

**PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
MENGUNAKAN BUS PT SETIA JIWANA SAKTI (SJS) JURUSAN  
PONTIANAK – KUCHING KELAS *SUPER EXECUTIVE***

**SKRIPSI**

OLEH :

**RISKI PRIMA  
NPM. 141310160**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

**2021**

**PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
MENGUNAKAN BUS PT SETIA JIWANA SAKTI (SJS) JURUSAN  
PONTIANAK – KUCHING KELAS *SUPER EXECUTIVE***

Tanggung jawab Yuridis Kepada:

**RISKI PRTAMA**  
NPM. 141310160

Program Studi Manajemen

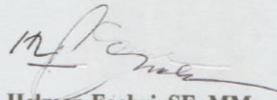
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Dan Lulus  
Dalam Ujian Skripsi / Komprehensif  
Pada Tanggal : 18 Juni 2021

Pembimbing Utama



**Samsuddin, SE, M.Si**  
NIDN. 11-131177-01

Penguji Utama



**Dr. Helman Fachri, SE, MM**  
NIDN. 11-070561-01

Pembimbing Pembantu



**Fenni Supriadi, SE, MM**  
NIDN. 11-281985-01

Penguji Pembantu

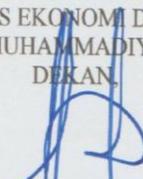


**Fita Kurniasari, S.M.B., M.A.B**  
NIDN. 11-040790-02

Pontianak, 18 Juni 2021

Disahkan Oleh:

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK  
DEKAN



**Dedi Haryanto, SE, MM**  
NIDN. 11-131177-02

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riski Pratama

NIM : 141310160

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pontianak, 18 Juni 2021  
Yang Membuat Pernyataan



Riski Pratama  
NIM: 141310160

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Jasa Bus PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Jurusan Pontianak – Kuching Kelas *Super Executive*”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan, masukan serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, ST., M.Eng, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Dedi Hariyanto, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik.
3. Bapak Samsuddin, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing utama Skripsi
4. Bapak Fenni Supriadi, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing kedua Skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
6. Kedua orang tua dan saudara-saudara yang selalu memberikan dukungan materi dan perhatian serta dorongannya selama ini.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna dan tentunya masih banyak diperlukan perbaikan. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan proposal ini.

Semoga penelitian ini memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya, dan pihak-pihak yang terlibat dalam penyelesaian penelitian ini diberikan pahala yang setimpal dari Allah SWT. Aamiin.

Pontianak, April 2021

Penulis

Riski Pratama  
NIM. 141310160

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen menggunakan jasa bus PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Jurusan Pontianak – Kuching Kelas *Super Executive*. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji kelayakan model (uji F).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persamaan regresi linier sederhana adalah  $Y = 1,378 + 0,533X$ . Koefisien korelasi, yaitu  $r = 0,567$ , artinya hubungan kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen dikategorikan kuat. Koefisien determinasi  $R^2$  yang diperoleh adalah 0,321, artinya variabel loyalitas konsumen (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel kepuasan konsumen sebesar 32,1%, sedangkan sisanya yaitu 67,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam penelitian ini. Uji kelayakan regresi menunjukkan bahwa nilai probabilitas  $value < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya model regresi bisa digunakan untuk memprediksi variabel loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh variabel kepuasan konsumen.

**Kata Kunci: Kepuasan, Loyalitas Konsumen**

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| KATA PENGANTAR .....                   | i    |
| ABSTRAK .....                          | iii  |
| DAFTAR ISI .....                       | iv   |
| DAFTAR TABEL .....                     | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....                    | ix   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                  | x    |
| BAB I    PENDAHULUAN.....              | 1    |
| A. Latar Belakang .....                | 1    |
| B. Permasalahan.....                   | 9    |
| C. Pembatasan Masalah .....            | 9    |
| D. Tujuan Penelitian .....             | 10   |
| E. Manfaat Penelitian .....            | 10   |
| F. Kerangka Pemikiran .....            | 11   |
| G. Metode Penelitian.....              | 14   |
| 1. Jenis Penelitian.....               | 14   |
| 2. Teknik Pengumpulan Data.....        | 14   |
| 3. Populasi dan Sampel .....           | 16   |
| 4. Variabel Penelitian .....           | 18   |
| 5. Skala Pengukuran.....               | 18   |
| 6. Teknik Alat Analisis .....          | 19   |
| BAB II    LANDASAN TEORI .....         | 26   |
| A. Konsep Jasa.....                    | 26   |
| 1. Pengertian Jasa.....                | 26   |
| 2. Pemasaran Jasa.....                 | 27   |
| 3. Ciri-ciri Pemasaran Jasa.....       | 27   |
| B. Kualitas Pelayanan .....            | 29   |
| 1. Pengertian Kualitas Pelayanan ..... | 29   |
| 2. Dimensi Kualitas Pelayanan .....    | 29   |
| C. Kepuasan Konsumen.....              | 30   |
| 1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....  | 30   |

|         |  |    |
|---------|--|----|
|         | 2. Cara Pengukuran Kepuasan Konsumen .....                   | 31 |
|         | 3. Sebab-Sebab Timbulnya Ketidakpuasan .....                 | 31 |
|         | 4. Pengukuran Kepuasan Konsumen .....                        | 31 |
|         | D. Loyalitas Konsumen.....                                   | 32 |
|         | 1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....                      | 32 |
|         | 2. Indikator Loyalitas .....                                 | 33 |
|         | E. Hubungan Antara Kepuasan dan Loyalitas.....               | 34 |
| BAB III | GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....                         | 36 |
|         | A. Sejarah Singkat Perusahaan .....                          | 36 |
|         | B. Visi dan Misi Perusahaan.....                             | 37 |
|         | C. Sarana dan Prasarana.....                                 | 39 |
|         | D. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....                | 40 |
|         | E. Jadwal Keberangkatan .....                                | 43 |
|         | F. Karyawan dan Keuangan di PT Setia Jiwana Sakti (SJS)..... | 43 |
| BAB IV  | ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....                                | 46 |
|         | A. Karakteristik Responden .....                             | 46 |
|         | B. Uji Instrumen .....                                       | 49 |
|         | C. Uji Normalitas.....                                       | 51 |
|         | D. Analisis Regresi Linier Sederhana .....                   | 52 |
|         | E. Koefisien Korelasi (r).....                               | 53 |
|         | F. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                     | 53 |
|         | G. Uji Kelayakan Model .....                                 | 54 |
| BAB V   | PENUTUP .....  | 55 |
|         | A. Kesimpulan .....  | 55 |
|         | B. Saran.....  | 56 |
|         | DAFTAR PUSTAKA .....   | 57 |
|         | LAMPIRAN-LAMPIRAN.....                                       |    |

## DAFTAR TABEL

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 1.1  | BAPPEDA, Kota Pontianak Tahun 2020<br>Jumlah Bus ALBN Jurusan Pontianak – Kuching .....  | 3  |
| Tabel 1.2  | PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Jumlah Armada/Bus SJS<br>Berdasarkan Kelas Tahun 2020 .....  | 4  |
| Tabel 1.3  | PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Kapasitas dan Fasilitas Bus SJS<br>Berdasarkan Kelas Tahun 2020 .....  | 5  |
| Tabel 1.4  | PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Harga Tiket Jurusan Pontianak –<br>Kuching Tahun 2020.....   | 6  |
| Tabel 1.5  | PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Jumlah Penumpang Jurusan<br>Pontianak – Kuching Pada Kelas Super Eksekutif Tahun 2019 .....                        | 6  |
| Tabel 1.6  | PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Data Penjualan Tiket Jurusan<br>Pontianak – Kuching Kelas <i>Super Executive</i> (Dalam Rupiah)<br>Tahun 2019..... | 8  |
| Tabel 1.7  | Alternatif Jawaban .....   | 19 |
| Tabel 1.8  | Kriteria Koefisien Korelasi .....  | 22 |
| Tabel 3.1  | PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Sarana dan Prasarana Tahun 2020.....   | 38 |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....  | 45 |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....  | 46 |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....  | 46 |
| Tabel 4.4  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....  | 47 |
| Tabel 4.5  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....  | 47 |
| Tabel 4.6  | Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan BUS   | 48 |
| Tabel 4.7  | Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner Penelitian<br>Kepuasan Konsumen (X) .....   | 49 |
| Tabel 4.8  | Uji Validitas Pertanyaan Kuesioner Penelitian<br>Loyalitas Konsumen (Y) .....  | 49 |
| Tabel 4.9  | Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....  | 50 |
| Tabel 4.10 | Pengujian Normalitas .....   | 51 |
| Tabel 4.11 | Hasil Regresi Linier Sederhana.....  | 51 |
| Tabel 4.12 | Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi .....  | 52 |

|   |    |
|---|----|
| Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji F..... | 53 |
|---|----|

## **DAFTAR GAMBAR**

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Gambar 1.1 | Kerangka Pemikiran .....                                       | 14 |
| Gambar 3.1 | PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Struktur Organisasi Tahun 2020.... | 39 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Lampiran 1 | Kuesioner.....                          | 58 |
| Lampiran 2 | Identitas Responden.....                | 63 |
| Lampiran 3 | Sebaran Angket Kepuasan.....            | 67 |
| Lampiran 4 | Sebaran Angket Loyalitas Konsumen ..... | 69 |
| Lampiran 5 | Validitas Kepuasan .....                | 71 |
| Lampiran 6 | Validitas Loyalitas Konsumen .....      | 72 |
| Lampiran 7 | Reliabilitas Instrumen.....             | 73 |
| Lampiran 8 | Normalitas .....                        | 74 |
| Lampiran 9 | Regresi Linier Sederhana .....          | 75 |

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi transportasi saat ini yang sangat pesat membuat persaingan dalam penyediaan jasa transportasi menjadi sangat tajam dan ketat salah satunya adalah penyediaan jasa transportasi bagi masyarakat luas agar tercapainya kemudahan dan kepuasan masyarakat luas sebagai konsumen dalam menggunakan jasa transportasi yang sangat penting bagi kehidupan.

Transportasi merupakan suatu sarana yang sangat penting dalam membantu roda perekonomian, suatu daerah tidak dapat berdiri sendiri secara total dalam memenuhi kebutuhan daerahnya sendiri, sehingga daerah tersebut membutuhkan daerah lain sebagai pendukung, sarana penghubungnya adalah pengangkutan atau transportasi. Pembangunan daerah, baik bidang ekonomi, pendidikan, pariwisata maupun budaya membutuhkan jasa transportasi yang cukup memadai. Tanpa transportasi sebagai sarana penunjang tidak akan dapat diharapkan hasil yang memuaskan dalam usaha pembangunan dan peningkatan suatu daerah.

Persaingan antar transportasi umum baik darat, laut, udara serta kereta api sangat ketat bahkan saling mematikan. Hampir tak ada batas yang jelas, sehingga semua alat transportasi bisa bersaing dirute yang sama dan akhirnya justru perusahaan yang rugi. Menghadapi kondisi seperti ini para perusahaan jasa harus berusaha memberikan pelayanan yang mempunyai nilai lebih yang

berbeda dengan perusahaan pesaing, supaya terciptanya kepuasan konsumen atau penumpang untuk menggunakan produk jasa yang dimiliki perusahaan.

Mengacu Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 15 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Dalam Trayek menyatakan bahwa “Angkutan Lintas Batas Negara adalah angkutan dari suatu kota ke kota lain yang melewati lintas batas negara dengan menggunakan Mobil Bus umum yang terikat dalam Trayek.” Trayek adalah lintasan Kendaraan Bermotor Umum untuk pelayanan jasa angkutan orang dengan mobil penumpang atau Mobil Bus yang mempunyai asal dan tujuan perjalanan tetap, lintasan tetap, dan jenis kendaraan tetap serta berjadwal atau tidak berjadwal.

Salah satu Angkutan Lintas Batas Negara yang berada di Kota Pontianak adalah PT Setia Jiwana Sakti (SJS), yang mana PT Setia Jiwana Sakti ini sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Transport – Cargo, Transport – Passenger, Transport Agent, Transport Cargo by Land* yang beralamatkan di Sekip Darat, tepatnya di Jl Sisingmangaraja 155, kelurahan Sekip Darat Kecamatan Pontianak Barat, Pontianak – Kalimantan Barat.

PT Setia Jiwana Sakti (SJS) hadir untuk mendapatkan keuntungan sekaligus memberikan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen atau pelanggan yang hendak ingin menggunakan jasa Bus Antar Lintas Batas Negara (ALBN). Untuk itu, kepuasan dan loyalitas konsumen/pelanggan inilah menjadi pedoman bagi pihak PT Setia Jiwana Sakti (SJS) agar dapat

terus berkesinambungan dan terus-menerus memberikan pelayanan yang maksimal.

Akan tetapi semakin majunya teknologi dalam persaingan transportasi khususnya Bus Antar Lintas Batas Negara, PT Setia Jiwan Sakti (SJS) bukanlah satu-satunya angkutan yang bergerak di bidang Bus Antar Lintas Batas Negara (SJS) melainkan ada perusahaan-perusahaan jasa transportasi lain yang juga terlibat dalam transportasi di bidang yang sama, sehingga menimbulkan persaingan-persaingan antar perusahaan. Persaingan antar perusahaan ini hadir dikarenakan mempunyai tujuan yang sama, yang dimana tujuan akhir dari pelayanan transportasi yang diberikan, akan berdampak pada kepuasan serta loyalitasnya konsumen terhadap perusahaan mereka serta keuntungan-keuntungan lain yang ingin di dapat.

Di bawah ini adalah Tabel 1.1 nama-nama perusahaan bus angkutan darat Antar Lintas Batas Negara (ALBN) Jurusan Pontianak – Kuching sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**BAPPEDA, Kota Pontianak Tahun 2020**  
**Jumlah Bus ALBN Jurusan Pontianak – Kuching**

| <b>No.</b> | <b>Perusahaan</b>           | <b>Alamat</b>   |
|------------|-----------------------------|---|
| 1          | PT Setia Jiwan Sakti (SJS)  | Jl Sisingmangaraja 155, kelurahan Sekip Darat Kecamatan Pontianak Barat, Pontianak – Kalimantan Barat.    |
| 2          | Eva Express                 | Jl. Sisingamangaraja No.101-103, Darat Sekip, Kec. Pontianak Kota, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78117 |
| 3          | Biaramas Ekspres (Malaysia) | Jl. Antasari No.135A, Darat Sekip, Kec. Pontianak Kota, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78243            |

**Tabel 1.1**  
**(Lanjutan)**

|    |                      |   |
|----|----------------------|---|
| 4  | Bintang Jaya Express | Jl. Tanjung Pura No.262, Benua Melayu Laut, Kec. Pontianak Sel., Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78123 |
| 5. | Damri                | Jl. Sultan Hamid II, Tanjung Hilir, Pontianak Timur, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78243             |
| 6. | ATS                  | Jl. Pahlawan No. 58   |
| 7. | Sri Merah            | Jl. Sisingamangaraja No. 155, Kota Pontianak, Kalimantan Barat  |

Sumber: Bappeda, Kota Pontianak, 2020

Dari Tabel 1.1 diketahui bahwa ada 6 perusahaan swasta yang bergerak di bidang transportasi Angkutan Lintas Batas Negara, salah satunya PT Setia Jiwana Sakti (SJS) dan Damri atau yang lebih dikenal sebagai angkutan Badan Usaha Milik Negara.

Terdapat 2 kelas yang disediakan oleh PT Setia Jiwana Sakti (SJS) agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen, yaitu kelas *Super Executive* dan kelas Ekonomi. Berikut disajikan Tabel 1.2 jumlah armada/bus yang disediakan oleh PT Setia Jiwana Sakti (SJS), sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**PT Setia Jiwana Sakti (SJS)**  
**Jumlah Armada/Bus SJS Berdasarkan Kelas**  
**Tahun 2020**

| No. | Kelas                  | Jumlah Armada | No. Polisi (KB/AP)    |
|-----|------------------------|---------------|-----------------------|
| 1.  | <i>Super Executive</i> | 2 Bus         | (7737,7738)           |
| 2.  | Ekonomi                | 4 Bus         | (7723,7726,7727,7736) |

Sumber: PT Setia Jiwana Sakti, 2020

Dari Tabel 1.2 di atas diketahui armada/bus yang disediakan PT SJS untuk kelas *Super Executive* berjumlah 2 Bus, sedangkan armada/bus yang disediakan oleh PT SJS untuk kelas ekonomi di sediakan berjumlah 4 Bus.

Artinya, jumlah armada/bus SJS lebih banyak pada kelas Ekonomi, dibanding kelas *Super Executive*.

Terkait kelas dan jumlah armada/bus yang disediakan, maka terdapat pula perbedaan antar kelas (*Super Executive* dan Ekonomi), yang mana perbedaan itu terdapat pada fasilitas dan kapasitas. Berikut data Tabel 1.3 Perbedaan Bus SJS Super Eksekutif dan Ekonomi, sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**PT Setia Jiwana Sakti (SJS)**  
**Kapasitas dan Fasilitas Bus SJS Berdasarkan Kelas**  
**Tahun 2020**

| No. | Kapasitas dan Fasilitas |          |
|-----|-------------------------|----------|
|     | <i>Super Executive</i>  | Ekonomi  |
| 1.  | 21 Kursi                | 36 Kursi |
| 2.  | TV                      | TV       |
| 3.  | AC                      | AC       |
| 4.  | Selimut                 | -        |
| 5.  | Posisi Kursi            | -        |

Sumber: PT Setia Jiwana Sakti, 2020

Data Tabel 1.3 menunjukkan bahwa kapasitas pada kelas *Super Executive* hanya tersedia 21 kursi dengan fasilitas Tv, Ac, Selimut, dan Posisi Kursi yang dapat dipilih oleh konsumen, berbeda dengan jumlah kursi yang tersedia pada kelas Ekonomi, yaitu sebanyak 36 kursi dengan fasilitas Tv dan Ac. Dan, dalam penentuan kursi, untuk kelas ekonomi tidak dapat menentukan posisi yang diinginkan.

Perbedaan kapasitas dan fasilitas ini juga berpengaruh pada harga tiket. Artinya, ada perbedaan pula tentunya pada harga tiket untuk kelas *Super Executive* dan kelas Ekonomi. Berikut data Tabel 1.4 adalah harga tiket

PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Jurusan Pontianak – Kuching yang berlaku di Tahun 2020:

**Tabel 1.4**  
**PT Setia Jiwana Sakti (SJS)**  
**Harga Tiket Jurusan Pontianak – Kuching**  
**Tahun 2020**

| No | Jurusan                       | Harga       |             |
|----|-------------------------------|-------------|-------------|
|    |                               | Ekonomi     | Super       |
| 1  | PNK - KCH (One Way Trip)      | Rp. 230.000 | Rp. 300.000 |
| 2  | KCH – PNK (One Way Trip)      | Rp. 170.000 | Rp. 240.000 |
| 3  | PNK – KCH (Round Trips)       | Rp. 400.000 | Rp. 540.000 |
| 4  | PNK – KCH (Round Trips EX-SE) | Rp. 470.000 | Rp. 470.000 |

Sumber: PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Pontianak, 2020

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa perbedaan harga tiket pada Bus SJS di tentukan pada jurusan dan kelas yang akan di ambil. Hal ini memberikan kebebasan pada konsumen untuk memilih jurusan sesuai dengan keinginannya.

Berikut ini Tabel 1.5 data jumlah tiket terjual yang menggunakan bus SJS jurusan Pontianak – Kuching kelas Super Eksekutif tahun 2019:

**Tabel 1.5**  
**PT Setia Jiwana Sakti (SJS)**  
**Jumlah Tiket Terjual Jurusan Pontianak – Kuching**  
**Pada Kelas Super Eksekutif**  
**Tahun 2019**

| No. | Bulan     | Jumlah Tiket Terjual | Naik/Turun (%) |
|-----|-----------|----------------------|----------------|
| 1.  | Januari   | 569                  | -              |
| 2.  | Febuari   | 552                  | (-3%)          |
| 3.  | Maret     | 390                  | (-29%)         |
| 4.  | April     | 431                  | 11%            |
| 5.  | Mei       | 425                  | (-1%)          |
| 6.  | Juni      | 1157                 | 172%           |
| 7.  | Juli      | 537                  | (-54%)         |
| 8.  | Agustus   | 518                  | (-4%)          |
| 9.  | September | 533                  | 3%             |

**Tabel 1.5**  
**(Lanjutan)**

|              |          |              |            |
|--------------|----------|--------------|------------|
| 10.          | Oktober  | 362          | (-32%)     |
| 11.          | November | 257          | (-29%)     |
| 12.          | Desember | 942          | 267%       |
| <b>Total</b> |          | <b>6.673</b> | <b>27%</b> |

Sumber: PT Setia Jiwana Sakti, 2020

Dari Tabel 1.5 menunjukkan bahwa adanya penurunan dan kenaikan pada jumlah tiket terjual pada Tahun 2019, yang mana paling banyak mengalami penurunan jumlah tiket terjual pada bulan Juli sebesar -54%, dan mengalami lonjakan kenaikan tertinggi pada bulan Desember sebesar 297%. Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis kepada Pimpinan PT Setia Jiwana Sakti (SJS) terkait kenaikan dan penurunan jumlah tiket terjual, ada beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan, misalnya pasca libur usai atau konsumen lebih dominan menggunakan bus pada kelas Ekonomi. Sedangkan kenaikan yang terjadi juga disebabkan mendekati hari libur atau mendekati penghujung tahun. Bila dirata-ratakan maka jumlah penumpang pada tahun 2019 sebesar 27%. Hasil wawancara tersebut sesuai dengan hasil observasi yang peneliti lakukan bahwa tidak terjadi lonjakan pembelian tiket dibandingkan dengan hari-hari libur seperti tahun baru. Karyawan dalam melayani pembelian tiket dilakukan dengan ramah dan sopan sesuai dengan antrian, hal ini bertujuan agar pelanggan merasa puas.

Berdasarkan jumlah tiket terjual tersebut, maka disajikan pula Tabel 1.6 Data Penjualan Tiket yang terjual pada Tahun 2019, sebagai berikut:

**Tabel 1.6**  
**PT Setia Jiwana Sakti (SJS)**  
**Data Penjualan Tiket Jurusan Pontianak – Kuching**  
**Kelas *Super Executive***  
**(Dalam Rupiah)**  
**Tahun 2017-2019**

| No. | Bulan     | Tahun           |                 |                 |
|-----|-----------|-----------------|-----------------|-----------------|
|     |           | 2017            | 2018            | 2019            |
| 1.  | Januari   | Rp. 58.370.000  | Rp. 92.891.000  | Rp. 120.747.000 |
| 2.  | Februari  | Rp. 53.489.000  | Rp. 43.928.000  | Rp. 29.424.000  |
| 3.  | Maret     | Rp. 74.098.000  | Rp. 31.442.000  | Rp. 62.150.000  |
| 4.  | April     | Rp. 69.765.700  | Rp. 48.672.000  | Rp. 74.474.000  |
| 5.  | Mei       | Rp. 66.421.000  | Rp. 62.260.200  | Rp. 10.904.000  |
| 6.  | Juni      | Rp. 69.381.000  | Rp. 77.953.000  | Rp. 83.325.000  |
| 7.  | Juli      | Rp. 43.828.000  | Rp. 44.410.000  | Rp. 60.354.000  |
| 8.  | Augustus  | Rp. 27.803.000  | Rp. 49.130.200  | Rp. 23.424.000  |
| 9.  | September | Rp. 83.870.000  | Rp. 26.525.000  | Rp. 31.842.000  |
| 10. | Oktober   | Rp. 17.515.000  | Rp. 40.340.800  | Rp. 27.842.000  |
| 11. | November  | Rp. 30.395.000  | Rp. 72.440.000  | Rp. 27.852.000  |
| 12. | Desember  | Rp. 75.438.000  | Rp. 111.874.000 | Rp. 89.870.000  |
|     | Jumlah    | Rp. 670.373.700 | Rp. 701.866.000 | Rp. 684.959.000 |

Sumber: PT Setia Jiwana Sakti (SJS), 2020

Jika dilihat dari Tabel 1.6 menunjukkan bahwa total penjualan tiket yang laku terjual pada Tahun 2017 yaitu sebesar Rp. 670.373.700. Untuk Tahun 2018 total penjualan tiket yang laku terjual sebesar Rp. 701.866.000, sedangkan total penjualan tiket yang laku pada Tahun 2019 sebesar Rp. 684.959.000. Hal ini menunjukkan tingkat pembelian yang dilakukan oleh konsumen pada kelas *Super Executive* lebih dominan pada Tahun 2019 dengan pembelian Round Trips PNK – KCH pada waktu reguler.

Terkait hal-hal yang telah disampaikan sebelumnya, berdasarkan wawancara kepada bagian *E-Ticketing* ada pula keluhan-keluhan yang dialami oleh konsumen dalam menggunakan Bus PT Setia Jiwana Sakti (SJS). Beberapa keluhan yang dirasakan oleh konsumen, yaitu:

1. Masa promo yang tidak terlalu akurat, antara waktu pemesanan tiket (boking) dan hingga waktu pembayaran.
2. Keterlambatan Penginformasian terkait perubahan jadwal keberangkatan.

Jika hal ini terus berkelanjutan akan berdampak pada pada ketidakpuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh PT Setia Jiwana Sakti (SJS), dan tentu nya ketidakpuasan tersebut akan berdampak pula pada loyalitas konsumen menggunakan jasa PT Setia Jiwana Sakti (SJS) akan menurun.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk membahas tentang kepuasan konsumen di bidang usaha jasa transportasi dengan judul penelitian, “Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen menggunakan Bus PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Jurusan Pontianak – Kuching Kelas *Super Executive*”.

## **B. Permasalahan**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen menggunakan Bus PT Setia Jiwana Sakti (SJS) jurusan Pontianak – Kuching kelas *Super Executive*?”.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, peneliti membatasi masalah pada penelitian ini:

1. Kepuasan konsumen dibatasi pada:
  - a. Bukti Fisik (*tangible*)
  - b. Keandalan (*reliability*)
  - c. Daya tanggap (*Responsiveness*)

- d. Jaminan (*Assurance*)
  - e. Empati (*Emphaty*)
2. Loyalitas konsumen dibatasi pada:
- a. Pemberlian berulang
  - b. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut
  - c. Selalu menyukai merek tersebut
  - d. Tetap memilih merek tersebut
  - e. Memiliki keyakinan bahwa merek tersebut yang terbaik, dan
  - f. Merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen menggunakan Bus PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Jurusan Pontianak – Kuching Kelas *Super Executive*.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang di dapat atau diperoleh di bangku kuliah serta dapat melatih diri dalam mengungkap masalah secara ilmiah berdasarkan disiplin ilmu yang di dapat.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan berupa sumbangan pemikiran yang mungkin bermanfaat dalam membantu mengevaluasi

pelaksanaan kegiatan pemasaran, serta dapat digunakan sebagai alat bantu perencanaan strategi pemasaran perusahaan di masa mendatang.

### 3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan referensi bagi mahasiswa atau pihak lain yang membutuhkan dan tertarik akan masalah yang sama pada masa yang akan datang.

## F. Kerangka Pemikiran

Menurut Mowen dan Minor dalam Sumarwan, dkk (2013:142) mengartikan kepuasan sebagai:

*as overall attitude consumers have toward a good or sevice after they have acquired and used it. It is a postchoice evaluative jugdement resulting from a spesific purchase selection and the experience of using or consuming it.* Yang dapat di artikan bahwa kepuasan merupakan sebagai keseluruhan sikap konsumen terhadap barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Ini adalah penilaian evaluatif yang dihasilkan dari pemilihan pembelian spesifik dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsinya.

Hal ini dapat diasumsikan sebagai kepuasan dapat tercipta bilamana kualitas yang telah didapat atau diterima telah sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut Kotler dan Keller dalam Sumarwan, dkk (2013:235): “Kualitas adalah keseluruhan dari kelengkapan fitur sesuatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberi kepuasan terhadap suatu kebutuhan”.

Menurut Parasuraman (1988) dalam Tjiptono (2019:305) mengemukakan kepuasan pelanggan menggunakan lima dimensi:

1. Reliabilitas (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercayai yang dimiliki para staf atau bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
4. Empati (*empathy*) yang meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

Menurut Tjiptono dalam Sumarwan, dkk (2013:236): “Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberi dasar bagi pembelian ulang, menciptakan loyalitas pelanggan, serta merekomendasikan dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan”.

Menurut Wulf, Gaby, dan Lacobucci dalam Sumarwan, dkk (2013:232):

Loyalitas merupakan besarnya konsumsi dan frekuensi pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen terhadap suatu perusahaan serta mereka berhasil menemukan bahwa kualitas keterhubungan yang terdiri dari kepuasan, kepercayaan, dan komitmen mempunyai hubungann yang positif dengan loyalitas. Dapat diartikan, bahwa loyalitas merupakan dampak jangka panjang yang ditimbulkan dari pelanggan yang puas.

Menurut Sumarwan dkk, (2013:230): “Loyalitas konsumen sebagai konsumen yang merasa puas terhadap produk atau merek yang dikonsumsi atau dipakai, dan akan membeli ulang produk tersebut”.

Tjiptono dalam Sumarwan, dkk (2013:233) mengemukakan 6 (enam) indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen, yaitu:

1. Pembelian berulang,
2. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut,
3. Selalu menyukai merek tersebut,
4. Tetap memilih merek tersebut,

5. Memiliki keyakinan bahwa merek tersebut yang terbaik,
6. Merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.

Dalam bisnis jasa, kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas konsumen merupakan kunci keberhasilan suatu usaha. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang maksimal dan prima kepada konsumen akan membuat tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen meningkat pula. Konsumen yang merasa puas akan suatu pelayanan cenderung melakukan pembelian berulang atau dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut akan loyal pada suatu perusahaan, dan keuntungan perusahaan tersebut tergantung pada loyalitas konsumen akan kepuasan yang di dapatnya. Sehingga loyalitas konsumen akan memberikan dampak positif bagi konsumen lain, yang mana akan selalu bercerita positif atas pelayanan yang di dapat dari perusahaan, khususnya jasa transportasi PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Jurusan Pontianak - Kuching.

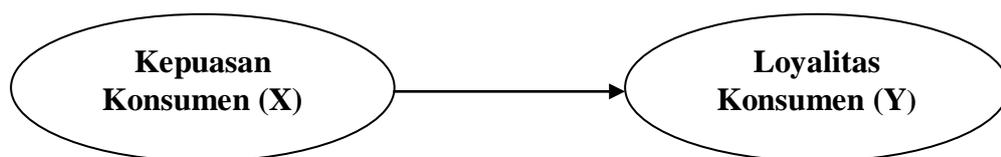
Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan referensi atau dasar dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu:

1. Rosa, dkk (2014) dengan judul penelitian “Analisis Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Taksi *Blue Bird* Palembang”. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa *tangible* (wujud) dan *assurance* (jaminan dan kepastian) dalam hal ini mampu memberikan pengaruh yang berarti terhadap kepuasan penumpang taksi *Blue Bird*, sedangkan *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan) dan empati (*empathy*) tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap kepuasan penumpang.

2. Saribanon, dkk (2016) dengan judul penelitian "Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Untuk Meningkatkan Loyalitas" hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Berdasarkan perhitungan menunjukkan bahwa variabel harga tiket terhadap kepuasan konsumen adalah signifikan.

Berdasarkan teori yang telah dikemukakan di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif. Menurut Siregar (2017:15): "Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih".

### 2. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Data Primer

Menurut Siregar (2017:37): "Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan". Data primer tersebut diperoleh melalui:

### 1) Observasi

Menurut Sugiyono (2017:229): “Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner”. Dalam hal ini penulis mengamati secara langsung kegiatan pelayanan yang diberikan oleh PT Setia Jiwana Sakti (SJS) jurusan Pontianak – Kuching pada kelas *Super Executive* kepada pelanggan/konsumen.

### 2) Wawancara

Menurut Sugiyono (2017:220): “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil”. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara kepada Pimpinan PT SJS dan karyawan bagian *E-Ticketing* yang terkait pemberian data dan informasi pada perusahaan dan keluhan penumpang.

### 3) Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:225): “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Dalam hal ini penulis

memberikan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden atau konsumen PT Setia Jiwana Sakti (SJS) Pontianak jurusan Pontianak – Kuching kelas *Super Executive*.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2017:37): “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya”. Data sekunder dikumpulkan dengan melakukan studi dokumentasi, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan atau dokumen-dokumen dari PT Setia Jiwana Sakti (SJS) terutama yang berhubungan dengan penelitian. Dalam hal ini data yang diperoleh ialah berasal dari buku, harga tiket, data jumlah penumpang, data penjualan tiket dan lain-lain.

**3. Populasi dan Sampel**

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian. Menurut Sugiyono (2018:119): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang atau konsumen yang pernah menggunakan bus SJS jurusan Pontianak – Kuching kelas *Super Eksecutive*.

b. Sampel

Menurut Somantri, dkk (2014:63): “Sampel adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya”. Tujuan dari pengambilan sampel ini adalah untuk memperoleh keterangan mengenai objeknya hanya dengan mengamati sebagian dari populasi. Jadi sampel merupakan bagian dari populasi. Untuk jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka digunakan rumus Michel (dalam Siregar, 2017:62) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Di mana:

n = Jumlah sampel

Z = 1,96 *score* pada tingkat signifikansi tertentu (signifikansi 95%)

Moe = *Margin of Error*, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Sehingga, dengan menggunakan rumus diatas, maka sampel penelitian dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = \mathbf{96,04}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel minimal yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan

teknik *Purposive Sampling*. Adapun kriteria pemilihan sampel antara lain:

- 1) Penumpang yang berumur 18 tahun keatas.
- 2) Penumpang yang menggunakan jasa lebih dari 1 kali.

#### **4. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2017:2): “Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Dari pengertian tersebut, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) yaitu:

##### a. Variabel Bebas (*Independent Variables*)

Menurut Sugiyono (2017:4): “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kepuasan penumpang bus

##### b. Variabel Terikat (*Dependent Variables*)

Menurut Sugiyono (2017:4): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah loyalitas penumpang bus

#### **5. Skala Pengukuran**

Skala Pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2018:93) “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap,

pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Skala ini digunakan untuk mengisi kuesioner dengan pertanyaan atau pernyataan yang sudah diajukan kepada responden. Adapun skala pernyataan responden yang digunakan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.7**  
**Alternatif Jawaban**

| Kepuasan Penumpang      | Skor | Loyalitas Penumpang       | Skor |
|-------------------------|------|---------------------------|------|
| Sangat Puas (SP)        | 5    | Sangat Setuju (SS)        | 5    |
| Puas (P)                | 4    | Setuju (S)                | 4    |
| Kurang Puas (KP)        | 3    | Kurang Setuju (KS)        | 3    |
| Tidak Puas (TP)         | 2    | Tidak Setuju (TS)         | 2    |
| Sangat Tidak Puas (STP) | 1    | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1    |

## 6. Teknik Analisis Data

### a. Uji Instrumen

Menurut Siregar (2017:75): “Instrument penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama”. Uji instrumen yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

#### 1) Uji Validitas

Menurut Sujarweni (2016:239): “Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel”. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel dimana  $df=n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r$  tabel  $<$   $r$  hitung maka valid, dan sebaliknya jika  $r$  tabel  $>$   $r$  hitung maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 100 maka nilai  $r$  tabel dapat diperoleh melalui  $r$  *product moment pearson* dengan  $df$  (*degree of freedom*) =  $n - 2$ , jadi  $df = 100 - 2 = 98$ , maka  $r$  tabel = 0,195. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS20.

## 2) Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2016:239): “Realibilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk suatu kuesioner”.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*, dengan asumsi jika nilai Alpha  $>$  0,60 maka kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi varibel adalah realibel. Dalam pengujian instrument ini adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS 20.

## b. Normalitas Data

Menurut Umar (2014:181): “Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak”. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov*.

Menurut Purnomo (2016:112) uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform*, atau *exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

## c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel tergantung atau dependen, sedangkan variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau variabel independen.

Dalam penelitian ini uji regresi yang dilakukan peneliti adalah uji regresi linier sederhana. Menurut Sujarweni (2016:102): “Regresi linier sederhana adalah regresi yang memiliki satu variabel dependen dan satu variabel independent”. Adapun model persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas penumpang

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

$e$  = residual atau error

#### d. Koefisien Korelasi

Korelasi merupakan salah satu statistik inferensi yang akan menguji apakah dua variabel atau lebih yang ada mempunyai hubungan atau tidak. Menurut Sujarweni (2016:80): “Uji korelasi bertujuan untuk menguji hubungan antara dua variabel dapat dilihat dengan tingkat signifikan, jika ada hubungannya maka akan dicari seberapa kuat hubungan tersebut. Keeratan hubungan ini dinyatakan dalam bentuk koefisien korelasi”.

Koefisien korelasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola dan keeratan hubungan antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen PT Setia Jiwana Sakti (SJS) rute Pontianak – Kuching.

Sifat korelasi akan menentukan arah dari korelasi. Keeratan korelasi dapat dikelompokkan sebagai berikut :

**Tabel 1.8**  
**Kriteria Koefisien Korelasi**

| <b>Nilai Korelasi (r)</b> | <b>Keeratan Korelasi</b> |
|---------------------------|--------------------------|
| 0,00 – 0,20               | Sangat lemah             |
| 0,21 – 0,40               | Lemah                    |
| 0,41 – 0,70               | Kuat                     |
| 0,71 – 0,90               | Sangat Kuat              |
| 0,91 – 0,99               | Kuat Sekali              |
| 1                         | Korelasi sempurna        |

Sumber: Sujarweni (2016:80)

**e. Koefisien Determinasi**

Menurut Siregar (2017:338): “Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)”.

**f. Uji Kelayakan Model (Uji F)**

Menurut Gani dan Amalia (2015:143): “Uji F atau *Goodnes of Fit Test* adalah pengujian kelayakan model. Model yang layak adalah model yang dapat digunakan untuk mengestimasi populasi. Model regresi dikatakan layak jika nilai F sebuah model memenuhi kriteria yang telah ditetapkan”.

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen, Langkah uji f adalah sebagai berikut:

1) Perumusan Hipotesis

Ho : Analisis regresi sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas yang dipengaruhi kepuasan.

Ha : Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas yang dipengaruhi kepuasan.

2) Menentukan nilai  $F_{tabel}$  dengan kriteria:  $\alpha = 5\%$  (0,05) dan derajat kebebasan (df) = n-2

- 3) Menentukan kriteria keputusan: Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  Maka  $H_0$  ditolak, dan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan, berusia 21-30 Tahun, berpendidikan SMA, bekerja swasta, pendapatan perbulan antara Rp. 3.000.000,00 - Rp. 3.999.999,00, dan frekuensi penggunaan Bus sebanyak 3 kali.
2. Persamaan regresi linier sederhana adalah  $Y = 1,378 + 0,533X$ .
3. Koefisien kolerasi, yaitu  $r = 0,567$ . Artinya hubungan kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen dikategorikan kuat.
4. Koefisien determinasi  $R^2$  yang diperoleh adalah 0,321, artinya variabel loyalitas konsumen (Y) dapat dipengaruhi oleh variabel kepuasan konsumen sebesar 32,1%. Sedangkan sisanya yaitu 67,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam penelitian ini.
5. Uji kelayakan regresi menunjukkan bahwa nilai probabilitas *value* < 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya model regresi bisa digunakan untuk memprediksi variabel loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh variabel kepuasan konsumen.

## B. Saran

Dari penelitian yang peneliti lakukan maka dapat disampaikan beberapa saran yang kiranya dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Perusahaan PT Setia Jiwana Sakti (SJS) jurusan Pontianak – Kucing kelas *super executive* sebaiknya memberikan pendidikan dan pelatihan terhadap karyawan agar berikap ramah dalam memberikan informasi yang diperlukan penumpang.
2. Untuk menjaga kenyamanan penumpang, sebaiknya perusahaan PT Setia Jiwana Sakti (SJS) jurusan Pontianak – Kucing kelas *super executive* menegur penumpang yang melanggar tata tertib yang telah ditentukan perusahaan seperti tidak merokok di dalam Bus.
3. Penumpang yang akan melakukan perjalanan menggunakan PT Setia Jiwana Sakti (SJS) jurusan Pontianak – Kucing kelas *super executive* sebaiknya melakukan pemesanan tiket lebih awal, untuk menghindari tiket habis terjual, pada hari-hari libur dan akhir tahun.
4. Penelitian selanjutnya hendaknya memperluas sampel penelitian, tidak hanya pada pelanggan PT Setia Jiwana Sakti (SJS) jurusan Pontianak – Kucing kelas *super executive* saja, tetapi dapat mengambil sampel dari jasa angkutan antar kota dan provinsi yang lain, sehingga hasil penelitiannya dapat lebih tergeneralisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Gani, Irfan dan Amalia, Siti. 2015. *Alat Analisis Data Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Andi, Yogyakarta.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Indeks, Jakarta.
- Mu'ah dan Masram, 2014. *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*. Zifatama Publisher, Jawa Timur.
- Mursid, 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 15 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Dalam Trayek
- Rosa, Aslamia dan Dessy Yunita. 2014. Analisis Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Taksi *Blue Bird* Palembang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. Vol. 12 No. 3.
- Sirabanon, Euis, Rohana Sitanggang, dan Amrizal. 2016. Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Untuk Meningkatkan Loyalitas. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTransLog)*. Vol. 03 No. 03.
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Somantri, Ating dan Sambas Ali Muhidin. 2014. *Aplikasi Statistik Dalam Penelitian*. Pustaka Setia, Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. CV. Alfabeta, Bandung
- \_\_\_\_\_, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PenerbitAlfabeta, Bandung.
- Sujarweni, Wiratna. 2016. *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.

- Sumarwan, Ujang, Ahmad Jauzi, Asep Mulyana, Bagio Nugroho Karno, Ponti Kurniawan Mawardi, dan Wahyu Nugroho. 2013. *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. PT. Penerbit IPB Press, Bogor.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandar, Gregorius. 2019. *Service Quality dan Statisfaction Edisi 4*. Andi, Yogyakarta.
- Widokarti, Joko Rizkie dan Donni Juni Priansa. 2019. *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi Kontemporer*. Pustaka Setia, Bandung.
- Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Edisi Pertama, Cetakan Keempat*. Penerbit Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.