

PENGARUH KUALITAS *SERVICE*, PERSEPSI HARGA DAN FASILITAS PELANGGAN LRT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi kasus pada pengguna LRT stasiun Veldrome)

TOMI DWI FACHRIANTO

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta
tomidf2312@gmail.com

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of Service quality, price perceptions and passenger facilities on LRT customer satisfaction.

The research method used is the survey method, using a questionnaire as a data collection tool. The population in this study was the Jakarta LRT customers at Veldrome station, amounting to 500 people. The sample used for this study was 143 respondents in the Jakarta Veldrome LRT.

Based on the results and discussion, there is a partially significant positive effect on Service quality on customer satisfaction on the LRT Veldrome route and the contribution of the influence of Service quality on customer satisfaction by 50.7%; partially there was no significant positive effect of price perception on customer satisfaction on the LRT Veldrome route and the contribution of the effect of price perception on customer satisfaction was 9.9%; partially there is a significant positive effect of LRT customer facilities on customer satisfaction on the LRT Veldrome route and the contribution of LRT customer facilities to customer satisfaction by 40.7% and simultaneously there is a significant positive effect on Service quality, price perception, and LRT customer facilities on customer satisfaction on the LRT Veldrome route and the contribution of the influence of Service quality, price perception, and LRT customer facilities to customer satisfaction by 95.2%.

Keywords: *Service quality, price perception, passenger facilities, customer satisfaction*

I. PENDAHULUAN

Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Di negara maju, mereka biasanya menggunakan kereta bawah tanah (subway) dan taksi. Penduduk di Negara maju jarang yang mempunyai kendaraan pribadi karena mereka sebagian besar menggunakan angkutan umum sebagai transportasi mereka. Transportasi sendiri dibagi menjadi 3 yaitu, transportasi darat, laut, dan udara. Transportasi darat merupakan transportasi yang terjangkau dan terbesar penggunaannya dibanding transportasi laut dan udara.

Untuk membuat para penumpangnya nyaman, Stasiun LRT Jakarta dilengkapi dengan berbagai fasilitas publik seperti Ruang Ibadah, yaitu Musholla, Ruang Menyusui, Toilet Umum, Pos Kesehatan, *Passenger Information Display*, Elevator / Lift, Eskalator, Pengawasan CCTV 24 jam untuk keamanan penumpang. Begitupun untuk penyandang disabilitas sangat dihargai di LRT, oleh karena itu disediakan fasilitas yang membantu mereka seperti pemandu khusus disabilitas, Toilet Khusus disabilitas dan elevator untuk penumpang prioritas yang bisa digunakan. Seluruh fasilitas yang dibangun memperhitungkan kebutuhan masyarakat, termasuk para penyandang disabilitas. Penyediaan sarana dan prasarana ramah penyandang disabilitas tersebut merupakan upaya pemerintah memenuhi haknya sesuai Undang Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas, oleh karena itu pihak LRT akan terus membenahi dan menambah fasilitas bagi penyandang disabilitas.

Selain itu, PT KAI sebagai pengelola LRT sistem perkeretaapian yang dimiliki oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) terus berupaya berinovasi untuk meningkatkan pelayanan khususnya untuk penyandang disabilitas, tempat duduk yang nyaman, kursi prioritas, serta *service* berkala yang dilakukan dan petugas yang hadir di dalam maupun di luar kereta untuk memastikan keamanan perjalanan penumpang hingga sampai tujuan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Service, Persepsi Harga Dan Fasilitas Pelanggan Lrt Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada pengguna LRT stasiun Veldrome)**”

1.1. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang akan di teliti oleh penulis adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan pada LRT stasiun Veldrome ?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada LRT stasiun Veldrome ?
3. Apakah terdapat pengaruh fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan pada LRT stasiun Veldrome ?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada LRT stasiun Veldrome ?

1.2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan pada LRT stasiun Veldrome.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada LRT stasiun Veldrome.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan pada LRT stasiun Veldrome.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada LRT stasiun Veldrome.

II. KAJIAN LITERATUR

2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama, oleh Puspita, Santoso (2018). Dalam penelitian ini Setiap perusahaan pasti akan melakukan berbagai macam upaya untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, begitu juga pihak manajemen stasiun kereta api Lempuyangan Yogyakarta. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh

dimensi variabel kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, serta variabel fasilitas pendukung terhadap kepuasan pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan alat analisa regresi linear berganda. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden yang diambil melalui metode incidental sampling. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan dan empati secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. Sedangkan variabel lainnya yaitu daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik serta fasilitas pendukung secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta.

Penelitian kedua oleh Apriyadi (2017). Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan ketepatan waktu, fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan penumpang di Stasiun Purwosari, mengetahui dan menganalisis pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan penumpang di Stasiun Purwosari, mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan penumpang di Stasiun Purwosari, mengetahui dan menganalisis pengaruh harga tiket terhadap kepuasan penumpang di Stasiun Purwosari. Kesimpulan: hasil penelitian menunjukkan bahwa ketepatan waktu, fasilitas dan harga tiket secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap terhadap kepuasan penumpang di Stasiun Purwosari. Nilai Adjusted R Square sebesar 0.503 artinya variasi perubahan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi sebesar 50.3% dan sisanya 49.7% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian ketiga, oleh Wiedyani, Prabowo (2019). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan penumpang Kereta Api Argo Muria jurusan Semarang Tawang- Jakarta Gambir. Penelitian dilakukan, karena masih terdapat keluhan penumpang yang disampaikan ke PT KAI DAOP IV Semarang. Untuk mendapatkan data primer, maka ditetapkan 100 penumpang yang berangkat dari Semarang Tawang sebagai responden dengan teknik purposive random sampling. Adapun teknik pengumpulan data dengan metode kuisisioner dan untuk mengolah data menggunakan bantuan Program SPSS versi 23.0. Berdasarkan hasil olah data menunjukkan, bahwa instrumen penelitian valid dan reliabel. Nilai signifikansi untuk semua variabel berada pada angka 0,000 ($\alpha=0,05$) dan nilai koefisien regresi semua variabel positif. Dengan demikian, maka secara statistik tidak cukup bukti untuk menolak semua hipotesis. Secara eksplisit hipotesis yang dimaksud adalah: kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang Kereta Api Argo Muria jurusan Semarang Tawang- Jakarta Gambir. Berdasarkan pada hasil ini, maka keluhan-keluhan yang berkaitan dengan kualitas layanan, persepsi harga, dan kepercayaan penumpang merupakan sesuatu yang wajar, tetapi jumlah keluhan tersebut tidak signifikan terhadap kepuasan seluruh penumpang Kereta Api Argo Muria.

Penelitian keempat oleh Surbakti, Juni (2017). Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar (Survei Terhadap Masyarakat di Kelurahan Bantan RT 002/ RW 007 Pematangsiantar). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan desain penelitian kepustakaan dan lapangan. Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Dengan sumber data yang berasal dari data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Lalu teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif yang terdiri dari analisis regresi linear berganda, analisis korelasi dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan harga dan kualitas pelayanan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Stasiun Pematangsiantar sudah baik serta pelanggan yang sudah puas terhadap jasa layanan kereta api. Hasil analisis regresi adalah $\hat{Y} = 1,735 + 0,582X_1 + 0,389X_2$, berarti harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis korelasi diperoleh nilai $r = 0,846$ artinya terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara harga dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Tinggi rendahnya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh harga dan kualitas pelayanan sebesar 71,5%. Hipotesis H_0 ditolak, artinya harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.

Penelitian kelima oleh Sriyanto, Ditto, April (2018). Fenomena kemacetan di Jakarta semakin memperhatikan, dari waktu ke waktu pertumbuhan kendaraan pribadi memenuhi ibukota Jakarta ini mulai dari kendaraan bermotor dan bermobil. Beberapa upaya pun dilakukan untuk mengatasi kemacetan yang terjadi di Jakarta. Untuk memecahkan masalah yang terjadi, Pemprov DKI Jakarta mengembangkan kebijakan Transportasi umum bus Transjakarta sebagai angkutan umum ibukota yang lebih nyaman, layak, dan sesuai. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang pengguna Transjakarta koridor 13. Teknik sampling yang digunakan penelitian ini adalah *non-robability sampling* dengan menggunakan metode sampling aksidental. Instrumen penelitian yang di gunakan berbentuk kuesioner dan dibantu skala *Likert*. Hasil jawaban responden atas kuesioner yang diberikan kemudian diolah menggunakan *software Microsoft Excel 2010* dan *software SPSS 20.0*. Koefisien determinasi *Adjusted RSquare* yang diperoleh sebesar 0,562 atau 56,2%, angka tersebut berarti 56,2% Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh Kualitas Layanan (X1), Harga (X2), dan Citra Merek (X3) sedangkan sisanya sebesar 43,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar penelitian ini. Simpulan dari hasil penelitian menurut konsumen yaitu tiga variabel independen (kualitas layanan, harga, dan citra merek) dianggap penting sebagai penentu kepuasan pelanggan bagi pengguna transportasi publik Transjakarta koridor 13 Ciledug-Blok M.

Penelitian keenam, oleh Mat, Bahry, Kori, Asnawi, Salleh, Nordin, Saad, Desember (2018), Makalah ini meneliti hubungan antara faktor kualitas layanan (Responsiveness, Keandalan, Tangible, Keselamatan dan Keamanan) dan komuter publik menuju layanan MRT. Arti penting dari penelitian ini dimaksudkan untuk membantu Perusahaan MRT membangun layanan menawarkan dan mengidentifikasi aspek-aspek penting dari pelatihan yang dibutuhkan oleh staf untuk memberikan yang lebih baik layanan dalam memuaskan pelanggan mereka. Makalah ini didasarkan pada sampel dari 100 pelanggan yang adalah pengguna MRT dan telah menyelesaikan untuk menjawab kuesioner survei yang dimiliki didistribusikan oleh peneliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh yang paling besar Dimensi kualitas layanan mempengaruhi komuter publik terhadap layanan MRT, untuk diselidiki hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan komuter publik terhadap MRT layanan dan juga untuk menentukan tingkat kepuasan komuter publik terhadap MRT layanan. Makalah ini menggunakan cara, skala Cronbach Alpha dan analisis Korelasi Pearson untuk menganalisis dan mengusulkan model konseptual pada manajemen perusahaan MRT. Pembelajaran menyimpulkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari daya tanggap, keandalan, nyata, keamanan dan keselamatan adalah faktor yang mempengaruhi komuter publik terhadap layanan MRT. Kualitas layanan juga dapat mendefinisikan hubungan yang signifikan terhadap publik komuter dan tingkat kepuasan komuter publik. Selain itu, beberapa bermanfaat rekomendasi dibuat sehubungan dengan temuan penelitian ini.

Penelitian yang ketujuh, oleh Sumarsih, Abidin (2019). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan yang terdiri dari reliabilitas, responsif, empati, jaminan dan penampilan fisik terhadap kepuasan pelanggan di perumahan Dosen Manajemen Keamanan Universitas Hasanuddin Tamalanrea di Makassar, dan untuk mengetahui variabel dominan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Dosen Manajemen Keamanan Perumahan Tamalanrea Universitas Hasanuddin di Makassar.

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Itu populasi penelitian adalah 644 orang sebagai konsumen yang tinggal di perumahan Dosen Hasanuddin Universitas Tamalanrea di Makassar. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan formulasi Slovin terdiri dari 247 responden. Pengumpulan data, yang digunakan adalah kuisioner dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, dan regresi linier berganda menggunakan SPSS program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel reliabilitas, daya tanggap, empati, jaminan, dan penampilan fisik, memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Dosen Manajemen Keamanan Perumahan Universitas Hasanuddin Tamalanrea di Makassar. Selanjutnya variabel parsial realibilitas, empati, dan jaminan memiliki variabel positif dan dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel respon dan penampilan fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Di antara tiga variabel yang berpengaruh signifikan itu, ternyata reliabilitas variabel yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen pada Manajemen Keamanan Dosen Perumahan Tamalanrea Universitas Hasanuddin Makassar.

Penelitian kedelapan, oleh Chinomona, Mofokeng, Poee, November (2015). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki peran pembinaan kondisi taksi minibus dan keamanan terhadap jalan aturan tentang kualitas layanan dan kepuasan komuter. Secara khusus, tiga hipotesis dipostulasikan. Untuk menguji hipotesis yang diajukan, data dikumpulkan dari komuter di Harrismith, Afrika Selatan. Hasil empiris didukung dua hipotesis (H2 dan H3) secara signifikan dan tidak mendukung H1. Ketika pengaruh kondisi taksi omnibus pada kualitas layanan seperti yang dirasakan oleh komuter dipertimbangkan dalam hal ini mempelajari, temuan gagal untuk mendukung hubungan positif yang diajukan dalam cara yang signifikan. Alasan untuk tidak signifikan pengaruh kondisi taksi omnibus pada kualitas layanan bisa jadi bahwa kondisi taksi omnibus memiliki tidak langsung berpengaruh pada kualitas layanan yang dirasakan oleh komuter. Dampak kepatuhan dengan aturan jalan pada kualitas layanan untuk penumpang juga dipertimbangkan, dan positif dan dampak signifikan ditemukan. Ini menegaskan pengetahuan umum tentang kepatuhan dengan aturan yang menghasilkan layanan yang lebih baik kualitas. Oleh karena itu, kepatuhan terhadap peraturan jalan oleh pengemudi taksi meningkatkan persepsi kualitas layanan yang lebih baik oleh komuter. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa kepatuhan terhadap peraturan jalan pengemudi taksi omnibus di Afrika Selatan memiliki dampak yang sangat signifikan dan positif pada persepsi penumpang tentang kualitas layanan. Terakhir, makalah ini mempertimbangkan efek kualitas layanan pada kepuasan komuter. Temuan penelitian ini mengungkapkan efek positif yang lebih kuat dari kualitas layanan pada kepuasan komuter. Ini konsisten dengan alasan oleh Ramasubbu, Mithas dan Krishnan (2008). Dengan demikian, semakin banyak penumpang yang menganggap kualitas layanan dalam taksi omnibus bagus, semakin besar kemungkinan para komuter ini puas dengan layanan taksi omnibus. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa ada kualitas layanan omnibus pulang-pergi di Afrika Selatan memiliki efek positif pada kepuasan komuter. Secara implisit, temuan ini menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap peraturan jalan dapat memiliki pengaruh kuat pada kepuasan komuter melalui kualitas layanan. Mungkin ini bisa disebabkan oleh fakta bahwa penumpang lebih peduli tentang keselamatan mereka saat masuk transit daripada keadaan fisik taksi minibus, maka mereka akan mengharapkan pengemudi taksi untuk mematuhi aturan jalan terlepas dari kondisi taksi itu sendiri.

2.2. Pemasaran jasa

Menurut Sunyoto (2014:75) pemasaran adalah merupakan ujung tombak perusahaan dalam dunia persaingan yang semakin ketat perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seorang pemasar untuk memahami permasalahan pokok dibidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan.

2.3. Kualitas service

Menurut Lupiyoadi (2013:212) kualitas jasa adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasi. Manfaat kualitas jasa bagi industri dan dunia agar mampu bertahan di tengah situasi lingkungan ekonomi yang memperlihatkan kecenderungan seperti fluktuasi curam, perubahan demi perubahan, persaingan tinggi, dan semakin canggihnya kualitas hidup.

2.4. Persepsi harga

Definisi harga penetapan harga itu sebenarnya cukup kompleks dan sulit. Kita akan melihat bahwa kekomplekan dan pentingnya penetapan harga ini memerlukan suatu pendekatan yang sistematis, yang melibatkan penetapan tujuan dan mengembangkan suatu struktur penetapan harga lebih lanjut. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:51) *price is the amount of monaey customer must past to obtain the product*. Harga adalah jumlah uang pelanggan yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk. Menurut Alma (2014:169) mengemukakan bahwa: "Harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang".

2.5. Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang berupa benda maupun uang yang dapat memudahkan serta memperlancar pelaksanaan suatu usaha (Sam : 2012). Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik(gedung) perlengkapan dan peralatan.

2.6. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi fokus penting setiap organisasi atau perusahaan. Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam penemuan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai salah satu tujuan pokok. Bahwa persaingan dapat dimenangkan apabila perusahaan mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Tjiptono, 2015:47).

2.7. Hubungan antar Variabel Penelitian

2.7.1. Pengaruh kualitas service terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan pada permasalahan, tinjauan pustaka, hasil dan pembahasan hasil penelitian dari Wiedyani, Prabowo, maka penelitian ini menyimpulkan, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin baik kualitas layanan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan penumpang. Keinginan manusia yang beraneka ragam akan menimbulkan berbagai macam perilaku untuk mengabulkannya. Menurut Kotler (2013:99) merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Sunyoto (2013:226) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Sebuah perusahaan harus mampu mempelajari perilaku konsumen agar dapat memahami apa yang diinginkan konsumen.

2.7.2. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian Wiedyani, Prabowo, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga jasa penetapan harga itu sebenarnya cukup kompleks dan sulit. Kita akan melihat bahwa kekompleksan dan pentingnya penetapan harga ini memerlukan suatu pendekatan yang sistematis. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:51) *price is the amount of money customer must pay to obtain the product*. Harga adalah jumlah uang pelanggan yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan produk. Menurut (Suryoto, 2013:226) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

2.7.3. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan kesimpulan dari Puspita, Santoso, hasil penelitian fasilitas penumpang terhadap kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Fasilitas merupakan hal yang sangat harus diperhatikan oleh suatu perusahaan, agar para pelanggan dapat terpenuhi oleh fasilitas yang ada di dalam usaha tersebut. Menurut (Sam : 2012) fasilitas adalah sarana untuk melaksanakan pelaksanaan fungsi, arti lainnya adalah kemudahan. Fasilitas merupakan masalah suatu perusahaan atau organisasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

2.8. Pengembangan Hipotesis

Sugiyono (2017:88), hipotesis adalah suatu pernyataan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih harus dicari kebenarannya. Berikut ini penulis mengemukakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

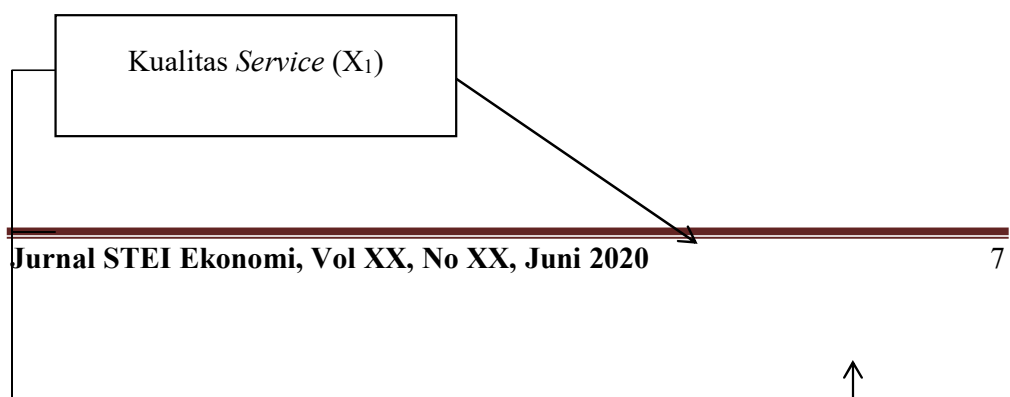
1. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan
2. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan
3. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan
4. Diduga terdapat pengaruh yang signifikan kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

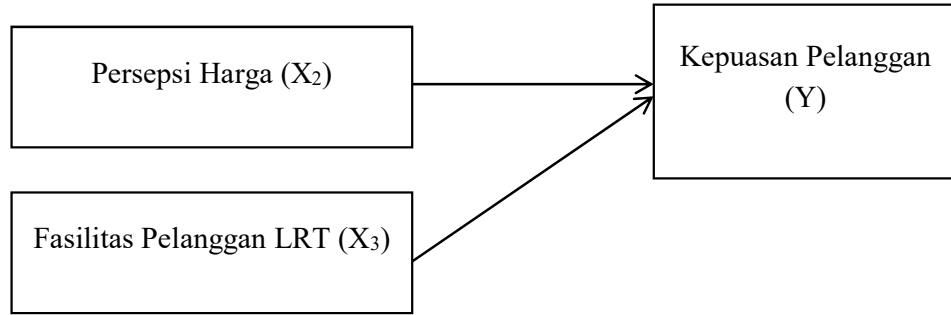
2.9. Kerangka Konseptual Penelitian

Identifikasi variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel independen (bebas)
Variabel *independent* adalah variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lainnya. Pada penelitian ini variabel bebasnya yaitu: Kualitas *service* (X_1), Persepsi harga (X_2), dan fasilitas pelanggan LRT (X_3).
2. Variabel *dependent* (terikat)
Variabel *dependent* pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y).

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting, maka kerangka pemikiran penelitian sebagaimana dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut:





Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian

III. METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sugiyono (2017:8), mengatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan pada tingkat explanasi (penjelasan), penelitian yang digunakan adalah penelitian assosiatif (*assosiation research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar dua atau lebih variabel (Sugiyono, 2017:19).

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah populasi umum seluruh penumpang LRT Jakarta yang pernah menggunakan LRT di Jakarta stasiun Velodrome. Populasi sasaran seluruh pelanggan Jakarta yang menggunakan LRT paling tidak sudah pernah menggunakan 4x layanan LRT selama bulan Desember sampai Januari

Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil Sugiyono (2013:85).

Terdapat 321 orang populasi sasaran yang menggunakan layanan LRT paling tidak 4x selama bulan desember sampai januari. Dengan menggunakan metode rumus slovin dengan margin of error yang di tetapkan sebesar 5% atau 0,05 dengan rumus

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan:

- n = Ukuran sampel
- N = Ukuran populasi
- e = Tingkat kesalahan (5%)

Adapun perhitungan sampel dengan rumus Slovin sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= 321 / (1 + (321 \times 0,0025)) \\
 n &= 321 / (1 + 2,5) \\
 n &= 321 / 2,25 \\
 n &= 142.85 \\
 n &= 143
 \end{aligned}$$

Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 143 orang.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2017:187) data primer merupakan data yang dikumpulkan dan olah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu persepsi responden berkaitan dengan variabel penelitian.

3.3.2 Metoda Pengumpulan Data

Metoda pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017: 142). Dalam penelitian ini pertanyaan dalam kuesioner disusun sesuai dengan urutan variabel yang sesuai dengan indikator, tujuannya agar pertanyaan dalam kuesioner tidak menyimpang dari tujuan penelitian. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini berasal dari kuesioner dengan pengukuran data ordinal. Pengukuran data ordinal (ordinal scale) akan menunjukkan data sesuai dengan sebuah orde atau urutan tertentu (Ferdinand, 2015:261). Sedangkan tipe skala ordinal yang digunakan yaitu *sematic scale* yaitu respons terhadap sebuah stimuli yang disajikan dalam bentuk kategori sematik, yang menyatakan sebuah tingkatan sifat atau keterangan tertentu. Untuk mengetahui serta menilai sikap dan persepsi responden tentang kualitas *service*, persepsi harga, fasilitas pelanggan LRT, serta kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert

| No | Alternatif Jawaban | Bobot Nilai |
|----|---------------------------|-------------|
| 1 | Sangat Setuju (SS) | 4 |
| 2 | Setuju (S) | 3 |
| 3 | Tidak Setuju (TS) | 2 |
| 4 | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Sumber: Sugiyono (2017)

3.4. Metoda Analisa Data

Langkah-langkah yang digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.4.1. Metoda pengolahan data

Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS Versi 24.00. Software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat. Dimana dilakukan editing dan coding. *Editing* adalah tahapan pertama dalam pengolahan data yang diperoleh peneliti dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian jawaban responden. *Coding* adalah memberikan atau tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan peneliti mengenai tabulasi.

3.4.2. Metoda penyajian data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Dimana dilakukan tabulasi. Tabulasi adalah perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah

dimengerti. Data yang diperoleh, setelah diolah dan disortir akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian.

3.4.3. Analisis statistik data

Untuk membahas hasil penelitian, penulis menggunakan data berpasangan berdasarkan data yang diperoleh. Oleh karena terdapat lebih dari satu variabel independen, yaitu tiga buah variabel independen, dan satu buah variabel dependen, maka metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis (parsial dan berganda) sebagai berikut :

3.4.3.1. Uji Instrumen

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) dan *reability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, (Ghozali, 2011:88). Dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya pernyataan dinyatakan oleh Sugiyono (2017:126) : Jika $r_{hitung} \geq 0,30$ (r_{kritis}) maka item pernyataan tersebut valid.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n \sum X Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots(3.2)$$

Keterangan:

- r_{hitung} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari
- n = Banyaknya responden (sampel)
- X = Skor yang diperoleh subyek dari setiap item
- Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

2. Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah *reliable* akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program computer SPSS. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan handal (*reliable*) apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Priyatno, 2014:26).

$$\text{Koefisien Alpha Cronbach: } \alpha_{it} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right) \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan :

- k = jumlah butir kuisisioner
- α_{it} = koefisien keterandalan butir kuisisioner
- $\sum S_i^2$ = jumlah variansi skor butir yang valid
- S_t^2 = variansi total skor butir

Untuk mencari besarnya variansi butir kuisisioner dan variansi total skor butir di gunakan rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2}{n} - \left(\frac{\sum X_i}{n} \right)^2 \dots\dots\dots(3.4)$$

Keterangan :

$\sum X_i$ = jumlah skor setiap butir

$\sum X_i^2$ = jumlah kuadrat skor setiap butir

Menurut Sekaran (2013), dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

Jika koefisien *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha acceptable (construct reliable)*.

Jika *Cronbach's Alpha* $< 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha poor acceptable (construct unreliable)*.

3.4.3.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0-1). Jika nilai R^2 mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variabel variabel independen terhadap variabel dependen. sebaliknya, jika R^2 mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen. (Priyatno, 2014:125) Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

1. Kontribusi pengaruh kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan
 $R^2_1 = (r_{Y1.234})^2 \cdot 100\%$
2. Kontribusi pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan
 $R^2_2 = (r_{Y2.341})^2 \cdot 100\%$
3. Kontribusi pengaruh fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan
 $R^2_3 = (r_{Y3.412})^2 \cdot 100\%$
4. Kontribusi pengaruh kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan
 $R^2_4 = (r_{Y1234})^2 \cdot 100\%$

3.4.3.3. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh X_1 terhadap Y
 $H_0 : \beta_{y1.23} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan).
 $H_a : \beta_{y1.23} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan).
2. Pengaruh X_2 terhadap Y
 $H_0 : \beta_{y2.31} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan).
 $H_a : \beta_{y2.31} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan).
3. Pengaruh X_3 terhadap Y
 $H_0 : \beta_{y3.12} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan).

Ha : $\beta_{y3.12} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan).

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *P-value* dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$)

Ho ditolak, Ha diterima jika *P-value* $< 0,05$ dan

Ho diterima, Ha ditolak jika *P-value* $\geq 0,05$

atau

Ho ditolak, Ha diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan

Ho diterima, Ha ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

4. Pengaruh X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara berganda. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

Ho : $\beta_{y123} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan).

Ha : $\beta_{y123} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh signifikan kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan).

Adapun untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan, digunakan nilai *Significance F* dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$).

Ho ditolak, Ha diterima jika *Significance F* $< 0,05$ dan

Ho diterima, Ha ditolak jika *Significance F* $\geq 0,05$

atau

Ho ditolak, Ha diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan

Ho diterima, Ha ditolak jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Gagasan LRT mulai muncul ketika proyek monorel Jakarta yang sempat diaktifkan kembali pada Oktober 2013 oleh Gubernur saat itu, LRT pertama di Indonesia resmi beroperasi di Palembang pada tahun 2018. *Light rail transit* (LRT) di Jakarta diresmikan beroperasi pada tahun 2019 Desember, Dan seiring berjalannya waktu, LRT menjadi semakin dikenal oleh banyak orang dari berbagai kalangan untuk pergi bekerja, pergi ke mall, atau sekedar menghabiskan waktu luang sambil menikmati suasana dari dalam LRT..

LRT dalam segi kualitas pelayanan sudah sangat baik, terlihat dari fasilitas fisik yang lengkap dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen. Karyawan yang sangat kompeten dalam melayani baik secara keterampilan maupun pengetahuan pelayanan, kemudahan akses pelayanan, respon karyawan dalam menanggapi keinginan konsumen, efektifitas informasi dan kemudahan dalam membeli tiket, respon yang cepat dan tanggap jika terjadi kesalahan, karyawan yang sopan, ramah dalam melayani konsumen, dan memahami konsumen dengan baik.

4.2. Deskripsi Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini merupakan responden yang ditemui di LRT Veldrome Jakarta. Hasil dari penyebaran kuesioner sebanyak 143 responden didapatkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan uang saku serta penghasilan bulanan. Berikut dipaparkan hasil dari masing-masing karakteristik responden yang ditemui di LRT Jakarta:

Tabel 4.1. Data Responden

| Data responden | Jumlah | Prosentase |
|----------------|--------|------------|
| Jenis Kelamin | | |

| | | |
|---------------|------------|-------------|
| Pria | 88 | 54 % |
| Wanita | 55 | 46 % |
| Jumlah | 143 | 100% |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| Usia | | |
| 17-25 tahun | 97 | 63% |
| 26-35 tahun | 46 | 37% |
| 36-45 tahun | | |
| > 45 tahun | | |
| Total | 143 | 100% |

| | | |
|-------------------------|---------------|-------------------|
| Data responden | Jumlah | Prosentase |
| Domisili tinggal | | |
| Jakarta Timur | 67 | 31 % |
| Jakarta Selatan | 15 | 12 % |
| Jakarta Barat | 10 | 6 % |
| Jakarta Utara | 12 | 10 % |
| Jakarta Pusat | 39 | 25 % |
| Lainnya | | |
| Total | 143 | 100% |

Tabel 4.1. Data Responden (lanjutan)

| | | |
|--|------------|-------------|
| Seberapa sering menggunakan LRT | | |
| Setiap hari | | |
| Seminggu sekali | 4 | 6 % |
| Sebulan sekali | 41 | 39 % |
| Lainnya | 98 | 55 % |
| Total | 143 | 100% |

| | | |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Uang Jajan Mahasiswa | | |
| 25-50 ribu | 108 | 68 % |
| 50-100 ribu | 35 | 32 % |
| 100-150 ribu | | |
| > 150 ribu | | |
| Total | 143 | 100% |

| | | |
|--------------------------------|------------|-------------|
| Menggunakan LRT bersama | | |
| Teman | 87 | 52 % |
| Keluarga | | |
| Rekan kerja | 56 | 48 % |
| Total | 143 | 100% |

| | | |
|------------------------------|------------|--------------|
| Menggunakan LRT untuk | | |
| Bekerja | 10 | 11 % |
| Kebutuhan pribadi | 133 | 89 % |
| Total | 143 | 100 % |

Sumber : Pengolahan data kuesioner (2020)

Tabel 4.1 di atas merepresentasikan banyaknya responden yang datang menggunakan LRT Jakarta dilihat dari jenis kelamin. Responden terbanyak adalah responden dengan jenis kelamin pria sebesar 54% dan sisanya berjenis kelamin perempuan sebesar 46%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden

berjenis kelamin pria.

Berdasarkan Tabel 4.1 kelompok usia responden, diperoleh bahwa usia responden yang paling banyak adalah responden yang berusia antara 17-25 tahun yaitu sebanyak 97 responden atau setara dengan 63%. Dan yang paling sedikit adalah responden yang berusia 26-35 tahun yaitu sebanyak 46 responden atau setara dengan 37%.

Berdasarkan Tabel 4.1 kelompok responden domisili tinggal, diperoleh domisili tinggal responden yang paling banyak adalah responden yang berdomisili di jakarta timur yaitu sebanyak 67 responden atau setara dengan 31%. Dan yang paling sedikit adalah responden yang berdomisili tinggal di jakarta barat yaitu sebanyak 10 responden atau setara dengan 6%.

Berdasarkan Tabel 4.1 kelompok responden seberapa sering menggunakan LRT, diperoleh bahwa responden yang sering menggunakan LRT adalah lainnya yaitu sebanyak 98 responden atau setara dengan 55%. Dan yang paling sedikit adalah seminggu sekali yaitu 4 responden atau setara dengan 6%.

Berdasarkan tabel 4.1. tersebut dapat diketahui bahwa jumlah uang saku per bulan dari 143 mahasiswa beragam. Mayoritas mahasiswa memiliki tingkat uang saku Rp25.000 s/d Rp50.000 per hari dengan presentase 68%.

Berdasarkan Tabel 4.1 kelompok responden menggunakan LRT bersama, diperoleh bahwa 87 responden yang datang bersama teman dengan presentase 52%. Dan 56 responden datang bersama rekan kerja, dengan presentase 48%.

Berdasarkan Tabel 4.1 kelompok responden menggunakan LRT untuk, diperoleh bahwa mayoritas responden yang menggunakan LRT untuk kebutuhan pribadi yaitu sebanyak 133 responden dengan presentase 89%.

4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

4.3.1. Uji validitas

Pengujian validitas instrumen adalah untuk mengetahui derajat ketepatan instrumen untuk mengumpulkan data penelitian. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua pernyataan (instrumen) penelitian yang diajukan untuk mengukur variabel penelitian adalah valid. Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *construct validity* yaitu mencakup pemahaman argumentasi teoritik yang melandasi pengukuran yang diperoleh. Untuk pengujian validitas dalam penelitian ini dihitung dengan komputer menggunakan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS 2.2), hasil untuk mengambil keputusan adalah dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Nilai r_{hitung} dapat diperoleh dengan menggunakan nilai *Koefisien Korelasi Product Moment*. Jika nilai *Koefisien Korelasi Product Moment* $> r_{tabel}$ maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid atau jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir atau variabel tersebut valid. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir atau variabel tersebut tidak valid. Dimana r_{tabel} menggunakan 0,30. Hasil uji validitas untuk masing-masing pernyataan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :
Pengolahan data yang dihasilkan dari semua pernyataan dalam instrument Kualitas Service (X_1) yang terdiri dari 5 butir pernyataan, adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2. Validitas Instrumen per Butir untuk Kualitas Service (X_1).

| No. Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keputusan |
|----------------|--------------|-------------|-----------|
| 1 | 0,664 | 0,30 | Valid |
| 2 | 0,738 | 0,30 | Valid |
| 3 | 0,620 | 0,30 | Valid |

| | | | |
|---|-------|------|-------|
| 4 | 0,632 | 0,30 | Valid |
| 5 | 0,638 | 0,30 | Valid |

Sumber : Pengolahan data SPSS (2020)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh hasil untuk variabel Kualitas *Service* (X_1) pernyataan tersebut, dimana memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari 0,30 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut dapat digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini.

Pengolahan data yang dihasilkan dari semua pernyataan dalam instrument Fasilitas (X_2) yang terdiri dari 6 butir pernyataan, adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3. Validitas Instrument per Butir untuk Persepsi Harga (X_2).

| No. Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keputusan |
|----------------|--------------|-------------|-----------|
| 1 | 0,462 | 0,30 | Valid |
| 2 | 0,412 | 0,30 | Valid |
| 3 | 0,533 | 0,30 | Valid |
| 4 | 0,466 | 0,30 | Valid |
| 5 | 0,604 | 0,30 | Valid |
| 6 | 0,599 | 0,30 | Valid |

Sumber : Pengolahan data SPSS (2020)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh hasil untuk variabel persepsi harga (X_2) pernyataan tersebut, dimana memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari 0,30 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut dapat digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini.

Pengolahan data yang dihasilkan dari semua pernyataan dalam instrument Fasilitas pelanggan LRT (X_3) yang terdiri dari 8 butir pernyataan, adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4. Validitas Instrument per Butir untuk Fasilitas pelanggan LRT (X_3).

| No. Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keputusan |
|----------------|--------------|-------------|-----------|
| 1 | 0,524 | 0,30 | Valid |
| 2 | 0,590 | 0,30 | Valid |
| 3 | 0,596 | 0,30 | Valid |
| 4 | 0,486 | 0,30 | Valid |
| 5 | 0,566 | 0,30 | Valid |
| 6 | 0,586 | 0,30 | Valid |
| 7 | 0,564 | 0,30 | Valid |
| 8 | 0,415 | 0,30 | Valid |

Sumber : Pengolahan data SPSS (2020)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh hasil untuk variabel fasilitas pelanggan LRT (X_3) pernyataan tersebut, dimana memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari 0,30 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut dapat digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini.

Pengolahan data yang dihasilkan dari semua pernyataan dalam instrument Kepuasan Pelanggan (Y) yang terdiri dari 6 butir pernyataan, adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5. Validitas Instrument per Butir untuk Kepuasan Pelanggan (Y).

| No. Pernyataan | r_{hitung} | r_{tabel} | Keputusan |
|----------------|--------------|-------------|-----------|
| 1 | 0,387 | 0,30 | Valid |
| 2 | 0,460 | 0,30 | Valid |
| 3 | 0,754 | 0,30 | Valid |
| 4 | 0,616 | 0,30 | Valid |
| 5 | 0,795 | 0,30 | Valid |
| 6 | 0,827 | 0,30 | Valid |

Sumber : Pengolahan data SPSS (2020)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh hasil untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) pernyataan tersebut, dimana memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari 0,30 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut dapat digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan dalam penelitian ini adalah valid.

4.3.2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi atau kestabilan alat ukur, apakah alat yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut dapat diulang. Dalam uji reliabilitas ini digunakan program SPSS dengan metode *Cronbach's Alpha*. Untuk pengujian reliabilitas atas instrumen yang sama digunakan formula *Cronbach's Alpha*. Formula ini digunakan untuk melihat sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama pada saat yang berbeda. Jadi pengukuran reliabilitas berkenaan dengan konsistensi dan keakuratan pengukuran. Hasil uji reliabilitas untuk variabel variabel bebas (variabel eksogen), yaitu kualitas *service* (X_1), persepsi harga (X_2), dan fasilitas pelanggan LRT (X_3), dan variabel terikat (variabel endogen) variabel terikat kepuasan pelanggan (Y).

Dari hasil uji validitas, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 24.0. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6. Hasil uji reliabilitas kualitas *service* (X_1)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0,670 | 5 |

Sumber : Pengolahan data SPSS (2020)

Pada Tabel 4.6. Menunjukkan hasil jawaban tabel kuesioner terhadap 5 item pernyataan yang mewakili Kualitas *Service* (X_1) dapat dikatakan reliable. Dibuktikan dengan nilai *Cronbach Alpha* 0,670, lebih besar dari nilai yang ditentukan yaitu 0,60.

Tabel 4.7. Hasil uji reliabilitas Persepsi Harga (X_2)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0,640 | 6 |

Sumber : Pengolahan data SPSS (2020)

Pada tabel 4.7. Menunjukkan hasil jawaban tabel kuesioner terhadap 6 item pernyataan yang mewakili Persepsi Harga (X_2) dapat dikatakan reliabel. Dibuktikan dengan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,740, lebih besar dari nilai yang ditentukan yaitu 0,60.

Tabel 4.8. Hasil uji reliabilitas Fasilitas pelanggan LRT (X_3)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0,649 | 8 |

Sumber : Pengolahan data SPSS (2020)

Pada tabel 4.8. Menunjukkan hasil jawaban tabel kuesioner terhadap 8 item pernyataan yang mewakili Fasilitas pelanggan LRT (X_3) dapat dikatakan reliabel. Dibuktikan dengan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,649, lebih besar dari nilai yang ditentukan yaitu 0,60.

Tabel 4.9. Hasil uji reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0,689 | 6 |

Sumber : Pengolahan data SPSS (2020)

Pada tabel 4.9. Menunjukkan hasil jawaban tabel kuesioner terhadap 6 item pernyataan yang mewakili Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dikatakan reliabel. Dibuktikan dengan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,751, lebih besar dari nilai yang ditentukan yaitu 0,60.

4.4. Analisis Statistik Data

Di dalam melakukan serangkaian analisis statistik data akan terbagi menjadi beberapa bagian yang terdiri dari analisis seperti yang diuraikan berikut ini:

4.4.1. Analisis koefisien determinasi

Pengaruh kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh variabel independen X_1 , X_2 dan X_3 .

1. Koefisien Determinasi Parsial

- a. Nilai koefisien determinasi kualitas *service* (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebagai berikut :

Tabel 4.10. Koefisien determinasi Parsial Kualitas *service* (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

| Correlations | | | Kualitas <i>Service</i> | Kepuasan Pelanggan |
|-------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------|
| Control Variables | Kualitas <i>Service</i> | Correlation | 1,000 | ,712 |
| | | Significance (2-tailed) | . | ,000 |
| | Persepsi Harga | df | 0 | 140 |
| | | Correlation | ,712 | 1,000 |
| | Kepuasan Pelanggan | Significance (2-tailed) | ,000 | . |
| | | df | 140 | 0 |

Sumber : Pengolahan data SPSS (2020)

Berdasarkan Tabel 4.10 didapat koefisien korelasi sebesar $r = 0,712$ ini menunjukkan bahwa variabel kualitas *service* berkorelasi kuat dengan kepuasan pelanggan (Lampiran 14).

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas perhitungan koefisien determinasi parsial kualitas *service* (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah :

$$\begin{aligned} KDP_1 &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,712)^2 \times 100\% \\ &= 0,507 \times 100\% \end{aligned}$$

$$KDP_1 = 50,7\%$$

Hal ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi parsial sebesar 0,507 ini dapat ditafsirkan bahwa kontribusi kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 50,7% atau dengan kata lain 50,7% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat diterangkan oleh variabel kualitas *service*, sedangkan sisanya 49,3% merupakan kontribusi variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

- b. Nilai koefisien determinasi persepsi harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebagai berikut :

Tabel 4.11. Koefisien determinasi Parsial Persepsi harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

| Correlations | | | Persepsi Harga | Kepuasan Pelanggan |
|-------------------|--------------------|-------------------------|----------------|--------------------|
| Control Variables | Persepsi Harga | Correlation | 1,000 | ,134 |
| | | Significance (2-tailed) | . | ,111 |
| | | df | 0 | 140 |
| | Kepuasan Pelanggan | Correlation | ,134 | 1,000 |
| | | Significance (2-tailed) | ,111 | . |
| | | df | 140 | 0 |

Sumber : Pengolahan data SPSS (2020)

Berdasarkan Tabel 4.11 didapat koefisien korelasi sebesar $r = 0,134$ ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berkorelasi sangat rendah dengan kepuasan pelanggan (Lampiran 14).

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas perhitungan koefisien determinasi parsial persepsi harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah :

$$\begin{aligned} KDP_2 &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,134)^2 \times 100\% \\ &= 0,099 \times 100\% \end{aligned}$$

$$KDP_2 = 9,9\%$$

Hal ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi parsial sebesar 0,099 ini dapat ditafsirkan bahwa kontribusi persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 9,9% atau dengan kata lain 9,9% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat diterangkan oleh variabel persepsi harga, sedangkan sisanya 90,1% merupakan kontribusi variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

- c. Nilai koefisien determinasi fasilitas pelanggan LRT (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebagai berikut :

Tabel 4.12. Koefisien determinasi Parsial Fasilitas pelanggan LRT (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

| Correlations | | | Fasilitas Pelanggan LRT | Kepuasan Pelanggan |
|-------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------|
| Control Variables | Fasilitas Pelanggan LRT | Correlation | 1,000 | ,638 |
| | | Significance (2-tailed) | . | ,000 |
| | | df | 0 | 140 |
| | Kepuasan Pelanggan | Correlation | ,638 | 1,000 |
| | | Significance (2-tailed) | ,000 | . |
| | | df | 140 | 0 |

Sumber : Pengolahan data SPSS (2020)

Berdasarkan Tabel 4.12 didapat koefisien korelasi sebesar $r = 0,638$ ini menunjukkan bahwa variabel fasilitas pelanggan LRT berkorelasi kuat dengan kepuasan pelanggan (Lampiran 14).

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas perhitungan koefisien determinasi parsial fasilitas pelanggan LRT (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah :

$$\begin{aligned} KDP_3 &= (r)^2 \times 100\% \\ &= (0,638)^2 \times 100\% \\ &= 0,407 \times 100\% \end{aligned}$$

$$KDP_3 = 40,7\%$$

Hal ini menunjukkan bahwa koefisien determinasi parsial sebesar 0,407 ini dapat ditafsirkan bahwa kontribusi fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan sebesar 40,7% atau dengan kata lain 40,7% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat diterangkan oleh variabel fasilitas pelanggan LRT, sedangkan sisanya 59,3% merupakan kontribusi variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

2. Koefisien Determinasi Simultan

Nilai koefisien determinasi simultan kualitas *service* (X_1), persepsi harga (X_2), dan fasilitas pelanggan LRT (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebagai berikut :

Tabel 4.13 Koefisien Korelasi dan Determinasi Simultan kualitas *service* (X_1), persepsi harga (X_2), dan fasilitas pelanggan LRT (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,976 ^a | ,952 | ,951 | ,35470 |

a. Predictors: (Constant), dan fasilitas Pelanggan LRT, Persepsi Harga, Kualitas *Service*

Sumber : Pengolahan data SPSS (2020)

Berdasarkan Tabel 4.13. Hasil data perhitungan Koefisien korelasi berganda dengan SPSS Versi 24.0 (Lampiran 15) diperoleh nilai Koefisien korelasi berganda sebesar 0,976 yang berarti kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT mempunyai hubungan sangat kuat dengan kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome artinya kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT secara simultan diberikan sesuai harapan pembeli maka kepuasan pelanggan meningkat sangat kuat. jika semakin baik kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT yang diberikan maka akan menciptakan kepuasan pelanggan. Secara umum hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT merupakan faktor yang penting agar diperoleh tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Masih dalam Tabel 4.13 adapun hasil perhitungan koefisien determinasi berganda (Lampiran 15) dengan nilai Adjusted $R^2 = 0,952$ sehingga ditafsirkan bahwa kontribusi kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT secara simultan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 95,2% atau dengan kata lain 95,2% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat diterangkan oleh variabel kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT secara simultan, sedangkan sisanya 4,8% merupakan kontribusi variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

4.4.2. Pengujian Hipotesis

1. Pengujian secara parsial

Tabel 4.14. Pengujian Hipotesis Parsial kualitas *service* (X_1), persepsi harga (X_2), dan fasilitas pelanggan LRT (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

Coefficients^a

| Model | t | Sig. |
|-------------------------|-------|------|
| (Constant) | -,964 | ,337 |
| 1 | | |
| Kualitas <i>Service</i> | 2,986 | ,003 |
| Persepsi Harga | ,769 | ,443 |
| Fasilitas Pelanggan LRT | 8,795 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Pengolahan data SPSS (2020)

- a. Pengaruh kualitas *service* (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y)
 Ho : $\beta_{y1.23} = 0$ secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome
 Ha : $\beta_{y1.23} \neq 0$ secara parsial terdapat pengaruh signifikan kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome
 Setelah dilakukan pengujian hipotesis terhadap penelitian tersebut di atas dan berdasarkan hasil perhitungan SPSS Versi 24.0 (Tabel 4.14 dan Lampiran 14) diperoleh *Signifikansi t* variabel X_1 sebesar 0,003 lebih kecil dari taraf nyata atau $0,003 < 0,05$. Oleh karena itu dapat ditarik simpulan Ho ditolak maka Ha diterima, secara parsial terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas *service* terhadap variabel kepuasan pelanggan (pada tingkat kualitas *service* 95%).
- b. Pengaruh persepsi harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y)
 Ho : $\beta_{y2.31} = 0$ secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome).
 Ha : $\beta_{y2.31} \neq 0$ secara parsial terdapat pengaruh signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome
 Setelah dilakukan pengujian hipotesis terhadap penelitian tersebut di atas dan berdasarkan hasil perhitungan SPSS Versi 24.0 (Tabel 4.14 dan Lampiran 14) diperoleh *Signifikansi t* variabel X_2 sebesar 0,443 lebih besar dari taraf nyata atau $0,443 > 0,05$. Oleh karena itu dapat ditarik simpulan Ho diterima maka Ha ditolak, secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan variabel persepsi harga terhadap variabel kepuasan pelanggan (pada tingkat kualitas *service* 95%).
- c. Pengaruh fasilitas pelanggan LRT (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)
 Ho : $\beta_{y3.12} = 0$ secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome
 Ha : $\beta_{y3.12} \neq 0$ secara parsial terdapat pengaruh signifikan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome
 Setelah dilakukan pengujian hipotesis terhadap penelitian tersebut di atas dan berdasarkan hasil perhitungan SPSS Versi 24.0 (Tabel 4.12 dan Lampiran 14) diperoleh *Signifikansi t* variabel X_3 sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf nyata atau $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu dapat ditarik simpulan Ho ditolak maka Ha diterima, secara parsial terdapat pengaruh signifikan variabel fasilitas pelanggan LRT terhadap variabel kepuasan pelanggan (pada tingkat kualitas *service* 95%).

2. Pengujian secara simultan

Tabel 4.15. Pengujian Hipotesis Simultan kualitas *service* (X_1), persepsi harga (X_2), dan fasilitas pelanggan LRT (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y)

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | Sig. |
| 1 | Regression | 346,988 | 3 | 115,663 | 919,333 |
| | Residual | 17,488 | 139 | ,126 | ,000 ^b |
| | Total | 364,476 | 142 | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Fasilitas Pelanggan LRT, Persepsi Harga, Kualitas *Service*

Sumber : *Pengolahan data SPSS (2020)*

Ho : $\beta_{y123} = 0$ secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome.

Ha : $\beta_{y123} \neq 0$ secara simultan terdapat pengaruh signifikan kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome

Setelah melakukan pengujian hipotesis sesuai dengan langkah-langkah pengujian yang disebutkan pada bab sebelumnya dan berdasarkan hasil perhitungan *SPSS Versi 24.0* (Tabel 4.12 dan Lampiran 15) diperoleh *Significance F* sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf nyata atau $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu dapat ditarik simpulan Ho ditolak maka Ha diterima, secara simultan terdapat pengaruh signifikan kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan yang berarti penambahan dan pengurangan kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT akan berdampak signifikan pada peningkatan dan penurunan kepuasan pelanggan pada tingkat kualitas *service* 95%.

4.5. Temuan Hasil Penelitian

Dari hasil data dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 143 responden dan hasil perhitungan menggunakan *SPSS 24.0* serta pengujian hipotesis, peneliti menemukan bahwa secara simultan antara variabel Kualitas *Service* (X_1), Persepsi Harga (X_2), dan Fasilitas pelanggan LRT (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), sedangkan secara parsial hanya Persepsi Harga (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berikut ringkasan hasil penelitian :

Tabel 4.16. Matrik Hasil Penelitian

| Variabel | Koefisien Determinasi | Uji Hipotesis |
|--|-----------------------|----------------|
| Pengaruh kualitas <i>service</i> terhadap kepuasan pelanggan | 50,7% | $0,003 < 0,05$ |
| Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan | 9,9% | $0,443 > 0,05$ |
| Pengaruh fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan | 40,7% | $0,000 < 0,05$ |
| Pengaruh kualitas <i>service</i> , persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT secara simultan terhadap kepuasan pelanggan | 95,2% | $0,000 < 0,05$ |

Sumber : *Hasil olahan Data (2020)*

4.5.1. Pengaruh kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan

Dalam penelitian yang telah dilakukan ini secara parsial pengaruh kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan pada LRT rute Veldrome. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas *service* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggan LRT. Apabila pihak operator LRT mampu memberikan *service* prima serta meningkatkan kualitas *service*, maka ini merupakan indikasi bahwa pihak operator peduli dengan rasa puas pasien dalam menggunakan jasa transportasi LRT. Dengan demikian, pelanggan mempunyai motivasi untuk menggunakannya karena kualitas *service* yang optimal dari pihak operator LRT. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Peris Sepaka Surbakti (2017) menunjukkan bahwa kualitas *service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.5.2. Pengaruh hasil persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan

Penelitian ini secara parsial pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan pada LRT rute Veldrome. Karena harga bukan menjadikan penentu bagi konsumen untuk menggunakan jasa LRT, sehingga konsumen tidak mempertimbangkan harga yang disediakan, selain itu harga yang diberikan adalah harga yang flat untuk angkutan transportasi massal di DKI Jakarta yang mana harga tersebut sesuai dan terjangkau. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Avitrain Hali Wiedyani, Rokh Eddy Prabowo (2019), menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.5.3. Pengaruh fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan

Penelitian ini secara parsial pengaruh fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan pada LRT rute Veldrome. Karena dalam fasilitas yang lengkap dan memadai konsumen akan menjadi merasa puas Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila pihak operator LRT memiliki fasilitas yang lengkap serta dapat mengoptimalkan, maka ini merupakan indikasi bahwa pihak operator dapat memberikan kemudahan pada pelanggan LRT dari segala fasilitas yang diberikan oleh operator. Dengan demikian, pelanggan akan merasa dimanjakan oleh fasilitas yang disediakan sehingga kepuasan pelanggan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dede Apriyadi (2017), yang menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.5.4. Pengaruh kualitas *service*, persepsi harga dan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan

Secara simultan terdapat pengaruh signifikan kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome dimana *Significance F* sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf nyata atau $0,000 < 0,05$ H_0 ditolak maka H_a diterima. Nilai Adjusted $R^2 = 0,952$ sehingga ditafsirkan bahwa kontribusi kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT secara simultan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 95,2% atau dengan kata lain 95,2% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat diterangkan oleh variabel kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT secara simultan, sedangkan sisanya 4,8% merupakan kontribusi variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa :

1. Secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome dan kontribusi pengaruh kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 50,7%.

2. Secara parsial tidak terdapat pengaruh positif signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome dan kontribusi pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 9,9%.
3. Secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome dan kontribusi pengaruh fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan sebesar 40,7%.
4. Secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan pada LRT rute Veldrome dan kontribusi pengaruh kualitas *service*, persepsi harga, dan fasilitas pelanggan LRT terhadap kepuasan pelanggan sebesar 95,2%.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. LRT dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas *service* terhadap kepuasan pelanggan yang ada serta sering evaluasi mengenai pendidikan dan pelatihan karyawan guna menambah kualitas pelayanan karyawan LRT.
2. Perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan yang sudah baik di mata para karyawan perusahaan itu sendiri dan memberikan tunjangan kesejahteraan agar memacu motivasi karyawan.
3. Perusahaan tetap memberikan pelayanan yang maksimal terhadap para pengguna jasa demi menjaga citra perusahaan yang sudah baik.

DAFTAR REFERENSI

- Sriyanto, Agus, Ditto, 2018. Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Transportasi Publik Bus Transjakarta Koridor 13 (Ciledug-Blok M). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen Vol. 7 No. 1 April 2018 ISSN: 2252-6226*.
- Armstrong, Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga
- Wiedyani, Hali, Avitrain, dan Rokh, Eddy Prabowo, 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api Argo Muria Jurusan Semarang Tawang-Jakarta Gambir. *Prosiding SENDI_U 2019 ISBN: 978-979-3649-99-3*.
- Mat, Azmi, dan Norliza, Saiful, Bahry. 2018. The Influence of Public Commuters Satisfaction towards Mass Rapid Transportation (MRT) Services among Kuala Lumpur Riders: A PLS-SEM Approach *International Journal of Education and Knowledge Management (IJEKM) 1(1): 1-11 (2018) ISSN: 2616-4698*.
- Daft, R. 2013. *Era Baru Manajemen*, Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Daryanto. (2011:236). *Tujuan Pemasaran Jasa*. Jakarta, Erlangga.
- David Nyongesa Murambi, 2014. *Service Quality and Customer Satisfaction in Public Transport Sector of Kenya: A Survey of Shuttle Travelers in Kitale Terminus*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 4, No. 9 September 2014 ISSN: 2222-6990*.
- Apriyadi, Dede 2017. Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari. *Magistra No. 99 Maret 2017 ISSN: 0215-9511*.

- Aramita, Finta., Endang., dan Beby Karina Fawzeea Sembiring. 2017. *The Effect of Service Quality on Satisfaction and Impact on Loyalty User Transportation Service CV Sempati Star Medan-Banda Aceh. Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR) Vol. 46 No. 2. ISSN: 2319-7722.*
- Getachew, Gobezie. 2019. *The Impact of Transportation Service Quality on Customer Satisfaction: Evidence From Amhara Region, Ethiopia, International Journal of Health Economics and Policy, Vol. 4, No. 2, 2019 ISSN: 2578-9295.*
- Gronroos. (2014:135) *Kualitas Service Pengertian, Penerbit Daryanto.*
- Hidayat. 2014. *Metode Penelitian Dan Teknis Analisis Data.* Jakarta : Salemba Medika.
- Sharma, Kiran dan Saptarshi. 2017. *Service Quality and Customer Satisfaction- With Special Focus on the Online Cab Industry in India, International Journal of Business and Management, Vol. 12 No. 7 2017 ISSN 1833-3850.*
- Kotler, Philip. (2005:75) *Definisi Fasilitas, Perpustakaan Nasional, Jakarta*
- Kotler, Philip. (2013:99) *Definisi Kualitas Service, Penerbit Sangadji.*
- Kotler, Philip. (2014:135) *Definisi Kualitas Service, Penerbit Daryanto.*
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2105:121) *Definisi Kepuasan Pelanggan, Tjiptono.*
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2014:27). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Penerbit Erlangga.
- Miro. (2005). *Definisi Transportasi, Universitas Indonesia.*
- Parasuraman, Zeithaml, Berry, (2012:174-175) *Indikator Kualitas Pelayanan. Penerbit Fandy Tjiptono.*
- Surbakti, Peris Supaka. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematang Siantar (Survei Terhadap Masyarakat di Kelurahan Bantan RT 002 / RW 007 Pematang Siantar). *Vol. 3 No. 1 Juni 2017 Jurnal Maker ISSN: 2502-4434.*
- Puspita, Richa Mega dan Singgih, Santoso. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. *Ejournal.stiedewantara.ac.id Vol 13, No 1 April 2018 ISSN: 2549-6018.*
- Chinomona, Richard., Tebogo Mofokeng., dan David Poee, 2015. The Influence of Condition of Minibus Taxis, Compliance with Road Rules on Quality of Service and Commuter Satisfaction in Harrismith, South Africa, *Vol. 4 No. 14 November 2013 ISSN 2039-9340.*
- Sindoro, 2016. *Dasar-dasar Pemasaran,* Jakarta : Prenhallindo
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta.*
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RD.* Bandung: Alfabeta
- Sumarsih, dan Zainal Abidin, 2019. The Effect of Service Quality on Housing Security Management toward Consumer Satisfaction on Housing Lecturer of Hasanuddin University in Makassar, *International Journal of Management, Entrepreneurship, Social Science and Humanities (IJMESH) Vol, 2 No. 1 2019 ISSN: 2580-0981.*
- Sunyoto, (2014:75). *Definisi Pemasaran. Jakarta: Perpustakaan Nasional.*

- Andayani, Wiwik 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT.Kereta Api Persero DAOP 8 Surabaya)*. Vol. 13 No. 1 Januari 2016 ISSN: 1411-0199.
- Zakaria, Zaherawati., Zaliha Hj Hussin., dan Mohamed Fajil Abdul Batau Zuriawati Zakaria, 2015. *Service Quality of Malaysian Public Transports: A Case Study in Malaysia*. Vol. 6 No. 2, 2015 ISSN:1712-8358.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI

Data Pribadi

Nama : Tomi Dwi Fachrianto
NPM : 2113000406
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 23 Desember 1995
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Pam III Rt. 011 Rw. 08 No 05
Kel. Cempaka Baru, Kec. Kemayoran,
Jakarta Pusat

Telepon : 085692522177 / 021-4228307
Email : tomidf2312@gmail.com

Pendidikan Formal

2007 – 2010 : SMP N 119 Jakarta
2010 – 2013 : SMA N 15 Jakarta
2013 – Saat ini : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)