

STUDI TENTANG KEPUASAN PENGGUNA “BRT TRANS” DI SEMARANG

Siti Aminah

Achmad Zaenuri

siti-aminah@untagsmg.ac.id

hzaenuri54@gmail.com

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

ABSTRACT

This study is to examine the effect of rates and facilities on consumer satisfaction who used TRANS BRT Semarang. The population in this passengers who used TRANS BRT in Semarang, its sample is taken general passengers using convenience sampling and the respondents were taken from who are passengers currently using BRT TRANS Semarang. Data analysis techniques used in this research is multiple regression analysis techniques. The results show that their rates and facilities significantly influence consumer satisfaction who used TRANS BRT Semarang.

Keyword : rates, facilities, student's satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia banyak pilihan moda transportasi darat, salah satunya bus. Bus memenuhi kebutuhan masyarakat akan moda transportasi dalam kota. Seiring dengan bertambahnya kebutuhan transportasi masyarakat dalam kota, menjadikan persaingan diantara perusahaan-perusahaan bus kota semakin ketat. Trans Semarang memiliki persaingan dengan bus-bus kota lain seperti bus Damri, bus kota, maupun angkutan kota minibus yang memiliki rute yang sama atau rute yang searah, maka bus Trans Semarang memiliki pesaing-pesaing yang memiliki berbagai keunggulan dan kelemahan yang dapat dimanfaatkan oleh bus Trans Semarang untuk berusaha meningkatkan jumlah penumpang.

Tarif (harga) sebagai atribut dapat diartikan bahwa tarif (harga) merupakan konsep keaneka ragaman yang memiliki arti berbeda bagi konsumen tergantung karakteristik konsumen. Tarif yang ditetapkan bus Trans Semarang merupakan tarif tetap, tarif yang tidak memperhitungkan jarak jauh dekat, maka semua penumpang umum dikenakan tarif yang sama baik penumpang yang menempuh jarak dekat maupun

penumpang yang menempuh jarak jauh, sedangkan untuk pelajar dikenakan tarif yang berbeda. Sistem tarif ini membuat kerugian bagi penumpang yang menempuh jarak dekat, karena diharuskan membayar tarif yang sama dengan penumpang yang menempuh jarak yang jauh, hal ini merupakan salah satu alasan penumpang untuk memilih menggunakan alat transportasi lain yang lebih murah untuk jarak tempuh yang lebih dekat.

Untuk mempertahankan kenaikan jumlah penumpang tentu saja bukan hal yang mudah, strategi yang digunakan oleh bus Trans Semarang juga melalui fasilitas bus TRANS Semarang. Perbaikan bus TRANS Semarang dari hari kehari terus diperbaiki selain fasilitas fisik juga layanan petugas ticketing shelter dan petugas yang di armada yaitu ticketing armada. Saat ini shelter point Bus TRANS Semarang juga telah diperbanyak.

Kepuasan pengguna jasa merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi

sensitivitas pelanggan terhadap tarif, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan. Data jumlah penumpang pada table 1.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1. Bagaimana pengaruh tarif terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Trans Semarang, 2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Trans Semarang.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah : 1. Untuk mengetahui pengaruh tarif (X1) terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Trans Semarang.(Y). 2. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas (X2) terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Trans Semarang(Y).

2. TINJAUAN PUSTAKA

1) Pengertian Tarif

Pengguna jasa dalam melakukan pembelian, faktor harga (tarif) merupakan faktor yang lebih dulu diperhatikan, kemudian disesuaikan dengan kemampuannya sendiri. Tarif dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu ; mahal, sedang, murah. Sebagian konsumen yang berpendapatan menengah menganggap bahwa harga yang ditawarkan mahal, namun konsumen yang berpendapatan tinggi beranggapan bahwa harga tersebut murah (Akhmad, 1996).

Harini (2012), mengatakan bahwa tarif adalah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Berdasarkan beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa tarif adalah satuan moneter yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan dan

mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

2) Pengertian Fasilitas

Raharjani (2005) menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Artinya bahwa salah satu faktor kepuasan konsumen dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian. Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas.

3) Kepuasan Pengguna Jasa

Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Dari beragam definisi kepuasan konsumen yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen.

Menurut Kotler, (2000) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan

harapan-harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasikan kesetian pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. Kerangka Pemikiran Teoritis pada Gambar 1. Berdasarkan perumusan masalah, tinjauan pustaka, dan tinjauan penelitian maka dapat ditarik hipotesis sementara dari penelitian ini, yaitu:

H1 : Diduga ada pengaruh positif dan signifikan antara tarif terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Trans Semarang.

H2 : Diduga ada pengaruh positif dan signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pengguna jasa Bus Trans Semarang

3. METODE PENELITIAN

1) Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelajar yang menggunakan jasa BRT Trans Semarang koridor 1-4. *Accidental sampling* termasuk dalam metode *nonprobability sampling* (Sugiyono, 2011). Karena dalam penelitian ini sulit untuk mengetahui jumlah pelajar yang menggunakan jasa BRT Trans Semarang, maka berdasar pada tabel distribusi normal adalah sebesar 1,96 besarnya kesalahan yang dapat diterima (E) 10% atau 0,1 sehingga $n = 0,25 (1,96 / 0,1)^2 = 96,04$. Jumlah minimal sampel adalah 96,04. Dengan demikian, sampel yang digunakan untuk responden untuk penelitian ini dibulatkan menjadi 100 orang yang didapat dari sampel yang diperlukan dan untuk mendapatkan data yang lebih akurat.

2) Teknik Analisis

Analisis yang digunakan dengan analisis deskriptif dan regresi linier berganda

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Responden Penelitian

1) Umur Responden

Berdasarkan **Tabel 2**, dapat dilihat bahwa sebanyak 100 responden, 36% adalah responden yang berusia 12-16 tahun dan 64% adalah responden yang berusia 16-20 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menumpang BRT Trans Semarang adalah pelajar yang berusia 16-20 tahun.

2) Jenis Kelamin

Berdasarkan **Tabel 3**, dapat dilihat bahwa sebanyak 100 responden 20% adalah responden berjenis kelamin pria dan 80% adalah responden yang berusia berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menjadi penumpang BRT Trans Semarang adalah pelajar perempuan sebanyak 80 orang responden.

3) Tingkat Pendidikan

Berdasarkan **Tabel 4**, dapat dilihat bahwa sebanyak 100 responden 40% adalah responden berasal dari luar Semarang dan 60% adalah responden dari Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden dari luar Semarang yang menumpang BRT Trans Semarang dan sebagian besar adalah dari Semarang.

4.2. Diskriptif Jawaban Responden

1) Variabel Tarif BRT TRANS Semarang

Berdasarkan **Tabel 5**, dapat dianalisis dari masing-masing indikator tarif adalah Tarif BRT TRANS Semarang cukup

terjangkau oleh pengguna jasa, dinyatakan dengan nilai modus = 4 (setuju). Nilai skor rata-rata (mean) 3.90 (ekuivalen/ mendekati 4) yang artinya bahwa rata-rata responden setuju bahwa tarif BRT Trans Semarang cukup terjangkau bagi . pengguna jasa

Tarif yang dipatok BRT TRANS Semarang sesuai dengan pelayanan yang diberikan (X1.2). Dinyatakan dengan nilai modus = 4 (setuju) . Nilai skor rata-rata (mean) 3.19 (ekuivalen/ mendekati 3) yang artinya bahwa rata-rata responden menjawab kurang setuju bahwa tarif yang dipatok BRT TRANS Semarang sesuai dengan pelayanan yang diberikan.

Tarif BRT TRANS Semarang cukup murah dibandingkan dengan angkutan umum lainnya (X1.3) . Dinyatakan dengan nilai modus = 4 (setuju) . Nilai skor rata-rata (mean) 3.80 (ekuivalen/ mendekati 4) yang artinya bahwa rata-rata responden menjawab setuju bahwa tarif BRT TRANS Semarang cukup murah dibandingkan dengan angkutan umum lainnya

2) Variabel Fasilitas BRT TRANS Semarang

Berdasarkan Tabel 6, dapat dianalisis dari masing-masing indikator tarif adalah BRT TRANS Semarang memiliki tempat duduk yang memadai (X2.1) . Dinyatakan dengan nilai modus = 2 (tidak setuju). Nilai skor rata-rata (mean) 3.15 (ekuivalen/ mendekati 3) yang artinya bahwa rata-rata responden kurang setuju bahwa BRT TRANS Semarang memiliki tempat duduk yang memadai BRT TRANS Semarang ACnya bisa berfungsi dengan baik dan sejuk (X2.2). Dinyatakan dengan nilai modus =3(kurang setuju). Nilai skor rata-rata (mean) 3.14 (ekuivalen/ mendekati 3) yang artinya bahwa rata-rata responden menjawab kurang setuju bahwa BRT

TRANS Semarang ACnya bisa berfungsi dengan baik dan sejuk

BRT TRANS Semarang Shelter bus nyaman dan memuat banyak penumpang yang menunggu (X2.3) . Dinyatakan dengan nilai modus = 4 (setuju) . Nilai skor rata-rata (mean) 3.57 (ekuivalen/ mendekati 4) yang artinya bahwa rata-rata responden menjawab setuju bahwa BRT TRANS Semarang Shelter bus nyaman dan memuat banyak penumpang yang menunggu

BRT TRANS Semarang memberikan pelayanan ticketing yang baik dan cepat. Dinyatakan dengan nilai modus = 5 (sangat setuju) . Nilai skor rata-rata (mean) 4.34 (ekuivalen/ mendekati 4) yang artinya bahwa rata-rata responden menjawab setuju bahwa BRT TRANS Semarang memberikan pelayanan ticketing yang baik dan cepat.

3) Variabel Kepuasan Pelajar BRT TRANS Semarang (Y)

Berdasarkan Tabel 7, dapat dianalisis dari masing-masing indikator tarif adalah Berkeinginan untuk menggunakan kembali BRT TRANS Semarang untuk bepergian (Y1) .Dinyatakan dengan nilai modus = 4 (setuju). Nilai skor rata-rata (mean) 3.87 (ekuivalen/ mendekati 4) yang artinya bahwa rata-rata responden setuju bahwa responden yaitu penumpang yang berkeinginan menggunakan kembali BRT TRANS untuk bepergian.

Responden akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan BRT TRANS Semarang (Y2).Dinyatakan dengan nilai modus =5(sangat setuju). Nilai skor rata-rata (mean) 4.33 (ekuivalen/ mendekati 4) yang artinya bahwa rata-rata responden menjawab setuju bahwa responden dalam hal ini adalah pengguna jasa akan merekomendasikan BRT TRANS Semarang kepada orang lain.

Tarif dan fasilitas BRT TRANS Semarang sesuai dengan yang ditawarkan (Y3). Dinyatakan dengan nilai modus = 2 (tidak setuju). Nilai skor rata-rata (mean) 3.32 (ekuivalen/mendekati 3) yang artinya bahwa rata-rata responden menjawab kurang setuju bahwa BRT TRANS tarif dan fasilitasnya BRT TRANS Semarang sesuai dengan yang ditawarkan

4.3. Analisis Hasil Penelitian

1) Uji Normalitas

Normal *probability plot* pada Gambar 2 yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal. Jika distribusi data adalah normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal. Adapun cara analisis yang dilakukan adalah dengan menggunakan grafik normal plot, dimana 1. Jika penyebaran data mengikuti garis normal, maka data berdistribusi normal. 2. Jika penyebaran data tidak mengikuti garis normal, maka data distribusi tidak normal. Gambar 2 dapat disimpulkan bahwa sebaran data dalam penelitian ini berdistribusi data normal, karena penyebaran data mengikuti garis normal.

2) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinieritas

Dari hasil uji multikolinieritas yang ditunjukkan dalam tabel diatas, yang dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinieritas karena nilai VIF < 10 dan nilai Toleran < 1.

b) Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3 dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian tidak terjadi multikolinieritas karena sebaran datanya menyebar dan tidak menggerombol. Heterokedastisitas berarti variasi (varians) variabel tidak sama untuk

semua pengamatan. Pada heterokedastisitas, kesalahan yang terjadi tidak random (acak), tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas.

3) Uji Model

a) Uji F

Berdasarkan hasil uji statistik F pada tabel **Tabel 9**, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, artinya bahwa tarif dan fasilitas dapat digunakan untuk memprediksi variabel kepuasan pengguna jasa BRT TRANS Semarang. Dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dihasilkan fit, sehingga dapat dikatakan model tersebut signifikan dan layak untuk digunakan.

b) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model pada variabel bebas (X) dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y). Dari **Tabel 10** hasil uji regresi didapatkan angka koefisien determinasi berganda (*Adjusted R Square*) sebesar 0.420. Hal ini berarti bahwa ada kontribusi atas tarif (X1) dan fasilitas (X2), terhadap kepuasan pengguna jasa BRT TRANS Semarang (Y) sebesar 0.420 (42.0%) sedangkan sisanya ($100\% - 42.0\% = 58.0\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti

c) Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu tarif dan fasilitas, adalah regresi linier berganda pada **Tabel 11**. Berdasarkan hasil yang diperoleh pada tabel di atas, maka model persamaan regresi linier berganda yang dapat dituliskan adalah sebagai berikut: $Y = 2,400 + 0,375 X_1 + 0,355 X_2 + e$

Dari hasil persamaan regresi berganda yang telah dituliskan di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta bernilai positif yaitu 2,400 dapat diartikan bahwa sebelum dipengaruhi oleh tarif dan fasilitas maka nilai kepuasan pengguna jasa BRT TRANS Semarang adalah positif.
- b. Koefisien regresi variabel tarif sebesar $b_1 = 0,375$ artinya bahwa tarif (X_1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna Jasa BRT Trans. Artinya jika tarif semakin terjangkau, maka kepuasan pengguna jasa BRT TRANS Semarang juga akan semakin meningkat.
- c. Koefisien regresi variabel fasilitas sebesar $b_2 = 0,355$, artinya bahwa fasilitas (X_2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna jasa BRT Trans. Artinya jika fasilitas semakin meningkat, maka kepuasan pengguna jasa BRT TRANS Semarang juga akan semakin meningkat.

d) Uji t

1. Hipotesis 1 : Tarif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa BRT TRANS Semarang. Nilai signifikansi tarif terhadap kepuasan pengguna jasa BRT TRANS Semarang sebesar 0,001 yang berarti bahwa tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa BRT TRANS Semarang (**H1 diterima**)
2. Hipotesis 2 : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa BRT TRANS Semarang. Nilai signifikansi fasilitas terhadap kepuasan pengguna jasa BRT TRANS Semarang sebesar 0,000 yang berarti bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa Trans (**H2 diterima**)

4.4. Pembahasan

Pengaruh Tarif terhadap Kepuasan pengguna jasa BRT TRANS Semarang

Tarif adalah apa yang kita dapat dari sesuatu yang telah dikorbankan untuk memperoleh produk atau jasa. Sedangkan Kotler dan Amstrong (2001) berpendapat bahwa tarif adalah sejumlah uang yang dibebankan suatu produk atau jasa tersebut. Dari sudut pandang konsumen, tarif seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana tarif tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Nilai dapat didefinisikan sebagai rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap tarif. Adanya kesesuaian antara tarif dan jasa dapat membuat kepuasan bagi pelanggan. Jika pelanggan tidak puas, maka akan meninggalkan perusahaan yang akan menyebabkan penurunan penjualan dan selanjutnya akan menurunkan laba bahkan kerugian bagi perusahaan.

Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Sekurang-kurangnya ada tiga pihak yang harus menjadi dasar pertimbangan bagi perusahaan dalam menetapkan harga yaitu konsumen, perusahaan yang bersangkutan, dan pesaing. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tarif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen/ pengguna BRT TRANS Semarang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh Azhari (2011), Kusuma (2015), Effen (2015) menunjukkan bahwa tarif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pengguna Jasa BRT Trans Semarang

Fasilitas merupakan salah satu indikator penting bagi kepuasan konsumen. Apabila suatu perusahaan jasa mempunyai fasilitas yang memadai

sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan jasanya dan membuat nyaman konsumen dalam menggunakan jasanya tersebut tersebut maka akan dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian jasa. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Artinya bahwa salah satu faktor kepuasan konsumen dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan oleh penjual yang dimanfaatkan oleh konsumen sehingga mempermudah konsumen dalam proses pembelian.

Apabila konsumen merasa nyaman dan mudah mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan merasa puas. Pemberian fasilitas yang memadai akan membantu meningkatkan empati konsumen terhadap setiap kondisi yang tercipta pada saat konsumen melakukan pembelian. Sehingga secara psikologis mereka akan memberikan suatu pernyataan bahwa mereka puas dalam melakukan pembeliannya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa BRT TRANS Semarang. hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh Azhari (2011), Effen (2015), Sulistiyana (2015) dan Firmansyah (2016) menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelajar.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diuraikan dalam pembahasan diatas menunjukkan bahwa :

1. Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) dapat diterima, dapat dilihat dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat

disimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara tarif terhadap kepuasan pengguna jasa Trans. Artinya bahwa jika tarif dari BRT Trans Semarang semakin terjangkau, maka kepuasan pengguna yang menggunakan BRT Trans Semarang akan semakin meningkat.

2. Hasil pengujian hipotesis dua (H2) dapat diterima, dapat dilihat dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan pengguna Trans. Artinya bahwa jika fasilitas pada BRT Trans Semarang semakin nyaman dan memadai, maka kepuasan penumpang yang menggunakan BRT Trans Semarang akan semakin meningkat.

REFERENSI

- Assauri, , 2004, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta.
- Azhari, 2011, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Bus BRT Trans Semarang (Studi Kasus Penumpang Bus BRT Trans Semarang Koridor II). Laporan Penelitian. Universitas Diponegoro.*
- Effen, (2015), *Pengaruh Kualitas Jasa, Tarif, Fasilitas Peralatan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Palembang*
- Firmansyah (2016), *Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Soto*

- Seger Mbok Giyem Cabang Sukoharjo)
- Ferdinand, Augusty. 2000. *Manajemen Pemasaran Sebuah Pendekatan Strategik*. Semarang : Program Magister Manajemen UNDIP
- Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi III, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harini, 2012 *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : BPFE
- Irawan, 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*. Erlangga. Jakarta.
- Kusuma, (2015), *Pengaruh Tarif dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di RSUD RAA Soewondo Pati*
- Kartajaya, 2002, “*Hermawan Kertajaya on Marketing*”, Edisi Pertama, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kuncoro, 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: salemba empat.

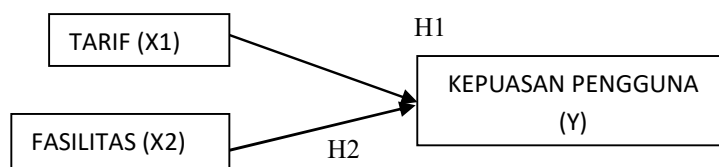
LAMPIRAN

Tabel 1 Data Jumlah Penumpang BRT TRANS Semarang Tahun 2016-2017

Bulan	Tahun 2014 (Tarif Rp. 2.000)	Tahun 2015 (Tarif 1.000)	Prosentase	Keterangan
Januari	177.549	234.123	75.83	Naik
Februari	177.277	224.974	78.79	Naik
Maret	163.761	238.265	68.73	Naik
April	158.192	218.716	72.32	Naik
Mei	139.783	198.303	70.49	Naik
Juni	82.369	135.809	60.65	Naik
Juli	100.571	123.524	81.42	Naik
Agustus	190.863	236.595	80.67	Naik
September	185.573	223.181	83.15	Naik
Oktober	184.673	229.004	80.64	Naik
Nopember	189.912	217.609	87.27	Naik
Desember	107.645	155.579	69.19	Naik
Jumlah	1.858.168.	2.435.682	76.29	Naik

Sumber : BRT TRANS Semarang 2017

Gambar 1. KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN RUMUSAN HIPOTESIS



Tabel 2. Umur Responden

Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Keterangan
12-15	36	36.0	SMP
Diatas 16	64	64.0	SMA
Jumlah	100	100	

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Tabel 3. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pria	20	20.0
Wanita	80	80.0
Jumlah	100	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 18

Tabel 4. Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Luar Semarang	40	40,0
Dalam Kota	60	60,0
Total	100	100,0

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Tabel 5. Deskripsi Variabel Tarif (X1)

Statistics

	X1.1	X1.2	X1.3
N Valid	100	100	100
Missing	0	0	0
Mean	3,9000	3,1900	3,8000
Median	4,0000	4,0000	4,0000
Mode	4,00	4,00	4,00
Minimum	2,00	1,00	1,00
Maximum	5,00	5,00	5,00

Sumber :Data primer yang diolah, 2018

Tabel 6. Deskripsi Variabel Fasilitas (X2)

Statistics

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
N Valid	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0
Mean	3,1500	3,1400	3,5700	4,3400
Median	3,0000	3,0000	4,0000	5,0000
Mode	2,00	3,00	4,00	5,00
Minimum	1,00	1,00	1,00	3,00
Maximum	5,00	5,00	5,00	5,00

Sumber :Data primer yang diolah, 2018

Tabel 7. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen

Statistics

	Y3.1	Y3.2	Y3.3
N Valid	100	100	100
Missing	0	0	0
Mean	3,8700	4,3300	3,3200
Median	4,0000	5,0000	3,0000
Mode	4,00	5,00	2,00
Minimum	1,00	2,00	1,00
Maximum	5,00	5,00	5,00

Sumber :Data primer yang diolah, 2018

**Tabel 8. Uji Multikolinieritas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,79744431
Most Extreme Differences	Absolute	,108
	Positive	,108
	Negative	-,099
Kolmogorov-Smirnov Z		1,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,195

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data yang diolah, 2018

**Tabel 9. Output Uji Anova
ANOVA^b**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	243,110	2	121,555	36,864	,000 ^a
Residual	319,850	97	3,297		
Total	562,960	99			

a. Predictors: (Constant), Fasilitas_X2, Tarif_X1

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen_(Y)

Sumber : Data Primer diolah, 2018

**Tabel 10. Output Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,657 ^a	,432	,420	1,81588	1,726

a. Predictors: (Constant), Fasilitas_X2, Tarif_X1

b. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen_(Y)

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

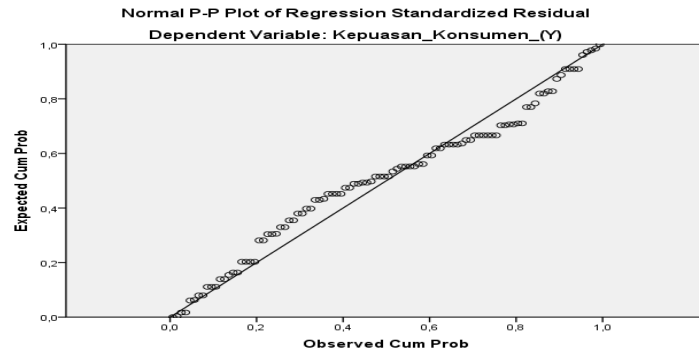
**Tabel 11. Output Regresi Linier Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,400	1,109		2,165	,033
Tarif_X1	,375	,106	,309	3,524	,001
Fasilitas_X2	,355	,070	,448	5,101	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen_(Y)

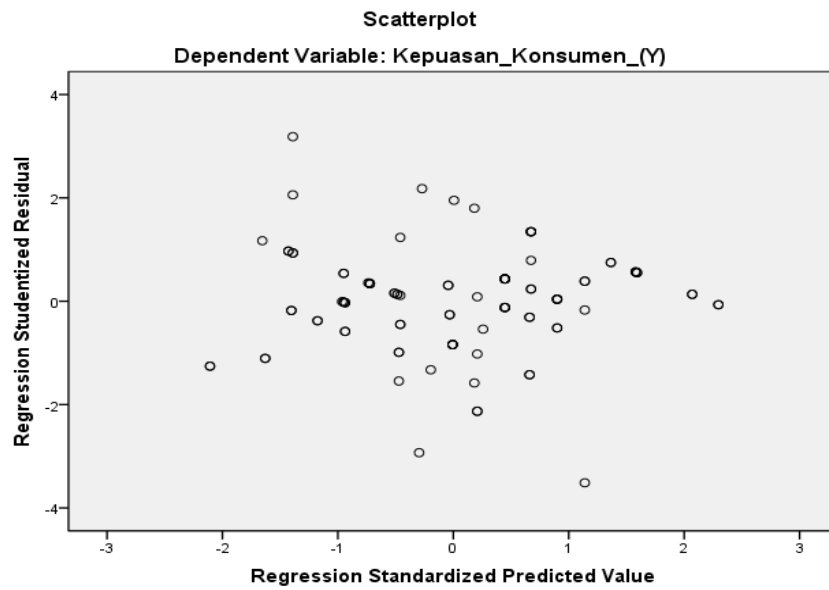
Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Gambar 2. Uji Normalitas



Sumber : data yang diolah, 2018

Gambar 3. Uji Heterokedastisitas



Sumber : data yang diolah, 2018