

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
TRAVEL DI KABUPATEN MALAKA  
(Studi Pada Travel Betun Mandiri Expres)**

**Yuventus K. K Finistyawan**

dan

**Juita L. D Bessie**

Dosen Program Studi Administrasi Bisnis  
Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

[juitabessie@staf.undana.ac.id](mailto:juitabessie@staf.undana.ac.id)

**ABSTRACT**

*This research aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction of Betun Mandiri Express (BME) Car Travel. The independent variable in this study is the dimension of service quality consisting of physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, while the dependent variable is customer satisfaction. The number of samples is 99 respondents who ever using BME Car Travel services more than twice. Samples were gained using accidental sampling technique. Data were collected using questionnaires, interviews, observations, and literature studies. Data analysis techniques used are quantitative descriptive, multiple linear regression analysis and hypothesis testing using the Software SPSS 24. Descriptive Analysis's results show that overall, the respondents gave a categorized perception assessment both for the five dimensions of Service Quality and Satisfaction of using BME Travel. From the results of Multiple Linear Regression Analysis found the mathematical equation:  $Y = 2.537 + 0.174X_1 + 0.158 X_2 + 0.185 X_3 + 0.146 X_4 + 0.196 X_5$ . Both the *F* Test and *t* Test results show that simultaneously and partially the five dimensions of Service Quality have a significant effect on customer satisfaction. However, based on the value of Adjusted  $R^2$  shows the contribution of the variable Service Quality to Customer Satisfaction is only 32.2%. While 67.8% is influenced by other variables outside the focus of this study. These variables are price and promotion which can be considered for further researchers besides service quality.*

**Keywords:** *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy and Customer Satisfaction*

**PENDAHULUAN**

Transportasi sangat penting peranannya bagi daerah baik itu pedesaan atau daerah perkotaan, karena transportasi menyediakan akses bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa sehari – hari, serta meningkatkan kehidupan sosial ekonomi. Akses terhadap informasi pasar, dan jasa masyarakat di lokasi tertentu, serta peluang-peluang baru semuanya merupakan kebutuhan dalam proses pembangunan.

Kebutuhan kendaraan semakin hari terus meningkat, masyarakat saat ini menginginkan segala sesuatu dengan cara praktis dan mudah, sehingga mereka memerlukan transportasi untuk menyelesaikan berbagai tujuannya. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian Indonesia pada tahun 2018 sektor transportasi meningkat 8,23% dan berkontribusi pada PDB sebanyak Rp. 666,2 triliun, sedangkan di tahun 2019 sektor transportasi meningkat sebanyak 11,15 % dan berkontribusi pada PDB sebesar Rp. 740, 4 triliun. Hal ini didukung dengan pembangunan infrastruktur yang lebih baik seperti, jalan raya, pelabuhan, dan bandara.

Perkembangan jasa transportasi di Nusa Tenggara Timur (NTT) meningkat cukup baik, hal ini dipengaruhi pertumbuhan dan perkembangan penduduk semakin cepat. Angkutan pribadi digunakan oleh kelompok orang yang memiliki kendaraan pribadi, sedangkan yang tidak, dapat menggunakan jasa transportasi umum. Jasa transportasi di NTT ada bermacam-macam seperti, maskapai penerbangan, kapal Pelnis, kapal feri, bus antar kota, travel & rental mobil, angkutan kota ( taksi & bemo ), serta ojek berbasis *online* yaitu Grab, *AO Driver* dan Asia Trans.

Hal serupa juga terjadi di Kabupaten Malaka yang merupakan salah satu Kabupaten di NTT. Pertumbuhan jasa transportasi di kabupaten ini juga meningkat seiring dengan pertumbuhan pembangunan. Kabupaten Malaka mempunyai macam-macam jasa transportasi, seperti angkutan dalam provinsi berupa bus maupun travel, truk ekspedisi, rental mobil, hingga angkutan pedesaan.

Travel mobil merupakan bisnis penyedia layanan jasa transportasi yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat, hal ini dikarenakan perilaku masyarakat lebih senang dijemput langsung di rumah dan langsung diantar ke tujuan tanpa harus turun di terminal. Travel mobil juga bisa memberikan penghasilan dan membuka lowongan pekerjaan, selain itu travel mobil juga memberikan kontribusi terhadap pemasukan anggaran daerah berupa pajak penghasilan dan pajak usaha.

Berkembangnya bisnis travel mobil saat ini menyebabkan pebisnis memiliki banyak saingan sehingga sebagai pemilik travel mobil mempunyai strategi dan kelebihan tersendiri dari travel tersebut untuk menarik perhatian pelanggan. Di Kabupaten Malaka persaingan dalam bisnis di industri ini diramaikan oleh beberapa usaha jasa mobil travel seperti Betun Mandiri Ekspres (BME), Pakarena Travel, Malaka Tour travel, Lestari Travel dan Nugufu Travel.

Travel mobil BME adalah salah satu usaha jasa transportasi mobil Travel yang bertujuan untuk mengantarkan penumpang dari Kabupaten Malaka ke Kota Kupang ataupun sebaliknya. Jasa transportasi ini pertama kali berdiri pada tahun 2016 dengan pemilik bapak David Christian Bunga. Kantor pusatnya beralamat di Komplek Pasar Lama Jl. Bei Abuk, Kecamatan Malaka Tengah, Kabupaten Malaka. Saat ini BME ini sudah memiliki 8 unit mobil yang digunakan untuk beroperasi. Sejak kehadirannya di Kabupaten Malaka, travel ini telah menjadi alat alternatif masyarakat untuk bepergian. Betun Mandiri Expres menawarkan pelayanan, seperti travel mobil dan rental mobil baik harian, mingguan maupun bulanan.

Dalam menghadapi persaingan, strategi yang diterapkan Travel BME adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014:268) adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan komumen serta ketepatan cara penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, et, al (dalam Tjiptono, 2014;282), yaitu, bukti fisik (*Tangible*), reliabilitas (*Reliability*), daya tanggap (*Responsivess*), jaminan (*Assurance*), empati (*Empathy*).

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan jika jasa yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan kualitas yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan, dan jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas layanan yang dipersepsikan sangat baik dan berkualitas (Tjiptono 2007: 98). Adanya kualitas pelayanan yang baik akan berdampak penting pada terciptanya kepuasan pelanggan yang dapat mengakibatkan pelanggan merasa puas dan percaya akan kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan. Hal ini didukung dengan hasil penelitian dari beberapa peneliti sebelumnya yaitu, Fatimah (2014) dan Dedhi (2017), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan: (1) bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan penggunaan Travel obil BME. (2) pengaruh secara parsial dari kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati teradap kepuasan pelanggan Travel Mobil BME. (3) pengaruh secara simultan dimensi bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati teradap kepuasan pelanggan Travel mobil BME.

## **KAJIAN PUSTAKA & KERANGKA BERPIKIR**

### **Definisi Kualitas Layanan**

Tjiptono (2014:268) Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Kotler (2012:214) Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan satu pihak ke pihak lain yang secara esensial tidak memiliki wujud dan tidak memiliki kepemilikan apapun.

### **Dimensi Kualitas Layanan**

Ada lima dimensi utama kualitas layanan menurut Parasuraman, *et al* (dalam Kotler 2002:275), yaitu:

1. Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kesediaan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan segera.
3. Jaminan (*assurance*), yaitu mencakup pengetahuan dan rasa hormat karyawan serta kemampuan untuk memberikan kepercayaan dan keyakinan.
4. Empati (*empathy*), adanya rasa peduli dan perhatian kepada setiap pelanggan secara individual.
5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (2009:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk atau hasil terhadap espektasi mereka. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011 :74) kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan konsumsi konsumen.

### **Dimensi Kepuasan Pelanggan**

Kotler (2009:140) mengemukakan bahwa pelanggan yang sangat puas akan melakukan tindakan-tindakan berikut, yakni:

1. Tetap setia lebih lama
2. Membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru atau memperbaharui produk-produk yang ada
3. Membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produk-produknya
4. Memberi perhatian yang lebih sedikit kepada merek-merek atau iklan-iklan pesaing serta kurang peka terhadap harga
5. Menawarkan gagasan jasa atau produk kepada perusahaan
6. Biaya untuk pelayanan lebih kecil dibandingkan biaya pelayanan pelanggan baru karena transaksi yang sudah rutin.

### **Hubungan Antara Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pelanggan**

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan jika jasa yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan kualitas yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan, dan jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas layanan yang dipersepsikan sangat baik dan berkualitas (Tjiptono 2007: 98). Adanya kualitas pelayanan yang baik akan berdampak penting pada terciptanya kepuasan pelanggan yang dapat mengakibatkan pelanggan merasa puas dan percaya akan kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan. Hal ini didukung dengan hasil penelitian dari beberapa peneliti sebelumnya yaitu, Fatimah (2014) dan Dedhi (2017), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Kerangka Berpikir & Konseptual**

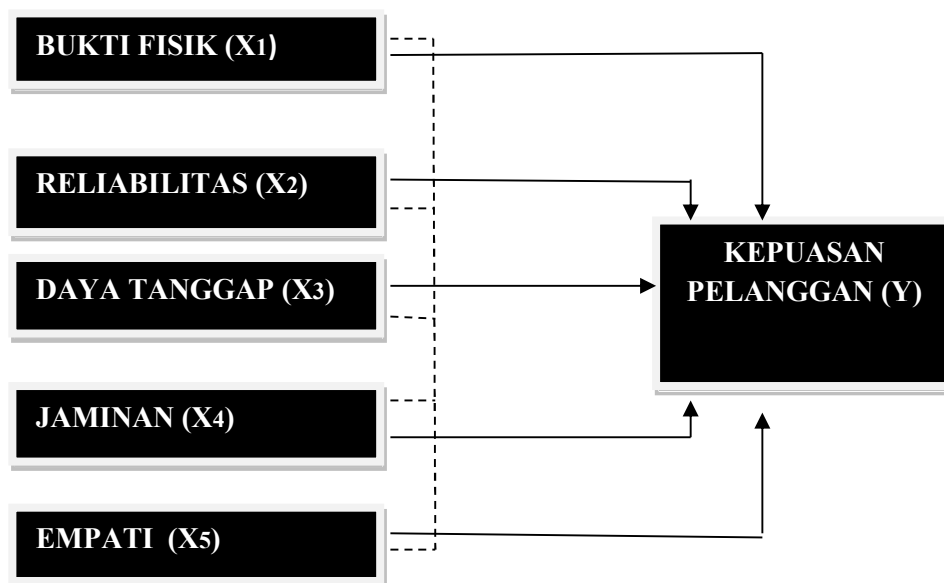
Pertumbuhan jasa transportasi di Kabupaten Malaka meningkat seiring dengan pertumbuhan pembangunan disana. Bisnis mobil travel pun mulai menjamur disana. Terdapat 5 pelaku bisnis yang bersaing di industri ini salah satunya adalah Travel Mobil Betun Mandiri Expres.

Dalam menghadapi persaingan, strategi yang diterapkan Travel BME adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014:268) adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, et, al (dalam Tjiptono, 2014;282), yaitu, bukti fisik (Tangible), reliabilitas (Reliability), daya tanggap (Responsivess),

jaminan (Assurance), empati (Empathy). Kelima dimensi tersebut mempengaruhi kepuasan yang didapatkan oleh konsumen.

Menurut Kotler (2009:138), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk atau hasil terhadap espektasi mereka. Perusahaan akan beritindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa sangat puas akan melakukan hal – hal berikut : Tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan menawarkan produk baru atau memperbaharui produk lama, membicarakan hal – hal yang baik tentang perusahaan dan produknya, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa terhadap perusahaan, biaya pelayanannya lebih kecil dibandingkan biaya pelayanan pelanggan baru karena transaksinya sudah. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat kerangka berpikir yang diajukan sebagai berikut :

**Gambar 1**  
**Kerangka Penelitian**



*Sumber : model dibangun peneliti, 2020*

Keterangan : —————> = Parsial  
 - - - - -> = Simultan

## Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2012 : 93). Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian dan kajian teori yang telah dikemukakan maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>2</sub> : Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>3</sub> : Reliabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>4</sub> : Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>5</sub> : Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>6</sub> : Bukti fisik, daya tanggap, reliabilitas, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua konsumen yang pernah menggunakan jasa Travel BME. Sedangkan yang menjadi sampel adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa Travel BME lebih dari 2 kali. Jumlah sampel sebanyak 99 responden, dimana mereka didapatkan dengan menggunakan teknik *accidental sampling*, yakni dengan cara langsung bertemu dengan responden di lokasi penelitian yaitu Travel BME. Waktu penelitian selama 1 bulan, dengan target dalam satu minggu peneliti berusaha mendapatkan 25 responden.

### Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Kuesioner

Kuesioner yang dibagikan ke responden menggunakan skala likert. Pada masing-masing pernyataan diberi skor 1 s/d 5 dengan pilihan jawaban sebagai berikut: untuk jawaban sangat tidak setuju diberi nilai = 1, tidak setuju diberi nilai = 2, netral diberi nilai = 3, setuju diberi nilai = 4, sangat setuju diberi nilai = 5.

#### 2. Wawancara

Wawancara dilakukan pada saat pra penelitian maupun penelitian. Pihak-pihak yang diwawancarai untuk mendapatkan data yang relevan untuk penelitian ini diantaranya pemilik Travel BME, karyawan maupun pelanggan Travel BME.

### 3. Studi Kepustakaan

Peneliti melakukan studi kepustakaan dengan cara menganalisis berbagai literatur yang ada seperti buku, skripsi dan jurnal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, dan serta referensi dari penjelajahan internet seperti artikel jurnal yang terkait dengan penelitian ini.

### 4. Observasi

Peneliti melakukan observasi terhadap Travel BME mengenai dimensi kualitas pelayanan yang sudah di terapkan.

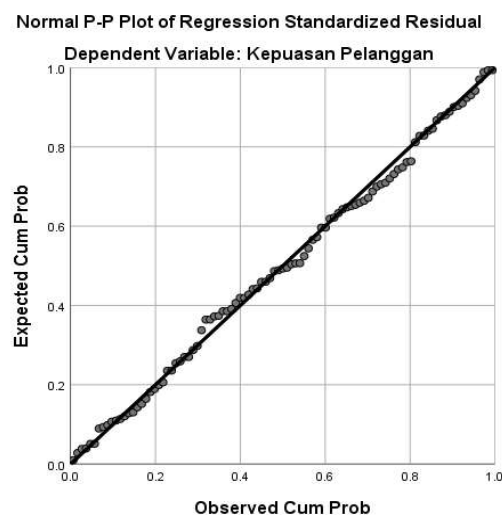
## Analisis Regresi Linear Berganda

### Uji Asumsi Klasik

Data yang digunakan sebagai model regresi berganda dalam menguji hipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik. Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis regresi antara lain:

#### a. Uji Normalitas

Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot. Data yang normal adalah data yang membentuk titik – titik yang menyebar tidaka jauh dari garis diagonal. Dan umumnya penyebaran titik mengikuti arah garis diagonal. Terlihat bahwa model regresi pada gambar memenuhi asumsi normalitas sehingga layak digunakan.



#### b. Uji Linearitas

Pada uji linearitas, jika nilai *Devation From Linearity* signifikan  $> 0,05$ , maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dan variabel dependent. Hasil uji linearitas menunjukkan nilai *Devation From Linearity* dari variabel



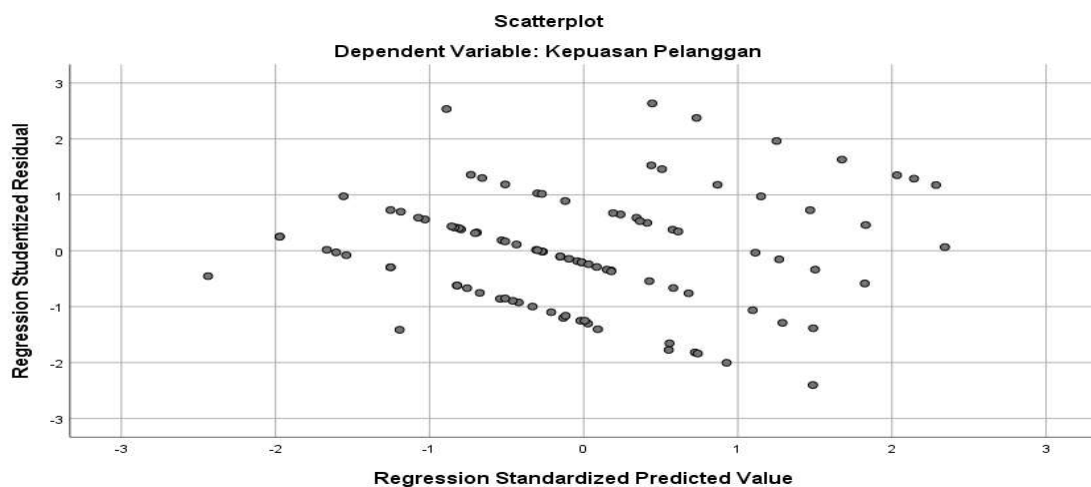
bukti fisik sebesar  $0,473 > 0,05$ , variabel reliabilitas sebesar  $0,720 > 0,05$ , variabel daya tanggap  $0,246 > 0,05$ , variabel jaminan  $0,582 > 0,05$ , dan untuk variabel empati  $0,590 > 0,05$ . Dari nilai *Deviation From Linearity* dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

#### c. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) melalui program SPSS 24 24. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF variabel bukti fisik sebesar  $1,192 < 10$  dan nilai toleransi sebesar  $0,839 > 0,1$ , pada variabel reliabilitas sebesar  $1,301 < 10$  dan nilai toleransi sebesar  $0,769 > 0,1$ , untuk variabel daya tanggap sebesar  $1,156 < 10$  dan nilai toleransi sebesar  $0,865 > 0,1$ , kemudian untuk variabel jaminan sebesar  $1,053 < 10$  dan nilai toleransi sebesar  $0,950 > 0,1$ , sedangkan untuk variabel empati sebesar  $1,326 < 10$  dan nilai toleransi sebesar  $0,754 > 0,1$ . Dari nilai toleransi dan VIF di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data.

#### d. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dari hasil uji menunjukkan penyebaran residual tidak teratur. Hal tersebut dapat dilihat pada *scatterplot* yang terpecah dan tidak terbentuk pola tertentu. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas sehingga persamaan regresi memenuhi asumsi heterokedastisitas.



## Hasil Analisis Regresi berganda

Variabel	Koefisien Regresi
Konstanta	2.537
Bukti Fisik	0.174
Reliabilitas	0.158
Daya Tanggap	0.185
Jaminan	0.146
Empati	0.196
Signifiikasi pada	0,05

Berdasarkan tabel di atas didapati persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = 2.537 + 0.174X_1 + 0.158 X_2 + 0.185 X_3 + 0.146 X_4 + 0.196 X_5$$

## Uji Kontribusi Model

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.597 <sup>a</sup>	.357	.322	.1000

a. Predictors: (Constant), emphaty, tangibles, assurance, reliability, responsiveness

Data pada table di atas menunjukkan nilai koefisien *adjusted R square* sebesar 0,322 atau 32,2%, kepuasan pelanggan Travel BME dipengaruhi oleh variabel bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati. Sisanya 67.8% dipengaruhi oleh variable lain di luar fous penelitian ini. Dimana berdasarkan wawancara terbuka dengan beberapa pelanggan didapati data bahwa harga dan promosi lebih memengaruhi mereka ketika memutuskan menggunakan Travel BME ini.

## Pengujian Hipotesis

### Uji Keباikan Model (Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51.564	5	10.313	10.315	.000 <sup>b</sup>
	Residual	92.981	93	1.000		
	Total	144.545	98			

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

b. Predictors: (Constant), Empati, Jaminan, Daya tanggap, Butki fisik, Reliabilitas

Tabel di atas menunjukkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $10.315 > 2.31$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Travel BME.

### Uji Kontribusi Variabel (Uji t)

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	2.537	2.104		1.206	.231			
	Butki fisik	.174	.080	.199	2.189	.031	.839	1.192	
	Reliabilitas	.158	.071	.211	2.228	.028	.769	1.301	
	Daya tanggap	.185	.078	.213	2.381	.019	.865	1.156	
	Jaminan	.146	.064	.194	2.269	.026	.950	1.053	
	Empati	.196	.087	.216	2.254	.027	.754	1.326	

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Berdasarkan *output* SPSS 24 di atas, diketahui bahwa nilai t hitung variable bukti fisik sebesar 2,189 lebih besar dari nilai t tabel pada alpha 0,05 yaitu sebesar 1,661. Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesis alternative ( $H_a$ ). Artinya secara parsial variabel bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Travel BME.

Untuk variable reliabilitas diketahui nilai t hitung sebesar 2,228, sedangkan t tabel pada alpha 0,05 sebesar 1,661, maka hasilnya t hitung  $>$  t tabel. Sehingga hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternative ( $H_a$ ) diterima. Artinya secara parsial variabel reliabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Travel BME.

Variabel Daya tanggap memperoleh nilai t hitung sebesar 2,381, sedangkan t tabel pada alpha 0,05 sebesar 1,661, sehingga t hitung  $>$  t tabel. Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesis alternative ( $H_a$ ). Artinya secara parsial variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Travel BME.

Untuk variable jaminan, nilai t hitungnya sebesar 2,269, sedangkan t tabel pada alpha 0,05 sebesar 1,661, maka nilai t hitung > t table. Oleh sebab itu hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternative ( $H_a$ ) diterima. Artinya secara parsial variabel jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Travel BME.

Sedangkan untuk variable empati, nilai t hitungnya sebesar 2,254, lebih besar dari nilai t tabel 1,661. Oleh sebab itu keputusannya menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesis alternative ( $H_a$ ). Artinya secara parsial variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Travel BME.

### **Pengaruh Bukti fisik ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hipotesis pertama, dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan salah satunya dipengaruhi oleh fasilitas fisik yang disediakan oleh pihak penyedia jasa. Semakin menjungnya fasilitas fisik yang disediakan oleh pihak travel, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa travel tersebut. Tjiptono (2014 : 266) mengatakan bahwa kualitas jasa berkontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Dengan ini jelas bahwa bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Fatimah (2014), Dedhi (2017), dan ningsih (2018) yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Reliabilitas ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Kepuasan pelanggan salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan, dimana pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan pihak travel sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Wyckof (dalam Tjiptono, 2014:268) yang mengatakan kualitas jasa merupakan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Dengan ini jelas bahwa reliabilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Fatimah (2014), Dedhi (2017), dan ningsih (2018) yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel reliabilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Daya tanggap (X<sub>3</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hipotesis ketiga, dapat di ketahui bahwa kepuasan pelanggan salah satunya dipengaruhi oleh ketanggapan karyawan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan travel. Semakin tinggi ketanggapan karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan, maka semakin besar tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler (2009:138) yang mengatakan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk atau hasil terhadap espektasi mereka. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Dengan ini jelas bahwa daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Fatimah (2014), Dedhi (2017), dan ningsih (2018) yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Jaminan (X<sub>4</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hipotesis keempat, dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan karyawan dalam menciptakan rasa aman dan nyaman untuk pelanggan ketika menggunakan jasa travel. Pelanggan travel akan merasa puas apabila pelanggan tersebut bebas dari bahaya dan resiko saat menggunakan jasa travel. Hal ini sesuai dengan pendapat Westbrook & Reilly (dalam Tjiptono 20014:253) yang mengatakan kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman – pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Dengan ini jelas bahwa jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Fatimah (2014), Dedhi (2017), dan ningsih (2018) yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Empati (X<sub>5</sub>) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

Berdasarkan hipotesis kelima, dapat diketahui bahwa keramahan karyawan pada saat melayani dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, dimana pelanggan akan merasa puas jika dilayani dengan sikap ramah. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono (2014:268) yang mengatakan kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Dengan ini jelas bahwa empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Fatimah (2014), Dedhi (2017), dan ningsih (2018) yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### **Pengaruh Variabel Bebas Secara Simultan Terhadap Variabel Terikat**

Hipotesis keenam menyatakan bahwa bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 10,315, yang lebih besar dari F tabel 2,31, sehingga hipotesis keenam yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan, dinyatakan diterima.

Berdasarkan hipotesis keenam dapat di interpretasikan bahwa kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pendapat Lovelock dan Wirtz (2011 :74) yang mengatakan kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas layanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Fatimah (2014), Dedhi (2017), dan ningsih (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## SIMPULAN DAN SARAN

1. Berdasarkan analisis deskriptif, menunjukkan bahwa secara mayoritas responden memberikan penilaian persepsi terkategori sangat tinggi untuk kelima dimensi variable kualitas layanan maupun variable kepuasan terhadap Travel BME. Walaupun untuk indicator Interior mobil yang nyaman (dari variable bukti fisik), pelayanan yang memuaskan (dari variable realibilitas), serta menghargai setiap pelanggan (dari variable empati) mendapat cukup banyak penilaian pada opsi cukup.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variable kualitas layanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Travel Mobil BME, dimana variable daya tanggap memiliki pengaruh yang paling dominan.
3. Secara simultan variable kualitas layanan yang terdiri dari dimensi bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Travel Mobil BME, namun pengaruhnya tidak signifikan. Karena berdasarkan koefisien *adjusted R square* menunjukkan angka 0,322, yang artinya sebesar 32,2%, kepuasan pelanggan Travel BME dipengaruhi oleh variabel bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati. Sisanya 67.8% dipengaruhi oleh variable lain di luar fokus penelitian ini. Dimana berdasarkan wawancara terbuka dengan beberapa pelanggan didapati data bahwa harga dan promosi lebih memengaruhi mereka ketika memutuskan menggunakan Travel BME ini.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran-saran berikut:

1. Pihak Travel BME perlu memberi perhatian lebih pada unsur interior mobil travel. Perlu untuk ditata nyaman mungkin agar pelanggan menjadi lebih puas. Untuk unsur pelayanan yang memuaskan serta penghargaan terhadap pelanggan juga harus diperhatikan. Para driver perlu diberikan pemahaman terkait pentingnya memuaskan pelanggan serta menghargai pelanggan. Perusahaan perlu memberikan *training* mengenai kualitas pelayanan prima yang mencakup unsur tersebut di atas secara annual tiap tahun, agar konsistensi kualitas dalam layanan yang diberikan oleh para *driver* tetap terjaga.

2. Unsur daya tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan perlu tetap dipertahankan, karena unsur ini mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang topic ini, peneliti menyarankan untuk menambah variable harga dan promosi selain, karena berdasarkan wawancara dengan responden kedua variable ini mempengaruhi juga kepuasan mereka terhadap Travel BME.

## DAFTAR RUJUKAN

- Dedhi, Yasinta. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan (Studi Pada Wisatawan Pada Hotel Kelimutu Ecolodge)*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Nusa Cendana. Kupang.
- Fatimah, Amin. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Hotel T-More Kupang*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Nusa Cendana. Kupang.
- Ghozali, Iman. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 24*. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro
- Irawan, Handi. 2004. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Elex Media Komputindo
- Kemenperin. 2018. *Target Industri Alat Transportasi Darat Tumbuh Tahun 2019*. <http://www.kemenperin.go.id./artikel/4605>. Ddiakses Pada 8 Mei 2019 Pukul 00.20 WITA)
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- \_\_\_\_\_, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- \_\_\_\_\_, dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- \_\_\_\_\_, dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lovelock, Christopher H dan Wright Lauren K. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta. Penerbit PT Indeks
- \_\_\_\_\_, Christoper H dan Jochen, Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa Perspektif*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani A, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta, Penerbit Salemba Empat
- \_\_\_\_\_, Rambat dan Hamdani A, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta, Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_, Rambat dan Hamdani A . 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta, Salemba Empat
- Ningsih, Yulia. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Kereta Api Indonesia Divisi Regional II Sumatra Barat*. Volume 6 , Nomor 1, pp. 1-3
- Rangkuti, Fredy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama



- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat
- Sarjono, Haryadi dan Winda Juliana. 2011. *SPSS 24 vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- \_\_\_\_\_. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sunarto. 2003. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit AMUS
- Suryadana, Liga dan Octavia, Vanny. 2015. *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung : Alfabeta
- Sutedja, Wira. 2007. *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit C.V Andi Offset
- \_\_\_\_\_, Fandy. 2012. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit C.V Andi Offset
- \_\_\_\_\_, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit C.V Andi Offset