden yang pernah melakukan pembelian tiket Bus Efisiensi lebih dari 1 kali supaya bisa dikatakan sebagai pelanggan, dengan tujuan untuk mengetahui fenomena yang terjadi pada Kepuasan Pelanggan Bus Efisiensi. Berikut disajikan data hasil observasi yang peneliti lakukan :

Tabel I-1

Hasil Observasi yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Bus Efisiensi Tahun 2022

No.	Variabel	Responden	Alasan
1	Fasilitas	16	Fasilitas memadai, seperti adanya air mineral dan pengantaran sampai alamat sesuai zona
2	Ketepatan Waktu	11	Ketepatan waktu kedatangan bus sesuai jadwal
3	Harga	9	Harga tiket terjangkau
4	Promosi	3	Mengetahui melalui akun media sosial
5	Word of Mouth (WOM)	1	Rekomendasi dari teman
Jumlah		40	

Sumber : Data yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel I-1 tersebut menunjukkan hasil observasi terhadap 40 responden yang pernah membeli tiket Bus Efisiensi lebih dari satu kali agar bisa disebut pelanggan. Hasilnya yaitu terdapat beberapa faktor seperti fasilitas, ketepatan waktu, harga, promosi, dan *word of mouth* (WOM) yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap apa yang diberikan oleh Bus Efisiensi.

Pertama, sebanyak 16 responden merasa puas sebagai pelanggan karena fasilitas yang disediakan Bus Efisiensi memadai, seperti adanya air mineral dan pengantaran sampai alamat sesuai zona meskipun berbayar. Kedua, sebanyak 11 responden merasakan puas sebagai pelanggan karena ketepatan waktu kedatangan Bus Efisiensi sesuai jadwal. Ketiga, sebanyak 9 responden merasakan puas sebagai pelanggan karena harga tiket Bus Efisiensi terjangkau (harga). Keempat, sebanyak 3 responden mengetahui Bus Efisiensi memiliki berbagai keunggulan melalui akun media sosial sehingga tertarik dan membeli tiket Bus Efisiensi dan ketika mereka membuat story instagram dengan menyebut akun resmi Bus Efisiensi (@busefisiensi) otomatis di repost (unggah

ulang) oleh admin instagram Bus Efisiensi sehingga mereka merasa puas karena dihargai dan terus berlangganan. Kelima, sebanyak 1 responden direkomendasikan oleh teman (Word of Mouth). Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor fasilitas, ketepatan waktu dan harga yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi.

Kepuasan pelanggan (customer satisfaction) merupakan suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli (Kotler & Keller, 2013:150). Kepuasan pelanggan bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relatif terhadap harapan pembeli. Menurut Nasution (2010), kepuasan pelanggan merupakan perbandingan kualitas barang atau jasa yang dirasakan oleh pelanggan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan, serta apabila pelanggan telah mencapai terhadap rasa puas, maka akan timbul pembelian ulang atau kesetiaan pelanggan terhadap produk barang atau jasa.

Faktor yang diduga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam penelitian ini yang pertama adalah fasilitas. Fasilitas menurut Zakiah Daradjat (2012:230) merupakan segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Sedangkan Tjiptono (2014) menyatakan bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum sesuatu ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan, sehingga konsumen dapat menikmati fasilitas seperti wi-fi onboard dan musik yang dapat dilihat dan didengar melalui televisi dalam bus, serta pemberhentian di Rest Area Efisiensi yang dapat dimanfaatkan untuk ke toilet dengan gratis dan membeli camilan di café yang berada di rest area tersebut dalam waktu yang ditetapkan.

Pada tanggal 6 September 2022 pemerintah mengumumkan adanya kenaikan harga BBM yang menyebabkan adanya kebijakan

penyesuaian harga atau tarif tiket bus secara masal. Sehingga fasilitas yang disediakan pada Bus Efisiensi juga mengalami sedikit perubahan dari sebelum kenaikan harga BBM yaitu adanya tarif dan zona pengantaran sampai alamat sebagai berikut :

Tabel I-2

Tarif dan Zona Pengantaran Sampai Alamat (Jekfi Carfi)

No.	Wilayah	Harga sesuai Zona
1	Yogyakarta	Zona 1 : Rp 5.000,-
		Zona 2 : Rp 10.000,-
		Zona 3 : Rp 15.000,-
		Zona 4 : Rp 20.000,-
		Zona 5 : Rp 25.000,-
2	Kebumen	Zona 1 : Rp 5.000,-
		Zona 2 : Rp 10.000,-
		Zona 3 : Rp 15.000,-
3	Cilacap	Zona 1 : Rp 5.000,- Zona 2 : Rp 10.000,-
4	Purwokerto	Zona 1 : Rp 5.000,-
		Zona 2 : Rp 10.000,-
		Zona 3 : Rp 15.000,-
5	Semarang	Zona 1 : Rp 5.000,-
		Zona 2 : Rp 10.000,-
		Zona 3 : Rp 15.000,-
		Zona 4 : Rp 20.000,-
		Zona 5 : Rp 25.000,-

Sumber : PT Efisiensi Putra Utama, 2022

Dapat diketahui pada Tabel I-2 di atas bahwa pihak manajemen Bus Efisiensi membuat kebijakan setelah adanya kenaikan harga BBM, Bus Efisiensi juga dikenal dengan “Pengantaran Gratis Sampai Alamat (di Kota Jogja, Cilacap dan Purwokerto)” yang semula gratis kini telah berbayar menyesuaikan zona yang diberi nama zona carfi jekfi dari zona 1 yaitu wilayah terdekat sampai zona 5 yaitu wilayah terjauh dari pemberhentian Bus (Rest Area Efisiensi dan terminal) yang tersebar di wilayah Yogyakarta, Kebumen, Cilacap, Purwokerto, dan Semarang.

Kemudian, konsumen perlu membayar Rp 1.500,- untuk mendapatkan air mineral berisi ± 600 ml. Perlu diketahui bahwa fasilitas air mineral dan pengantaran sampai alamat sekarang berbayar, tetapi hal ini bersifat opsional sehingga konsumen bebas menikmati fasilitas tersebut dengan membayar sejumlah uang yang telah ditetapkan atau tidak. Sehingga perlu menyesuaikan dengan kebutuhan masing-masing individu.

Fasilitas yang disediakan dapat menimbulkan kepuasan bagi pelanggan dan dapat mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian produk barang maupun jasa. Artinya salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah adanya fasilitas yang lengkap dan memadai di perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyasari et al. (2022) yang menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Salon Anne Beauty House Citraland, Kecamatan Benowo, Surabaya. Penelitian lainnya seperti Andari dan Mulyantomo (2020) juga menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Hotel Pandanaran Semarang.

Faktor kedua yang diduga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam penelitian ini yaitu ketepatan waktu. Ketepatan waktu (timelines) juga merupakan hal penting dalam suatu usaha terutama di bidang jasa. Ketepatan waktu merupakan hal yang diutamakan bagi perusahaan pada bidang jasa transportasi. Ketepatan waktu menyangkut citra perusahaan, apabila waktu kedatangan dan keberangkatan sesuai jadwal yang ada maka hal ini termasuk dalam pendekatan strategi pemasaran perusahaan.

Ketepatan waktu dalam transportasi merupakan pemberangkatan dan kedatangan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan di jadwal perjalanan bus. Jadwal perjalanan bus itu sendiri ialah pedoman pengaturan pelaksanaan perjalanan bus yang telah tertera dalam jadwal yang menunjukkan terminal, waktu perjalanan dan posisi perjalanan bus mulai dari berangkat hingga berhenti yang dibuat untuk pengendalian

perjalanan bus. Dalam jadwal perjalanan bus berdasarkan nomor, nama, trayek waktu kedatangan dan keberangkatan, waktu perjalanan dan tempat penyusulan, dan rest area yang disediakan. Kemampuan pengemudi bus dalam memberikan pelayanan transportasi tepat waktu (sampai dengan terminal akhir) sesuai dengan jadwal yang ditetapkan merupakan indikator dari ketepatan waktu. Oleh karena itu, ketepatan waktu merupakan pelaksanaan perjanjian pada waktu yang ditetapkan merupakan pelaksanaan perjanjian pada waktu tertentu antara pihak yang berbeda.

Menurut Ahren (2018), ketepatan waktu merupakan salah satu indikator penting dalam sektor transportasi, kemampuan operator dalam memberikan pelayanan transportasi tepat waktu (sampai dengan tujuan akhir) sesuai dengan jadwal yang ditetapkan, merupakan indikator dari ketepatan waktu. Peningkatan ketepatan waktu dapat dilakukan apabila adanya sinergi antara pihak pengemudi dan kondektur dengan sistem perencanaan yang baik, menetapkan standar operasional yang tinggi, penambahan frekuensi perjalanan bus yang disesuaikan dengan kapasitas jalur dan peningkatan ketepatan rata-rata sesuai dengan kemampuan teknis prasarana dan sarana (Apriyadi, 2017)

Perjalanan merupakan kebutuhan bagi masyarakat dunia ini. Beberapa untuk tujuan hiburan, yang lain untuk penggunaan komersial. Waktu memegang peranan yang sangat penting dalam sebuah perjalanan, misalnya seorang konsumen harus menemui rekan bisnis di luar kota pada waktu yang telah disepakati dan jika konsumen tersebut terlambat akan sangat berbahaya bagi bisnisnya. Di sinilah ketepatan waktu menjadi faktor tanpa kompromi. Oleh karena itu, jika berbicara tentang perjalanan, pasti berkaitan erat dengan waktu. Jadi ketepatan waktu merupakan kesesuaian antara waktu yang direncanakan dengan waktu pelaksanaan.

Banyaknya keinginan para pelanggan yang berbeda-beda menimbulkan kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit untuk dicapai, hal ini memerlukan pendekatan supaya mendapatkan solusi yang secara optimal. Ketidakpastian waktu kedatangan dan keberangkatan waktu yang

dijanjikan oleh layanan dan minimnya informasi terkait keterlambatan kedatangan transportasi membuat konsumen akan beralih menggunakan jasa transportasi umum yang lainnya. Hal ini harus diwaspadai oleh penyedia jasa agar melakukan pelayanan yang lebih baik agar pelanggan tidak berpaling ke penyedia jasa transportasi umum yang lain.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diartikan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah ketepatan waktu. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviasari dan Rachma (2019) yang menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kereta Api Tawang Alun Jurusan Malang-Banyuwangi di Stasiun Kota Malang. Penelitian lain seperti Hafizha et al. (2019) juga menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar.

Selain fasilitas dan ketepatan waktu, faktor ketiga yang diduga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam penelitian ini yaitu harga. Menurut Kotler dan Keller (2012:25) harga merupakan sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan dengan tujuan untuk mendapatkan manfaat dari kepemilikan atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya telah ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui transaksi tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli yang telah disepakati. Harga berarti suatu nilai atau nominal yang ditetapkan untuk menukarkan suatu barang atau jasa supaya bisa mendapat manfaat dari suatu jasa tersebut.

Basu Swastha (2010:147) juga mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk menambahkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Penetapan harga itu sebenarnya cukup kompleks dan sulit. Kita akan melihat bahwa kekompleksan dan pentingnya penetapan harga ini memerlukan suatu pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penetapan tujuan dan mengembangkan suatu struktur penetapan harga

lebih lanjut (Nurhalimah, et al, 2018). Berikut disajikan daftar tarif Bus Efisiensi pasca kenaikan harga BBM yang terjadi pada 6 September 2022 sebagai berikut :

Tabel I-3
Daftar Tarif Bus Efisiensi Per Tanggal 7
September 2022

Jurusan	Tiket (dalam Rupiah)
Jogja – Cilacap	90.000
Jogja – Purwoketo	90.000
Jogja – Purbalingga	90.000
Jogja – Wangon	90.000
Jogja – Ajibarang	110.000
Jogja – Bobotsari	110.000
Jogja – Majenang	110.000
Jogja – Kebumen	60.000
Kebumen – Purwokerto	60.000
Kebumen – Purbalingga	60.000
Kebumen – Bobotsari	70.000
Kebumen – Ajibarang	70.000
Kebumen – Wangon	70.000
Kebumen – Majenang	90.000
Cilacap – Semarang	110.000
Cilacap – Semarang (Gold Class)	120.000
Cilacap – Kudus (Gold Class)	180.000
Cilacap – Jepara (Gold Class)	180.000
Kebumen – Semarang (Bisnis Class)	110.000
Kebumen – Semarang (Gold Class)	120.000
Kebumen – Kudus (Gold Class)	180.000
Kebumen – Jepara (Gold Class)	180.000

Sumber : PT Efisiensi Putra Utama, 2022

Dapat diketahui pada Tabel I-3 mengenai penyesuaian tarif setelah terjadinya kenaikan harga BBM pada 6 September 2022 yang menyebabkan banyak pihak seperti manajemen bus yang membuat kebijakan menyesuaikan tarif tiket dengan harga BBM tersebut. Namun, berbeda halnya dengan Bus Efisiensi yang telah membuat kebijakan ketika terjadi kenaikan harga BBM sehingga pada tanggal 7 September 2022 tidak berubah alias tetap dengan tarif tiket seperti sebelum adanya kenaikan harga BBM, yang telah dijelaskan pada Tabel I-3 di atas.

Kemudian terdapat perbedaan harga atau tarif tiket antara naik atau turun dari Rest Area Bus Efisiensi di Kebumen. Atas dasar kebijakan

penyesuaian harga yang tetap atau tidak berubah bahkan setelah terjadinya kenaikan harga BBM yang khususnya untuk titik keberangkatan Yogyakarta tujuan Cilacap, Purbalingga, Bobotsari, dan Purwokerto dengan tarif tiket Rp 90.000,-. Dengan adanya kebijakan penyesuaian tarif semenjak kenaikan harga BBM yang semula tarif kelas bus patas dan executive seperti Bus Efisiensi memiliki harga terjangkau dibandingkan bus lain seperti Bus Sugeng Rahayu dan Bus Eka yang menetapkan kebijakan penyesuaian tarif membuat Bus Efisiensi lebih unggul dikelasnya.

Dengan adanya perbedaan harga yang cukup signifikan sehingga membuat pandangan konsumen tentang Bus Efisiensi dari segi harga berubah. Sebab untuk ukuran jasa transportasi kelas patas perbedaan harga tiket cukup mempengaruhi penumpang atau konsumen tertarik untuk terus menggunakan jasa Bus Efisiensi itu sendiri sehingga harapannya konsumen merasa puas dan akan membuat konsumen menjadi pelanggan atau dengan kata lain faktor harga akan menciptakan kepuasan pelanggan. Artinya salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah adanya harga yang sesuai dengan harapan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhalimah et al. (2018) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Bengkel Garasi di Ungaran. Penelitian lain seperti Mardika et al. (2019) juga menyatakan bahwa harga berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Layanan Jasa Cuci Mobil dan motor Hadi Shower di Kota Lumajang.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Fasilitas, Ketepatan Waktu dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini dirumuskan dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen?
2. Apakah ketepatan waktu pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen?
4. Apakah fasilitas, ketepatan waktu dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen?

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli (Kotler & Keller, 2013:150). Sedangkan menurut Tjiptono (2012), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang yang merupakan hasil evaluasi setelah membandingkan sesuatu yang dirasakan dengan harapannya.

Menurut Irawan (2008), terdapat tiga indikator kepuasan pelanggan, antara lain :

1. Kepuasan jasa secara menyeluruh
2. Merekomendasikan kepada pihak lain
3. Kembali menggunakan jasanya

Fasilitas

Menurut Kotler (2016), fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Menurut Tjiptono (2007), terdapat enam indikator fasilitas, antara lain :

1. Pertimbangan / perencanaan spasial
2. Perencanaan ruangan
3. Perlengkapan atau perabotan
4. Tata cahaya

5. Warna
6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis

Ketepatan Waktu

Menurut Ahren (2018), ketepatan waktu merupakan salah satu indikator penting dalam sektor transportasi, kemampuan operator dalam memberikan pelayanan transportasi tepat waktu (sampai dengan tujuan akhir) sesuai dengan jadwal yang ditetapkan, merupakan indikator dari ketepatan waktu.

Menurut Apriyadi (2017), terdapat lima indikator ketepatan waktu, antara lain :

1. Ketepatan waktu kedatangan sesuai jadwal
2. Ketepatan waktu keberangkatan sesuai jadwal
3. Ketepatan waktu persiapan
4. Ketepatan waktu berhenti di halte
5. Ketepatan waktu dibanding moda transportasi lain dengan tujuan yang sama

Harga

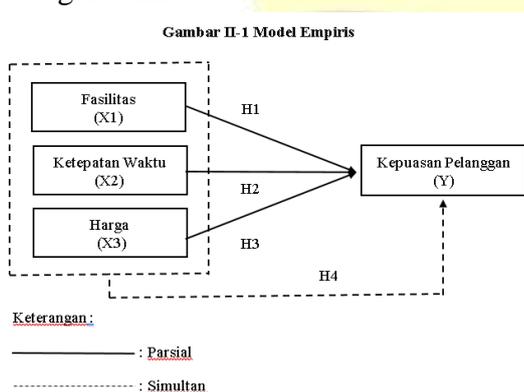
Harga merupakan sejumlah uang yang mempunyai nilai kemudianditagihkan untuk suatu produk atau jasa, penukaran dilakukan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat dari suatu produk dan jasa (Kotler dan Amstrong, 2014:345).

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:345), terdapat empat indikator harga, antara lain :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

METODE PENELITIAN

Model empiris pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul, mengacu pada landasan teori yang ada. Hipotesis dalam penelitian ini antara lain :

H1 : Terdapat pengaruh positif Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen.

H2 : Terdapat pengaruh positif Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen.

H3 : Terdapat pengaruh positif Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen.

H4 : Terdapat pengaruh secara simultan Fasilitas, Ketepatan Waktu dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu metode sampling yang sama bagi setiap unsur populasi yang dipilih. Jenis dari teknik *non probability sampling* yang akan digunakan yaitu *purposive sampling*. Jenis *purposive sampling* adalah teknik pemilihan anggota sampel dengan mempertimbangkan syarat-syarat yang telah ditetapkan. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen sebanyak 100 responden. Pikapikani. Teknik pengumpulan data yang dimaksud untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan dan akurat melalui:

1. Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2010:145).
2. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2010:199).

- Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil (Sugiyono, 2010:137).
- Studi Pustaka merupakan suatu cara pengumpulan data dengan mengumpulkan data dari sumbernya seperti buku pustaka, literatur, internet, dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik

Uji Validitas

Uji Validitas dalam sebuah penelitian digunakan untuk mengukur seberapa valid atau sah tidaknya suatu kuesioner penelitian.

Tabel I-4

Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Ket.
Kepuasan Pelanggan	1	0,780	0,165	0,000	Valid
	2	0,802	0,165	0,000	Valid
	3	0,783	0,165	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel I-4 di atas dapat dijelaskan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,165) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga semua item pernyataan yang dipakai pada variabel kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

Tabel I-5

Hasil Uji Validitas Fasilitas (X1)

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Ket.
Fasilitas	1	0,733	0,165	0,000	Valid
	2	0,736	0,165	0,000	Valid
	3	0,711	0,165	0,000	Valid
	4	0,643	0,165	0,000	Valid
	5	0,690	0,165	0,000	Valid
	6	0,698	0,165	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel I-5 di atas dapat dijelaskan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,165) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga semua

item pernyataan yang dipakai pada variabel fasilitas dinyatakan valid.

Tabel I-6

Hasil Uji Validitas Ketepatan Waktu (X2)

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Ket.
Ketepatan Waktu	1	0,717	0,165	0,000	Valid
	2	0,763	0,165	0,000	Valid
	3	0,740	0,165	0,000	Valid
	4	0,787	0,165	0,000	Valid
	5	0,582	0,165	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel I-6 di atas dapat dijelaskan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,165) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga semua item pernyataan yang dipakai pada variabel ketepatan waktu dinyatakan valid.

Tabel I-7

Hasil Uji Validitas Harga (X3)

Variabel	Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikansi	Ket.
Harga	1	0,653	0,165	0,000	Valid
	2	0,711	0,165	0,000	Valid
	3	0,711	0,165	0,000	Valid
	4	0,675	0,165	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel I-7 di atas dapat dijelaskan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,165) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga semua item pernyataan yang dipakai pada variabel harga dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel lain atau konstruk (Ghozali, 2009:45). Kriteria pengujian uji reliabilitas jika *Cronbach Alpha* $> 0,60$ atau 60%, maka variabel tersebut tidak reliabel (Ghozali, 2009:45).

Tabel I-8

Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Syarat Reliabel	Ket.
1	Fasilitas	0,787	$\alpha > 0,60$	Reliabel
2	Ketepatan Waktu	0,764	$\alpha > 0,60$	Reliabel
3	Harga	0,626	$\alpha > 0,60$	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan	0,696	$\alpha > 0,60$	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel I-8 di atas, hasil analisis dapat dijelaskan bahwa uji reliabilitas terhadap 4 instrumen menunjukkan bahwa hasilnya adalah reliabel. Karena masing-masing instrumen memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Dengan demikian interpretasi koefisien korelasi menunjukkan yang kuat dengan tingkat interval koefisien > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel I-9
Hasil Uji Multikolinieritas

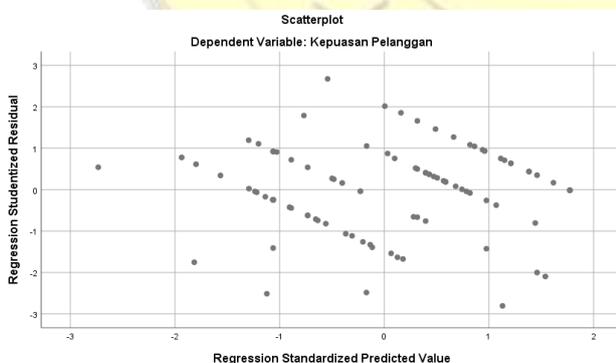
No.	Model	Collinierity Statistic	
		Tolerance	VIF
1.	Fasilitas	0,400	2,498
2.	Ketepatan Waktu	0,473	2,113
3.	Harga	0,635	1,574

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada Tabel I-9 di atas dapat dilihat pada kolom *collinierity statistics* yang menunjukkan nilai tolerance dari variabel fasilitas, ketepatan waktu dan harga lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF di bawah 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel bebas, sehingga model ini dapat dipakai.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar I-2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

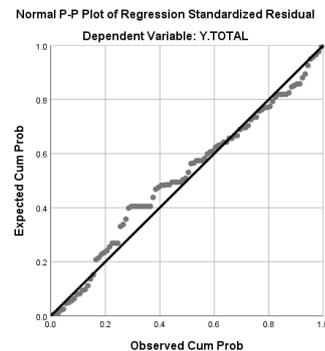


Berdasarkan Gambar I-2 di atas menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang tertaur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas, maka

dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Gambar I-3
Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan Gambar I-3 di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hasil tersebut menunjukkan nilai residual terstandarisasi terdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat seperti pada Tabel IV-12 berikut ini:

Tabel IV-12
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficient ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	,801	,873		,918	,361
	Fasilitas	,171	,058	,310	2,942	,004
	Ketepatan Waktu	,231	,060	,376	3,872	,000
	Harga	,155	,072	,180	2,151	,034

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan data yang diolah, maka persamaan regresi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,801 + 0,171x_1 + 0,231x_2 + 0,155x_3 + e$$

Nilai-nilai a, b1, b2, dan b3 dijelaskan sebagai berikut :

1. Jika variabel fasilitas, ketepatan waktu dan harga = 0 maka kepuasan pelanggan diperkirakan akan mengalami kenaikan sebesar 0,801.

2. $b_1 = 0,171$

Artinya jika variabel ketepatan waktu (X2) dan harga (X3) dianggap tetap, setiap kenaikan variabel fasilitas (X1), maka kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen akan meningkat.

3. $b_2 = 0,231$

Artinya jika variabel fasilitas (X1) dan harga (X3) dianggap tetap, setiap kenaikan variabel ketepatan waktu (X2), maka kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen akan meningkat.

4. $b_4 = 0,155$

Artinya jika variabel fasilitas (X1) dan ketepatan waktu (X2) dianggap tetap, setiap kenaikan variabel harga (X3), maka kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen akan meningkat.

Uji Hipotesis

Uji Parsial

Pengujian ini merupakan suatu pengujian individu terhadap variabel independen (X) dimana untuk mengetahui pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hasil Uji T dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV-13
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Coefficient ^a			t	Sig.
		B	Std. Error	Standardized Coefficients		
1	(Constant)	,801	,873		,918	,361
	Fasilitas	,171	,058	,310	2,942	,004
	Ketepatan Waktu	,231	,060	,376	3,872	,000
	Harga	,155	,072	,180	2,151	,034

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Hasil Uji F dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel IV-14
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96,802	3	32,267	42,763	0,000 ^b
	Residual	72,438	96	0,755		
	Total	169,240	99			

a. Dependent Variable :Kepuasan Pelanggan

b. Predictors : (Constant), Fasilitas, Ketepatan Waktu dan Harga

Sumber :Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel IV-14 di atas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 42,763 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai F_{hitung} sebesar $42,763 > F_{tabel}$ 2,70 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas, ketepatan waktu dan harga memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen dengan variabel dependen sehingga dapat diketahui variabel yang paling mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada Tabel IV-15 sebagai berikut :

Tabel IV-15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	,756 ^a	,572	,559	,869

- a. Predictors : (Constant), Fasilitas, Ketepatan Waktu dan Harga
 b. Dependent Variable :Kepuasan Pelanggan

Sumber :Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) pada Tabel IV-15 di atas, menunjukkan nilai *Adjusted* (R²) sebesar 0,559. Sehingga variabel kepuasan pelanggan (*dependent variable*) yang dapat dijelaskan oleh fasilitas, ketepatan waktu dan harga dalam penelitian ini sebesar 55,9%. Sedangkan sebesar 44,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan analisis data melalui pembuktian terhadap hipotesis dari permasalahan yang diangkat mengenai Pengaruh Fasilitas, Ketepatan Waktu dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen karena nilai t_{hitung} sebesar $2,942 > t_{tabel}$ sebesar 1,660 dan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen karena nilai t_{hitung} sebesar $3,872 > t_{tabel}$ sebesar 1,660 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini

menunjukkan bahwa ketepatan waktu mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen karena nilai t_{hitung} sebesar $2,151 > t_{tabel}$ sebesar 1,660 dan nilai signifikansi $0,034 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen.

Berdasarkan hasil penelitian ini bahwa nilai F_{hitung} sebesar 42,763 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $42,763 > F_{tabel}$ 2,70, maka dapat disimpulkan bahwa fasilitas, ketepatan waktu dan harga memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen.

Implikasi

Implikasi Praktis

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa fasilitas yang diberikan dapat dirasakan oleh pelanggan secara langsung. Adanya upaya yang dilakukan oleh PT Efisiensi Putra Utama harus selalu mempertahankan fasilitas pada Bus Efisiensi seperti fasilitas yang disediakan oleh perusahaan, sehingga pelanggan dapat menikmati fasilitas seperti wi-fi onboard dan musik yang dapat dilihat dan didengar melalui televisi dalam bus, serta pemberhentian di Rest Area Efisiensi yang dapat dimanfaatkan untuk ke toilet dengan gratis dan membeli makanan atau minuman ringan di café yang berada di rest area tersebut dalam waktu yang ditetapkan. Sehingga fasilitas yang diberikan dan yang dapat dinikmati ketika melakukan perjalanan dengan transportasi Bus Efisiensi dari segi apapun akan membuat pelanggan merasa nyaman saat menggunakan jasa transportasi Bus Efisiensi. Fasilitas seperti ini harus dipertahankan, karena semakin baik

fasilitas yang diberikan, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

2. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh PT Efisiensi Putra Utama perlunya untuk selalu mempertahankan ketepatan waktu terutama pada crew Bus Efisiensi yang mendukung jalannya transportasi secara langsung di lapangan agar pelanggan merasa lebih aman selama perjalanan dari titik keberangkatan hingga tempat tujuan sesuai dengan jadwal dan waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan. Ketepatan waktu ini harus dipertahankan dan diperhatikan, karena semakin baik ketepatan waktu yang diberikan, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan PT Efisiensi Putra Utama dalam mempertahankan harga tiket pada Bus Efisiensi dengan lebih baik yang diikuti dengan manfaatnya yang meningkat pula. Karena semakin tinggi harga yang diikuti dengan manfaat yang dirasakan pelanggan maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Implikasi Teoritis

1. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Kotler (2016), fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden

memberikan penilaian yang cukup tinggi terhadap variabel fasilitas. Hal ini membuktikan bahwa fasilitas mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen. Pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen merasa bahwa fasilitas dapat menjadikan pelanggan merasakan kepuasan setelah menggunakan jasa transportasi ini. Jika fasilitas yang diberikan oleh suatu perusahaan (khususnya perusahaan jasa) sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka konsumen pun akan merasa puas menggunakan jasa tersebut sehingga melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Luluk Febianti Mulyasari, Hesti Pandu Widodo dan Tjandra Wasesa pada tahun 2022 yang berjudul "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Salon Anne Beauty House Citraland, Kec. Benowo, Surabaya)" dan juga penelitian yang dilakukan oleh Maulida Putri Andari dan Edy Mulyantomo pada tahun 2020 yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Hotel Pandanaran Semarang)". Kedua penelitian tersebut memberikan hasil bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Ahren (2018), ketepatan waktu merupakan salah satu indikator penting dalam sektor transportasi, kemampuan operator dalam memberikan pelayanan transportasi tepat waktu (sampai dengan tujuan akhir) sesuai dengan jadwal yang ditetapkan, merupakan indikator dari tepat waktu. Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar

responden memberikan penilaian yang cukup tinggi terhadap variabel ketepatan waktu. Hal ini membuktikan bahwa variabel ketepatan waktu mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen. Pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen merasa bahwa ketepatan waktu dapat menjadikan pelanggan merasakan kepuasan setelah menggunakan jasa transportasi ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Niken Oktaviasari dan N. Rachma pada tahun 2019 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Penumpang Kereta Api Trawang Alun Jurusan Malang-Banyuwangi di Stasiun Kota Malang)” dan juga penelitian yang dilakukan oleh Salma Hafizha, Abdurrahman dan Hanifa Sri Nuryani pada tahun 2019 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar)”. Kedua penelitian tersebut memberikan hasil bahwa variabel ketepatan waktu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen. Penelitian ini sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Kotler dan Amstorn (2014:345), harga merupakan sejumlah uang yang mempunyai nilai kemudian ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, penukaran dilakukan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat dari suatu produk dan jasa. Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang cukup tinggi terhadap variabel harga. Hal ini membuktikan bahwa variabel harga mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan Bus Efisiensi di

Kabupaten Kebumen. Pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen merasa bahwa harga yang tinggi diikuti dengan manfaat yang dirasakan semakin tinggi juga menjadikan pelanggan merasakan kepuasan setelah menggunakan jasa transportasi ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurhalimah, Leonardo Budi Hasiholan, S.E., M.M. dan Dra Cicik Harini, M.M. pada tahun 2018 yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel Garasi di Ungaran)” dan juga penelitian Bayu Agus Mardika, Mochammad Taufik dan Nawangsih pada tahun 2019 yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Layanan Jasa Cuci Mobil dan Motor Hadi Shower di Kota Lumajang)”. Kedua penelitian tersebut memberikan hasil bahwa variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka peneliti memberi saran sebagai berikut :

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (dependent variable) dalam penelitian ini sebesar 55,9%. Dipengaruhi oleh fasilitas, ketepatan waktu dan harga. Peneliti lain disarankan untuk mengambil variabel lain, karena terdapat nilai sebesar $(100\% - 55,9\% = 44,1\%)$ 44,1% yang dijelaskan oleh faktor lain dari luar model atau variabel lain yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini. Meskipun pengaruhnya lebih besar pada faktor atau variabel dalam penelitian ini. Namun penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Jumlah populasi yang tidak diketahui membuat responden yang diteliti dalam penelitian ini hanya 100 responden, sehingga penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahren. 2018. *Management Commitment to Service Quality and Organizational Outcomes*. United Kingdom: Emerald Group Publishing, Limited, Bradford.
- Andari, M. P., & Mulyantomo, E. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepercayaan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Hotel Pandanaran Semarang)". *Solusi*, 18(3).
- Apriyadi, D. 2017. "Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas dan Harga Tiket terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari". *MAGISTRA*, 29(99), 73–77.
- Daradjat, Zakiah, 2012, Ilmu Pendidikan Islam, Cet. X, Jakarta: Bumi Aksara.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Hafizha et al. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Irawan, Handi. 2008. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing 14th Edition*. New Jersey: Pearson Educations, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2012. *Marketing Management Edisi 14*. London Prentice Hall: Global Edition.
- Kotler, P., & Keller, K.L. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Mardika, B. A., Taufik, M., & Nawangsih, N. 2019. "Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan:(Studi Kasus pada Layanan Jasa Cuci Mobil dan Motor Hadi Shower di Kota Lumajang)". *In Proceedings Progress Conference* (Vol. 2, No. 1, pp. 391-398).
- Mulyasari, L. F., Widodo, H. P., & Wasesa, T. 2022. "PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN: Studi Kasus pada Salon Anne Beauty House Citraland, Kec. Benowo, Surabaya". *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 75-81.
- Nurhalimah, S., Hasiholan, L. B., & Harini, C. 2018. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Garasi Di Ungaran)". *Journal of Management*, 4(4).
- Oktaviasari, N., & Rachma, N. 2019. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, TARIF DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Penumpang Kereta Api Tawang Alun Jurusan Malang-Banyuwangi Di Stasiun Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(05).
- Swastha, Basu.2010. *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.