

PENGARUH PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BUS TRANS PADANG

Indra Masrin dan Elis Hasibuan
Fakultas Ekonomi UMSB

Abstract

This study aims to determine the effect of service on the satisfaction of Trans Padang Bus customers, the effect of facilities on Trans Padang Bus Customer Satisfaction and the Effect of Services and Facilities on Trans Padang Bus Customer Satisfaction. The method used in this study is Quantitative which was examined by questionnaire. The sampling technique uses accidental sampling with a sample size of 100. Data were analyzed through validity test, reliability test, classic assumption test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation test, descriptive statistical analysis, multiple regression analysis, partial test (t), simultaneous test (f), and coefficient of determination. The results showed that the Service had a significant effect on the satisfaction of Trans Padang Bus customers or $0.031 < 0.05$ and the Facility Significantly Influenced Trans Padang Bus Customer Satisfaction or $0.021 < 0.05$ partially. Services and facilities have a significant effect on the satisfaction of Trans Padang Bus Customers or $0.040 < 0.05$ simultaneously. Trans Padang Bus Services and Facilities should be improved. Improvements can be made by maintaining existing and improving adequate Services and Facilities so that Trans Padang Bus Customers are satisfied when using Trans Padang Bus services.

Keywords: Services, Facilities, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan fasilitas yang memadai bagi konsumennya agar mereka merasa puas terhadap jasa yang mereka rasakan dan mereka mau menjadi pelanggan. Pelayanan berkualitas memberikan kepuasan kepada konsumen. karena sesuatu yang dibutuhkan dan diharapkan oleh konsumenternyata sesuai dengan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Faktor yang tak kalah penting untuk diperhatikan setelah pelayanan dalam usaha jasa adalah mengenai fasilitas. Dalam usaha jasa, penilaian pelanggan terhadap suatu perusahaan didasari atas apa yang mereka peroleh setelah menggunakan jasatersebut.

Berdasarkan data Dinas Pendapatan provinsi Sumatera Barat tahun 2015, kota Padang mempunyai jumlah kendaraan bermotor yang cukup tinggi, yaitu 117.307 unit yang terdiri atas 48.462 kendaraan roda empat dengan persentase 41,31% dan 68.845 buah kendaraan roda dua dengan persentase 58,69%. Pada tahun 2016, jumlah kendaraan bermotor roda dua dan roda empat di kota Padang mencapai 276.223 unit (Dirjen Perhubungan Darat, 2014). Semakin banyak jumlah kendaraan bermotor menyebabkan tingkat kemacetan di kota Padang semakin besar.

Komitmen akan kualitas jasa yang berorientasi pada pelanggan merupakan faktor utama dalam menunjang suatu keberhasilan bisnis, terutama pada industri jasa. Karena keberhasilan dari suatu industri jasa sangat tergantung dari penilaian konsumen, maka kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan.

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dengan kinerja yang diharapkan (*expectated performance*). Untuk melakukan evaluasi, dapat dilakukan dengan metode Servqual (*service quality*) dan CSI (*Customer Satisfaction Index*). Sedangkan, untuk perbaikan kualitas jasa pelayanan dapat digunakan analisa dengan metode IPA (*importance-performance analysis*) dengan melihat kasusnya. Trans Padang adalah layanan angkutan massal bus rapid transit (BRT) di Kota Padang

yang mulai beroperasi pada Februari 2014. Koridor pertama yang dibuka adalah rute Batas Kota – Pasar Raya Padang.

Armada Bus Trans Padang yang berjumlah 15 bus tidak dapat menampung seluruh penumpang pada waktu tertentu, seperti waktu pagi saat jam masuk sekolah dan kantor, waktu istirahat siang kantor, waktu pulang sekolah, dan sore hari jam pulang kantor. Akibatnya seringkali pada waktu tertentu bus diisi melebihi kapasitas maksimum yaitu 40 orang dalam 1 bus. Jumlah bus yang kurang merupakan salah satu keluhan penumpang Trans Padang dalam hal pelayanan. Selain itu, Trans Padang memiliki jumlah halte yang masih kurang yaitu 72 halte dengan jarak trayek pulang pergi adalah 36 KM.

Untuk menjaga stabilitas jumlah penumpang, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan menciptakan Bus Trans Padang sebagai angkutan massal kota Padang yang berkelanjutan, perlu dilakukan penelitian agar Bus Trans Padang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Penelitian mengenai pelayanan dan fasilitas Bus Trans Padang ini diangkat dengan judul **“Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Trans Padang”**.

Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian adalah ; (1) Bagaimanakah Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan Bus Trans Padang ? (2) Bagaimanakah pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan pelanggan Bus Trans Padang ? (3) Bagaimanakah Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Trans Padang ?.

Adapun tujuan penelitian ini (1) Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan Pelanggan Bus Trans Padang. (2) Untuk Mengetahui Pengaruh Fasilitas terhadap kepuasan Pelanggan Bus Trans Padang. (3) Untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan Pelanggan Bus Trans Padang.

KERANGKA TEORI

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan Engel, et al dalam Tjiptono (2004:146).

Dalam menentukan kepuasan pelanggan ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, Lupyoadi (2001:57) (a) Kualitas jasa, (b) Kualitas Pelayanan, Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. (c) Emosi, Pelanggan akan merasa bangga dengan menggunakan jasa yang mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. (d) Harga, jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan. (e) Biaya, Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan.

Menurut kasmir dalam Tjiptono (2011:148) indikator pelayanan ada lima, yaitu : (a) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih. (b) Percaya diri. (c) Menyapa dengan lembut, berusaha menyebutkan nama jika sudah mengenal satu sama lain. (d) Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan sikap pembicaraan. (e) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar. (f) Bergairah dalam melayani pelanggan dan menunjukkan kemampuannya. (g) Jangan memotong pembicaraan. (h) Mampu meyakinkan pelanggan serta memberikan kepuasan. (i) Jika tidak mampu menangani permasalahan yang ada, meminta bantuan kepada pegawai lain atau atasan. (j) Bila belum dapat melayani, beritahu kapan akan dilayani.

Menurut Tjiptono (2001:46-48) indikator fasilitas ada enam, yaitu : (a) Pertimbangan/perencanaan spesial. (b) Perencanaan ruang. (c) Perlengkapan/perabotan. (d) Tata cahaya dan warna. (e) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. (f) Unsur pendukung.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Pelayanan berpengaruh Signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bus Trans Padang

H2 : Fasilitas berpengaruh Signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bus Trans Padang

H3 : Pelayanan dan Fasilitas berpengaruh Signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bus Trans Padang.

IMETODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Menurut Sumarni (2006:69) populasi adalah keseluruhan objek yang diteliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas maupun tidak terbatas. Dalam penelitian ini, populasi adalah konsumen pengguna jasa Bus Trans Padang jurusan Batas Kota-Pasar Raya.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik accidental sampling. Menurut Sugiyono (2012:67), “accidental sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti atau dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang secara kebetulan ditemui tersebut cocok sebagai sumber data”. Pendapat Gay menyatakan bahwa ukuran sampel yang dapat diterima berdasarkan pada desain penelitian yang digunakan, dimana penelitian dengan metode deskriptif-korelasional memiliki ukuran sampel minimal 30 subjek. Jadi sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden

Teknik analisis data

A. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen mengukur suatu konsep pertanyaan yang seharusnya diukur. Pengujian validitas pada taraf signifikan yang digunakan (α) 5% (0.5) (Umar, 2009:42) yaitu:

- a) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuesioner dinyatakan valid
- b) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner dinyatakan tidak valid

B. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila diulangi pada waktu yang berbeda (Idris, 2011:7), uji ini hanya dilakukan terhadap item-item yang valid diperoleh melalui uji validitas, uji reliabilitas berdasarkan *Crombach Alpha* yang mana apabila *Crombach Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,6 maka menunjukkan variabel tersebut dinyatakan *reliable* atau jawaban responden akan cenderung sama walaupun diberikan pada waktu yang berbeda.

C. Uji asumsi klasik

1. Uji normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk memeriksa apakah data populasi dari variabel bebas berdistribusi normal atau tidak. Untuk keperluan tersebut digunakan rumus uji *One Sample Kalmogorow Smirnow* dengan kriteria pengujian (Idris, 2011:81) sebagai berikut:

Dengan kriteria uji:

Jika ($\alpha = 0.05$)

Jika $sig \geq \alpha$ berarti data berdistribusi normal

Jika $sig \leq \alpha$ berarti data tidak berdistribusi normal

2. Uji multikolinieritas

Menurut Ghozali, (2011:105-106) “uji multikolinieritas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *variance inflation (VIF)*”. Jika ada *tolerance* lebih dari 10 % atau VIF kurang dari 10 maka dikatakan tidak ada multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali, (2011:139-143) “Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain”. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji gleser. Metode ini dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual (AbUt) terhadap variabel bebas. Jika tidak ada satupun variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap nilai absolut residual maka tidak terjadi heteroskedastisitas dengan $sig \alpha > 0,05$.

4. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu. Untuk menguji autokorelasi ini digunakan metode Durbin Watson dengan rumus sebagai berikut:

$$d = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

Untuk mendiagnosis adanya otokorelasi atau tidak dalam suatu model regresi dilakukan melalui pengujian terhadap nilai Uji Durbin Watson (Uji DW).

D. Metode analisis regresi berganda

Penggunaan model analisis ini untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu kualitas pelayanan (X1), Fasilitas (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) selain itu juga ingin mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel-variabel bebas dengan variabel terikatnya baik secara bersama-sama maupun secara parsial. Spesifikasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = b_0 + b_1.X_1 + b_2.X_2 + e$$

E. Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi (R²).

Menghitung R² digunakan untuk mengetahui sejauh mana sumbangan dari masing-masing variabel bebas. Jika variabel lainnya konstan terhadap variabel terikat. Semakin besar nilai r² maka semakin besar variasi sumbangannya.

F. Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (t)

Untuk menguji pemaknaan koefisien regresi parsial digunakan uji t.

Nilai t hitung dapat ditentukan dengan formula :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dengan demikian variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat yang ada dalam model. Sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima. Dengan demikian variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikatnya atau dengan kata lain tidak ada pengaruh diantara 2 variabel yang diuji.

2. Uji simultan (f)

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis digunakan uji F yaitu untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel bebas yang di gunakan mampu menjelaskan variabel terikat. Nilai F_{hitung} dapat ditentukan dengan formula:

$$F_{reg} = \frac{R^2(n-m-1)}{m(1-R^2)}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen mengukur suatu konsep pertanyaan yang seharusnya diukur. Pengujian validitas pada taraf signifikan yang digunakan (α) 5% (0.05) (Umar, 2009:42) yaitu:

1. Hasil Uji Validitas pelayanan (X₁)

Kuesioner penelitian variabel pelayanan (X₁) terdiri atas 7 pertanyaan. Hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pernyataan dengan total skor variabel pelayanan (X₁) dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.1
Uji Validitas
Vaiabel X1 (Pelayanan)

Indicator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item_1	0.578**	0,197	Valid
Item_2	0.578**	0,197	Valid
Item_3	0.614**	0,197	Valid
Item_4	0.602**	0,197	Valid
Item_5	0.791**	0,197	Valid
Item_6	0.737**	0,197	Valid
Item_7	0.666**	0,197	Valid

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid. Item-item tersebut menunjukkan bahwa r_{hitung} besar dari r_{tabel} dimana item 1 yaitu $0.578 > 0.197$, item 2 yaitu $0.578 > 0.197$, item 3 yaitu $0.614 > 0.197$, item 4 yaitu $0.602 > 0.197$, item 5 yaitu $0.791 > 0.197$, item 6 yaitu $0.737 > 0.197$, item 7 yaitu $0.666 > 0.197$. jadi dapat disimpulkan item 1,2,3,4,5,6, dan 7 bisa dimasukkan dalam pengujian selanjutnya.

2. Hasil Uji Fasilitas (X2)

Kuesioner penelitian variabel (X2) terdiri atas 7 pertanyaan. Hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pernyataan dengan total skor variabel fasilitas (X2) dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.2
Uji Validitas
Vaiabel X2 (Fasilitas)

Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item_1	0.733**	0.197	Valid
Item_2	0.639**	0.197	Valid
Item_3	0.683**	0.197	Valid
Item_4	0.672**	0.197	Valid
Item_5	0.750**	0.197	Valid
Item_6	0.799**	0.197	Valid
Item_7	0.669**	0.197	Valid

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid. Item-item tersebut menunjukkan bahwa r_{hitung} besar dari r_{tabel} dimana item 1 yaitu $0.733 > 0.197$, item 2 yaitu $0.639 > 0.197$, item 3 yaitu $0.683 > 0.197$, item 4 yaitu $0.672 > 0.197$, item 5 yaitu $0.750 > 0.197$, item 6 yaitu $0.799 > 0.197$, item 7 yaitu $0.669 > 0.197$. jadi dapat disimpulkan item 1,2,3,4,5,6, dan 7 bisa dimasukkan dalam pengujian selanjutnya.

3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Kuesioner penelitian variabel (Y) juga terdiri atas 6 pertanyaan. Hasil perhitungan korelasi untuk skor setiap butir pernyataan dengan total skor variabel kepuasan Pelanggan (Y) dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.3
Uji Validitas
Vaiabel Y (Kepuasan Pelanggan)

Indicator	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
Item_1	0.513**	0.197	Valid
Item_2	0.555**	0.197	Valid
Item_3	0.536**	0.197	Valid
Item_4	0.763**	0.197	Valid
Item_5	0.814**	0.197	Valid
Item_6	0.765**	0.197	Valid

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid. Item-item tersebut menunjukkan bahwa r_{hitung} besar dari r_{tabel} dimana item 1 yaitu $0.513 > 0.197$, item 2 yaitu $0.555 > 0.197$, item 3 yaitu $0.536 > 0.197$, item 4 yaitu $0.763 > 0.197$, item 5 yaitu $0.814 > 0.197$, item 6 yaitu $0.765 > 0.197$. Jadi dapat disimpulkan item 1,2,3,4,5 dan 6 bisa dimasukkan dalam pengujian selanjutnya.

B. Hasil Uji Reabilitas

Menurut Idris (2011:7) Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila diulangi pada waktu yang berbeda. Uji ini hanya dilakukan terhadap item-item yang valid diperoleh melalui uji validitas, uji reliabilitas berdasarkan *Crombach Alpha* yang mana apabila *Crombach Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,6 maka menunjukkan variabel tersebut dinyatakan *reliable* atau jawaban responden akan cenderung sama walaupun diberikan pada waktu yang berbeda.

Tabel 4.4
Uji reabilitas

Variabel	r_{hitung}	<i>Crombach Alpha</i>	Keterangan
Y	0,750	0,6	Reliable
X1	0,778	0,6	Reliable
X2	0,828	0,6	Reliable

Berdasarkan hasil pengujian reabilitas diatas, diketahui angka dari *cronbach alpha* sebesar 0.750 (Y), 0.778 variabel (X₁), dan 0.828 (X₂) yang menunjukkan bahwa nilai alpha lebih besar dari nilai minimal *cronbach alpha* 0,6. Oleh karena itu nilai dari instrumen penelitian untuk mengukur nilai variabel pelayanan (X₁), fasilitas (X₂) dan kepuasan pelanggan (Y) dapat dikatakan *reliable*.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Hasil uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. (Ghozali, 2006 : 12) Pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan one sample *Kormogorov-Smirnov Test*, bila probabilitas *asyp.sig* $\alpha > 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal.

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.56410295
Most Extreme Differences	Absolute	.159
	Positive	.105
	Negative	-.159
Kolmogorov-Smirnov Z		1.591
Asymp. Sig. (2-tailed)		.613

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel 4.5 diatas terlihat bahwa nilai *asyp.sig* (2-tailed) $0.613 > 0.05$. Jadi hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah terdistribusi normal, karena nilai signifikansi dari uji normalitas untuk masing-masing variabel lebih besar dari α ($\alpha = 0.05$) yaitu $0.613 > 0.05$.

2. Hasil uji multikolinieritas

Gejala Multikolinieritas ditandai dengan adanya hubungan yang kuat diantara variabel independen (bebas) dalam suatu persamaan regresi. Apabila dalam suatu persamaan regresi terdapat gejala Multikolinieritas, maka akan menyebabkan ketidak pastian estimasi, sehingga kesimpulan yang diambil tidak tepat. Model regresi yang dinyatakan bebas dari Multikolinieritas apabila nilai $T > 0,10$ dan $VIF < 10$. Hasil pengujian asumsi Multikolinieritas untuk variabel penelitian ini dapat dilihat berdasarkan nilai VIF sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.114	.710		2.978	.004		
1 PELAYANA	.201	.165	.152	1.222	.225	.622	1.609
FASILITAS	.245	.203	.150	1.206	.231	.622	1.609

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai $T > 0,10$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada Multikolinieritas antar semua variabel bebas yang terdapat dalam penelitian yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Model pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan suatu pengujian untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang dioperasikan telah mempunyai variance yang sama (homogen). Untuk mendeteksi adanya gejala Heteroskedastisitas, akan digunakan uji Gleser. Metode ini dilakukan dengan meregresikan variabel bebasnya terhadap nilai absolut residual. (Ghozali, 2006 : 108) Model regresi tidak mengandung Heteroskedastisitas apabila nilai signifikan variabel bebasnya terhadap nilai absolut residual statistik di atas $\alpha > 0,05$.

Tabel 4.7
Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.969	.456		2.125	.036
1 PELAYANA	-.144	.106	-.173	-1.358	.178
FASILITAS	.032	.131	.031	.243	.808

a. Dependent Variable: RES2

Pada tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi kedua variabel independen pelayanan 0.178 dan fasilitas sebesar 0.808 artinya $> 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini, model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Hasil uji autokorelasi

Menurut Umar (2013:114) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang tahun yang berkaitan satu dengan yang lainnya. Hal ini sering ditemukan pada *time series*. Untuk mengetahui adanya autokorelasi dilakukan dengan uji *Durbin Watson*. Pengambilan keputusan dengan uji Durbin Watson dilakukan dengan melihat nilai D-W antara -2 sampai 2 berarti tidak ada autokorelasi atau bebas autokorelasi. Pada penelitian ini untuk uji autokorelasi perhatikan tabel berikut:

Tabel 4.8
Uji Auto Korelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.321 ^a	.103	.085	.6085	1.536

a. Predictors: (Constant), FASILITAS, PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Dari hasil output diatas didapat nilai *DW* yang dihasilkan dari model regresi adalah 1.536. Karena nilai DW (1.536) berada pada daerah antara D-W antara -2 sampai 2, maka Pengambilan keputusan dengan uji Durbin Watson dilakukan dengan melihat nilai D-W antara -2 sampai 2 berarti tidak ada autokorelasi atau bebas autokorelasi.

D. Hasil Uji Regresi linier Berganda

Dalam penelitian ini, data yang didapat akan diolah dengan model regresi linear berganda. Metode regresi dapat digunakan untuk memperlihatkan bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Tabel berikut ini akan memperlihatkan hasil dari perhitungan untuk analisis regresi :

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linear berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.920	.699		5.004	.000
1 Pelayanan	.751	.344	.452	2.428	.031
Fasilitas	.259	.339	.158	3.265	.021

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Persamaan dari regresi linear berganda yang dihasilkan adalah :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 1.920 + 0.751 X_1 + 0.259 X_2 + e$$

Dari model regresi linear tersebut dapat dilihat bahwa :

1. Konstanta sebesar 1.920 artinya jika pelayanan (X_1) dan fasilitas (X_2) nilainya adalah 0.751 dan 0.259 maka kepuasan pelanggan nilainya 1.920
2. Koefisien regresi variabel pelayanan (X_1) sebesar 0,751 artinya jika variabel independen lainnya tetap dan pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0.751. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan searah antara pelayanan dengan fasilitas. Semakin baik

pelayanan maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggan. Koefisien regresi variabel fasilitas (X_2) sebesar 0.259 artinya mempunyai hubungan positif (timbang balik), jika variabel independen lain nilainya tetap dan fasilitas mengalami kenaikan 1 satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0.259. Koefisien bernilai positif antara fasilitas dengan kepuasan pelanggan, jika fasilitas meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

E. Hasil Pengujian Korelasi Dan Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.371 ^a	.273	.054	.6186

a. Predictors: (Constant), FASILITAS, PELAYANAN

Dari tabel 4.10 diatas dapat diperoleh nilai R sebesar 0.371. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang lemah antara pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan untuk R Squarenya didapat yaitu sebesar 0.273 atau (27.3 %). Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen (pelayanan dan fasilitas) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) sebesar 27.3%, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (pelayanan dan fasilitas) mampu menjelaskan sebesar 27.3% variasi variabel dependen (kepuasan pelanggan), sedangkan sisanya sebesar 72.7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

F. Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (t)

Tabel 4.11

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.920	.699		5.004	.000
	PELAYANAN	.751	.344	.452	2.428	.031
	FASILITAS	.259	.339	.158	3.265	.021

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Berdasarkan tabel 4.11 pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut :

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terlihat pada tabel diatas bahwa nilai signifikan yang dihasilkan adalah sebesar 0.031 artinya nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas α 0,05 atau $0.031 < \alpha$ 0.05 maka hipotesis (**H₁**) diterima. Variabel pelayanan mempunyai t_{hitung} yakni 2.428 dengan t_{tabel} 1.984. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa pelayanan memiliki kontribusi

terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t positif artinya variabel pelayanan mempunyai hubungan yang searah dengan kepuasan pelanggan.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai signifikan yang dihasilkan adalah sebesar 0.021 artinya nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas α 0.05 atau $0.021 < \alpha$ 0.05 maka hipotesis (**H₂**) **diterima**. Variabel fasilitas mempunyai t_{hitung} yakni 3.265 dengan t_{tabel} 1,984 .jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa fasilitas memiliki kontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t positif artinya variabel fasilitas mempunyai hubungan timbal balik dengan kepuasan pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.Uji Simultan (F)

Tabel 4.12
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2.157	2	1.078	3.321	.040^b
Residual	31.503	97	.325		
Total	33.660	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), FASILITAS, PELAYANAN

Dari tabel 4.12 diatas, dapat dilihat bahwa Nilai F_{hitung} diperoleh sebesar 3.321. Dengan F_{tabel} sebesar 3.091 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$, $3.321 > 3.091$ dengan tingkat signifikan $0.040 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Besarnya pengaruh dari kedua variable tersebut yaitu 27.3%

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil beberapa simpulan antara lain:

1. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Promosi melalui media elektronik dan citra produk Secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

SARAN

1. Dengan adanya pengaruh signifikan yang kuat antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan hendaknya dipertahankan dan ditingkatkan lagi.
2. Pengaruh signifikan yang kuat antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi agar lebih banyak lagi penumpang bus trans padang.
3. Pengaruh secara bersama-sama antara Pelayanan Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan sebaiknya lebih dipertahankan dan ditingkatkan lagi oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2006. *Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Idris (2011). *Aplikasi Model Analisis Data Kuantitatif Dengan Program SPSS*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang : Padang.

- Lupiyoadi, Rambat (2001). Edisi Pertama. Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono.(2012). Statistika Untuk Penelitian.Afabeta. Bandung.
- Sumarni, Wahyuni, Metode Penelitian Bisnis, Penerbit Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi (2001) Total Quality Management, Penerbit Andi Yogyakarta.
- ____ (2004). Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Andi, Yogyakarta.
- _____(2011). Pemasaran Jasa.Bayumedia : Malang.
- Umar, Husen (2003). Metode Riset Bisnis, cetakan kedua, Gramedia Pustaka Utama. jakarta.