

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi dunia di era globalisasi sekarang ini semakin lama semakin maju dan canggih. Di samping itu, di masa sekarang ini segala sesuatu yang kita butuhkan bisa di akses secara mudah, seperti teknologi transportasi. Alat transportasi merupakan alat penghubung penggerak dari sebuah tempat ke tempat yang lain dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan mesin dan manusia. Transportasi mempunyai peran dalam kehidupan manusia untuk mendorong urat nadi dalam pembangunan serta perkembangan ekonomi masyarakat di sebuah wilayah. Sehingga, kesuksesan pembangunan ekonomi perlu dibarengi dengan perkembangan sistem transportasi yang tepat berdasarkan perkembangan dan kebutuhan masyarakat. Transportasi mempunyai fungsi strategis yakni guna menunjang pembukaan daerah perbatasan, daerah tertinggal, daerah terpencil, serta daerah terisolasi.

Adapun fungsi lainnya yaitu: untuk menunjang perkembangan ekonomi dengan jasa angkut yang lebih efisien. Alat transportasi merupakan sesuatu yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat secara keseluruhan dan sangat penting seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi yang sangat pesat. Masyarakat membutuhkan transportasi yang cepat, nyaman, dan aman dalam kehidupan sehari-hari di era globalisasi yang pesat ini, Wisnu Rayhan Adhitya dan Sumitro Hutagalung (2023:61).

PT Pelita Paradep Taxi Medan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada penyediaan Bus dengan trayek Medan-Siantar. Oleh karena, itu PT Pelita Paradep Taxi harus bisa bersaing dengan para pemain baru untuk rute ini. PT Pelita Paradep Taxi Medan, sebagai salah satu penyedia jasa transportasi yang telah dikenal luas, menggunakan bus *double decker* sebagai salah satu armadanya. Dalam perkembangannya, perusahaan ini berupaya untuk memberikan layanan transportasi yang aman, nyaman, dan efisien. Namun, meskipun bus *double decker* memiliki banyak keunggulan, belum ada penelitian yang secara spesifik mengukur tingkat kepuasan penumpang terhadap layanan ini di PT Pelita Paradep Taxi. (Utami, 2015:26) pentingnya evaluasi kualitas layanan, karena kepuasan penumpang menjadi indikator utama dari keberhasilan layanan transportasi itu sendiri.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, menjaga dan meningkatkan kepuasan penumpang menjadi tantangan utama yang harus dihadapi perusahaan, terutama dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan transportasi. Menurut Kotler dan Keller (2016:219), kepuasan pelanggan diukur berdasarkan sejauh mana ekspektasi pelanggan sesuai dengan pengalaman mereka terhadap layanan yang diberikan. Dalam konteks layanan bus *double decker*, kepuasan penumpang dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kualitas pelayanan, fasilitas, keamanan, ketepatan waktu, dan harga tiket. Jika kepuasan pelanggan tidak terpenuhi, maka akan berdampak pada loyalitas penumpang serta citra perusahaan.

Bus *double decker* menawarkan berbagai keuntungan dibandingkan bus konvensional, seperti kapasitas yang lebih besar dan pemandangan lebih luas bagi penumpang. Rahayu, (2017:130) dalam Sistem Transportasi Modern menjelaskan bahwa penggunaan bus *double decker* dapat mengurangi kemacetan serta memberikan kenyamanan lebih bagi penumpang, karena desain yang lebih luas dan lebih nyaman. Di sisi lain, kehadiran bus *double decker* PT. Pelita Paradep Taxi di Medan dapat menjadi solusi bagi tingginya permintaan transportasi yang nyaman dan aman bagi masyarakat perkotaan.

Untuk mengungkap fenomena tentang kepuasan penumpang bus *double decker* di PT. Pelita Paradep Taxi Medan, peneliti melakukan prasarvei dengan melakukan wawancara dengan 10 orang penumpang yang akan berangkat ke kota tujuannya, dan dari hasil wawancara tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa masih terjadi beberapa keluhan dari penumpang seperti jam berangkat bus terkadang tidak tepat waktu, masih ada aroma tidak sedap di dalam bus, harga tiket masih tergolong mahal, ruang tunggu penumpang yang kurang luas, dan pada saat diperjalanan terkadang supir terlalu memacu kendaraannya sehingga penumpang kurang nyaman.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan penumpang bus *double decker* di PT. Pelita Paradep Taxi Medan adalah kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan/penumpang adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Kepuasan penumpang dapat dirasakan setelah penumpang membandingkan pengalaman dalam melakukan

perjalanan. Harapan penumpang terbentuk melalui pengalaman melakukan perjalanan. Suatu kualitas dikatakan baik jika penyedia jasa memberikan layanan yang setara dengan yang diharapkan oleh pelanggan (Apriliana & Sukaris, 2022). Dengan demikian, pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan dan apa yang diberikan (Salby Alamry & Sugiyono, 2017). Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta kecepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah bukan merupakan suatu hal yang mudah, mengingat banyak kendala yang akan dihadapi baik dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.

Penelitian terdahulu yang mendukung hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang diantaranya hasil penelitian dari Salby Alamry, M., & Sugiyono (2017:143) membuat kesimpulan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Buku Gramedia Surabaya.

Faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi kepuasan penumpang bus *double decker* di PT. Pelita Paradep Taxi Medan adalah fasilitas. PT. Pelita Paradep Taxi Medan perlu memperhatikan memperhatikan kemauan penumpang dengan memberikan fasilitas yang memadai, menyediakan pelayanan yang baik, serta menjamin kenyamanan bagi para penumpang. Sumber fisik yang disediakan kepada konsumen dalam menawarkan jasa yaitu

fasilitas. Bentuk dan tata letak fasilitas berhubungan dengan pandangan penumpang pada jasa terkait, Ratna Melinda Putri (2021:6). PT. Pelita Paradep Taxi Medan memberi fasilitas yang cukup layak, hanya saja beberapa masalah seperti kursi tunggu, televisi, toilet umum masih di rasakan masih kurang memadai dengan kondisi yang mengalami kerusakan. Di samping itu, jok tempat duduk agak kurang sedap aromanya, pintu otomatis yang kadang kala macet, kebersihan armada unit yang masih kurang baik. Ini tentu dijadikan penilaian dari penumpang atas fasilitas bus yang ditumpangi mempunyai beragam kekurangan yang masih harus dibenahi. Penumpang akan melakukan perbandingan pada fasilitas armada bus dengan armada lainnya.

Penelitian terdahulu yang mendukung hubungan fasilitas terhadap kepuasan penumpang diantaranya hasil penelitian dari Ratna Melinda Putri (2021) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang pengguna Trans Batam Di Koridor Sekupang-Jodoh.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Bus *Double Decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disimpulkan bahwa identifikasi masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Masih terjadi beberapa keluhan dari penumpang seperti jam berangkat bus terkadang tidak tepat waktu
2. Masih ada aroma tidak sedap di dalam bus
3. Harga tiket masih tergolong mahal
4. Ruang tunggu penumpang yang kurang luas
5. Pada saat diperjalanan terkadang supir terlalu memacu kendaraannya sehingga penumpang kurang nyaman
6. Kursi tunggu, televisi, toilet umum masih di rasakan masih kurang memadai dengan kondisi yang mengalami kerusakan
7. Jok tempat duduk agak kurang sedap aromanya
8. Pintu otomatis yang kadang kala macet dan kebersihan armada unit yang masih kurang baik

1.3 Batasan Masalah dan Rumusan Masalah

1.3.1 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, peneliti membatasi permasalahan agar tidak menyebar dan tetap fokus pada permasalahan yang diteliti dengan membahas tentang kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan penumpang bus *double decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan

1.3.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang bus *double decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan.
2. Apakah ada pengaruh fasilitas terhadap kepuasan penumpang bus *double decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan.
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan penumpang bus *double decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang bus *double decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan penumpang bus *double decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan penumpang bus *double decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Uraian Teoritis

2.1.1 Definisi Kepuasan Penumpang

2.1.1.1 Kepuasan Penumpang

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Kepuasan merupakan salah satu indikator keberhasilan maju atau tidaknya suatu perusahaan. Nursalam menyebutkan kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesenangan terhadap aktifitas dari suatu produk dengan harapannya.

Kepuasan pelanggan berhubungan dengan mutu pelayanan yaitu dengan mengetahui tingkat kepuasan seorang pelanggan. Terdapat enam faktor yang menyebabkan timbulnya rasa tidak puas pelanggan terhadap suatu produk yaitu:

1. Tidak sesuai harapan dan kenyataan
2. Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
3. Perilaku personel kurang memuaskan

4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan yang tidak menunjang
5. Cost terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai
6. Promosi/ iklan tidak sesuai dengan kenyataan.

Konsumen akan membeli produk yang menawarkan “nilai terhantar pada pelanggan (*customer delivered value*)” yang paling tinggi. *Customer delivered value* adalah selisih antara nilai pelanggan total dan biaya pelanggan total. Nilai pelanggan total adalah manfaat yang diharapkan pelanggan dari barang atau jasa tertentu. Sedangkan biaya pelanggan total adalah pengeluaran yang dikeluarkan pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa.

Berdasarkan pengertian kepuasan yang telah dijelaskan oleh para ahli tersebut, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu penilaian yang diberikan seorang pelanggan terhadap jasa yang diperolehnya dan hasilnya sesuai dengan yang diharapkannya. Perilaku pelanggan tidak dapat secara langsung dikendalikan perusahaan. Perilaku pelanggan merupakan tindakan langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, terlebih dahulu diidentifikasi jenis-jenis pelanggan itu.

Pada dasarnya dikenal dengan tiga jenis golongan pelanggan dalam sistem kualitas modern antara lain:

- a) Pelanggan internal Pelanggan internal adalah orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada pekerjaan atau perusahaan.
- b) Pelanggan antara Pelanggan antara adalah mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir produk.
- c) Pelanggan Eksternal Pelanggan eksternal adalah pembeli atau pemakai akhir produk, yang sering disebut sebagai pelanggan nyata.

Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Untuk itu dalam menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak. (Arfi & Chandrayanti, 2024) menyatakan bahwa kesetiaan konsumen tidak terbentuk dalam waktu singkat, tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman konsumen dari pembelian konsisten sepanjang waktu. Apabila sesuai dengan harapan, proses pembelian ini terus berulang.

Hal ini dapat dikatakan bahwa telah timbul kesetiaan konsumen. Apabila dari pengalamannya konsumen tidak mendapatkan merek yang memuaskan, ia tidak akan berhenti untuk mencoba merek

lain hingga ia mendapatkan produk atau jasa yang memenuhi kriteria yang mereka tetapkan.

Menurut Kotler seperti dikutip oleh (Nikmah, 2016) menyatakan bahwa ciri-ciri konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan adalah sebagai berikut;

- a) Loyal terhadap produk, yaitu membeli ulang dari produsen yang sama.
- b) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai perusahaan dan produk perusahaan yang telah dikonsumsinya.
- c) Perusahaan menjadi pertimbangan utama, yaitu ketika membeli merek lain, perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan utama.

2.1.1.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Agar kita tahu bahwa pelanggan puas atau tidak puas berhubungan dengan menggunakan jasa perusahaan, perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan konsumen. Dalam menentukan seberapa besar kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan berbagai cara. Menurut Kotler seperti dikutip (Buchari Alma, 2016) ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. *Complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran) Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, websites, dan lain-lain.
2. *Ghost Shopping* (pembeli bayangan) Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan orang lain sebagai ghost shoppers untuk berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staff penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan kemudian diminta melaporkan temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk/ jasa perusahaan dan pesaing.
3. *Lost Customer Analysis* (analisa pelanggan yang lari) Para pelanggan yang berhenti atau telah pindah pemasok didekati agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi sehingga dapat mengambil kebijakan perbaikan atau

penyempurnaan selanjutnya. Metode ini dilakukan dengan mengidentifikasi dan mengkontak mantan pelanggan yang bersedia memberikan masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

4. *Customer satisfaction surveys* (survey kepuasan pelanggan)

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survey baik melalui pos, telepon, email, website, maupun wawancara langsung.

2.1.1.3 Konsep Kepuasan Pelanggan

Konsep teoritis kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan dapat dikaji dari teori experien *affective feelings*, dan *expectancy disconfirmation theory*.

a) *Experien affective feelings*

Pendekatan experien affective (pengalaman= perasaan) menyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi perasaan positif dan negatif yang diasosiasikan pelanggan dengan barang atau jasa tertentu setelah pembelian. Dengan kata lain, selain pemahaman kognitif mengenai diskonfirmasi harapan, persamaan yang timbul dalam proses pembelian memengaruhi perasaan puas atau tidak terhadap produk yang dibeli.

b) *Expectancy disconfirmation theory*

Metode ini mendefinisikan kepuasan pelanggan menunjukkan evaluasi pengalaman yang dirasakan sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan pemakaian merek lainnya dalam kelas produk yang sama, pelanggan membentuk harapan mengenai kinerja seharusnya dari merek bersangkutan. Harapan atas kinerja dibandingkan dengan kinerja aktual produk, yakni persepsi terhadap kualitas produk. Ada tiga kemungkinan yang dapat terjadi, yaitu:

Apabila kinerja > harapan maka pelanggan sangat puas

Apabila kinerja = harapan maka pelanggan puas

Apabila kinerja < harapan maka pelanggan kecewa

2.1.1.4 Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam

Kepuasan akan terwujud apabila terpenuhinya kebutuhan. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun cara memperolehnya. Oleh karena itu kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi

didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari produk atau jasa yang dikonsumsi. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam surah Ibrahim ayat 5 yang berbunyi:

Artinya: *“Dan sesungguhnya Kami telah mengutus Musa dengan membawa ayat-ayat Kami, (dan Kami perintahkan kepadanya): “Keluarkanlah kaummu dari gelap gulita kepada cahaya terang benderang dan ingatkanlah mereka kepada hari-hari Allah”.*

Sesungguhnya pada yang demikian itu terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi setiap orang yang banyak bersyukur. Ayat ini menunjukkan, bahwa di dalam hidup ini manusia wajib selalu berada di antara sabar dan bersyukur. Sebab di dalam hidup ini, ketika berada dalam suatu keadaan yang tidak diinginkan maka harus bersabar dan sebaliknya ketika berada dalam keadaan yang diinginkan maka harus disyukuri. Waktu dalam hidup ini adalah emas, jika kita menyalakan suatu masa dari kehidupan ini tanpa menggunakannya untuk berbakti kepada diri, agama maupun orang lain, berarti kita telah kufur dalam nikmat, menyalakan kesempatan dan tidak mengambil pelajaran dari apa yang telah menimpa umat manusia terdahulu sebelum kita. Maka hendaklah setiap orang takut menyalakan hidupnya tanpa beramal dan akan kehilangan waktu secara sia-sia yang sesudah itu akan datang azab dengan cepat.

2.1.1.5 Indikator Kepuasan Penumpang

Indikator Kepuasan Kepuasan penumpang/pelanggan adalah rasa puas yang dirasakan dimana kebutuhan dan keinginan sudah terpenuhi dari pelayanan yang diberikan. Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut (Tamongsang & Apriliyanto, 2022:119), yaitu :

- *Complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran)
- *Ghost Shopping* (pembeli bayangan) *Lost Customer Analysis* (analisa pelanggan yang lari)
- *Customer satisfaction surveys* (survey kepuasan pelanggan)

2.1.2 Kualitas Pelayanan

Dengan berfokus pada kualitas layanannya, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif jangka panjang (Fatyandri & Fiona, 2023:110). Kualitas layanan yang tinggi dianggap sebagai komponen penting dalam menentukan profitabilitas jangka panjang dari bisnis manufaktur dan jasa (Bali & Yuliana, 2024:74). Di banyak perusahaan manufaktur, kualitas layanan dianggap lebih baik daripada kualitas produk (Putera & Wahyono, 2018)

Kualitas pelayanan sangat diperlukan untuk konsumen karena, sangat berpengaruh guna untuk meningkatkan minat beli konsumen. karena, jika perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yang baik maka mudah menarik minat beli seorang konsumen. Ketika kualitas pelayanan apa yang telah dipikirkan oleh konsumen ternyata masih jauh dari bayangan serta persepsi seorang konsumen maka dapat menurunkan keinginan minat

dari konsumen. Karena, Minat beli merupakan sesuatu yang ada dipemikiran para konsumen melalui beberapa proses sehingga membentuk kesan bagi konsumen, karena begitu banyak terekam dan akhirnya menjadi keinginan yang sehingga harus memenuhi kebutuhan maupun keinginannya (Aptaguna & Pitaloka, 2016).

Kualitas layanan yang sangat baik adalah kunci untuk meningkatkan profitabilitas (Bali & Yuliana, 2024). (Musa, 2022) mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles*. Reliability dalam pelayanan didefinisikan sebagai kemampuan mewujudkan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan dipercaya. Hal ini berarti organisasi jasa memberikan pelayanan yang tepat, secara cepat dan menghargai semua pihak.

Responsiveness berarti keinginan atau kesiapan karyawan/petugas untuk memberikan pelayanan. Assurance berhubungan dengan dimensi pengetahuan, kompetensi dan kesopanan dari para pemberi jasa dan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang jujur, meyakinkan dan terpercaya, empathy yang dimaksud dalam kualitas pelayanan adalah perhatian yang diberikan oleh pemberi jasa kepada penerima jasa sedangkan tangibles mencakup tersedianya bukti fisik dalam pelayanan seperti fasilitas fisik.

Kualitas layanan yang tinggi dapat memperkuat hubungan antara negara dan masyarakat. Ketika harapan dan keinginan masyarakat terpenuhi, mereka merasa dihargai. Keyakinan bahwa uang yang mereka bayarkan

sebanding dengan apa yang mereka harapkan sangat penting. Oleh karena itu, penyedia layanan perlu mencari berbagai cara untuk meningkatkan kepuasan masyarakat, termasuk dalam memaksimalkan pengalaman pengunjung agar mereka merasa senang dan nyaman. Penting untuk menghindari membuat tamu merasa diabaikan atau tidak dihargai melalui layanan yang tidak peduli atau cuek. Strategi lain yang penting adalah memberikan kemudahan, kecepatan, dan peluang kepada masyarakat umum. Jika layanan tersebut dapat memenuhi harapan pelanggan, maka itu dapat dianggap sebagai kualitas yang sangat baik.

Dalam industri jasa, banyak dijumpai perilaku yang bermacam-macam dari konsumen terkait dengan pelayanan yang diberikan, maka dari itu perusahaan jasa diharapkan selalu untuk memahami dan memenuhi permintaan konsumen sehingga memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Pada dasarnya pelayanan terhadap konsumen tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik suku bangsa, pendidikan, pengalaman, budaya, atau adat istiadat. Namun agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Dalam melayani konsumen sebaiknya seorang pemasar harus mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat setiap konsumennya. Hal ini disebabkan masing-masing orang memiliki sifat-sifat yang berbeda yang dipengaruhi oleh suku, agama, pendidikan, pengalaman dan lainnya.

Namun secara umum setiap konsumen memiliki keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhannya serta selalu ingin memperoleh perhatian. Berikut ini sifat-sifat konsumen yang harus dikenal, yaitu:

- a) Konsumen ingin dianggap sebagai raja Artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan harus seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batasbatas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat perusahaan tersebut.
- b) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya Kedatangan konsumen ke perusahaan adalah agar kebutuhan dan keinginannya terpenuhi.
- c) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung Usahakan setiap pelayanan diberikan dalam suasana kekeluargaan dan rileks. Seorang pemasar harus bersikap bijak dalam mengemukakan pendapat sehingga konsumen tidak tersinggung.
- d) Konsumen ingin supaya diperhatikan Konsumen yang datang ke perusahaan pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-kali menyepelkan atau membiarkan mereka, berikan perhatian secara penuh sehingga mereka benar-benar merasa diperhatikan.
- e) Konsumen merupakan sumber pendapatan bagi perusahaan Pendapatan utama sebuah perusahaan berasal dari penjualan produk dan jasanya.

Oleh karena itu, jika konsumen tidak dimanfaatkan secara optimal berarti menyianyikan sumber pendapatan perusahaan. Selain hal tersebut di atas dalam rangka memuaskan pelanggan maka perlu juga diperhatikan etiket

pelayanan. Etiket pelayanan untuk berbagai acara atau kegiatan perlu ada ketentuan yang mengaturnya. Ketentuan ini dibuat agar semua komponen yang berhubungan dengan pelayanan dapat menunjang satu sama lainnya. Artinya apabila salah satu aspek diabaikan, pelayanan dari komponen lainnya menjadi tidak berguna. Namun etiket pelayanan ini harus dilakukan oleh semua bagian dalam perusahaan agar pelayanan yang diberikan benar-benar sempurna.

Adapun ketentuan yang diatur dalam etiket secara umum ialah, sikap dan prilaku, penampilan, cara berpakaian, cara berbicara, gerak-gerik, dan cara bertanya.

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diantisipasi dan kemampuan untuk mempertahankan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu, peran strategis aparatur pemerintah dalam pelayanan publik menjadi sangat penting karena secara langsung mempengaruhi kemampuan pemerintah dalam memberikan pelayanan publik yang optimal kepada masyarakat, sehingga menentukan efektivitas negara dalam menjalankan fungsinya. Pelayanan publik mengacu pada tindakan memenuhi persyaratan individu atau komunitas yang memiliki kepentingan dalam suatu organisasi, mengikuti norma dan prosedur yang ditetapkan (Alfiani, 2024).

Pelayanan sebagai faktor penting dalam memberikan kesan mendalam terhadap pelanggan. Pelayanan yang baik bisa membuat pelanggan merasakan bahwa keberadaannya memang dibutuhkan dan diperhatikan. Level

penerimaan dari pelayanan ialah berdasar terhadap interaksi konsumen serta penyedia pelayanan, impresi konsumen serta penilaian dari kualitas layanan kemungkinan bergantung terhadap kinerja dari para penyedia jasa pada saat melayani konsumen (Fahlevi & Khan, 2024). Kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan (Rohaeni & Marwa, 2018).

Kepuasan pelanggan memiliki hubungan erat dengan kualitas pelayanan. Pelayanan sebagai faktor penting dalam memberikan kesan mendalam terhadap pelanggan Pelayanan yang baik bisa membuat pelanggan merasakan bahwa keberadaannya memang dibutuhkan dan diperhatikan. Level penerimaan dari pelayanan ialah berdasar terhadap interaksi konsumen serta penyedia pelayanan, impresikonsumen serta penilaian dari kualitas layanan kemungkinan bergantung terhadap kinerja dari para penyedia jasa pada saat melayani konsumen. (Rohaeni & Marwa, 2018) kualitas pelayanan yaitu pemenuhan kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat keunggulan dari produk dan jasa yang sesuai dengan harapan sehingga dapat memenuhi keinginan para konsumen.

Pelayanan yang berkualitas akan menghasilkan kepuasan bagi pelanggan yang menggukan jasa, namun hal tersebut juga harus di imbagi dengan peningkatan kualitas pelayanan. Terdapat tujuh pendekatan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yaitu :

1. Menyuruh penyedia jasa bekerja lebih cekatan.
2. Meningkatkan kuantitas jasa dengan melepas kualitas tertentu.

3. Mengindustrialisasikan jasa dengan menambah peralatan dan menstandarisasi produksi.
4. Mengurangi atau menghilangkan kebutuhan akan jasa dengan menemukan suatu solusi produk.
5. Merencanakan jasa yang lebih efektif.
6. Memberikan kepada pelanggan insentif untuk menggantikan pekerjaan perusahaan dengan pekerjaan mereka sendiri.
7. Memanfaatkan kemampuan teknologi.

2.1.2.1 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2016:284) dalam rangka analisis, ukuran atau indikator yang digunakan ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

1. Keandalan (Reliability), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Jika dilihat dalam usaha rumah makan, maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang karyawan mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi konsumen dengan cepat.
2. Daya Tanggap (Responsiveness), yaitu keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap pada rumah makan,

bisa dilihat dari kemampuan karyawan yang cepat memberikam pelayanan kepada konsumen dan cepat menangani keluhan konsumen.

3. Jaminan (Assurance), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf/karyawan, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Pada sebuah rumah makan kepastian merupakan sesuatu yang sangat penting untuk dapat diberikan kepada konsumen, seperti jaminan keamanan dan keselamatan dalam bertransaksi dan kerahasiaan konsumen yang terjamin. 5) Empati (Empathy), yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Layanan yang diberikan oleh para karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada para konsumen.
4. Keberwujudan (Tangible), yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya meliputi penampilan fisik, perlengkapan, pegawai (personil) dan media komunikasi.

2.1.3 Fasilitas

Sayoto & Winarto (2018:286) fasilitas adalah segala sesuatu atau sarana yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar serta memudahkan kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Dapat diartikan pula ialah sarana utama maupun sarana penunjang tempat usaha. Dalam suatu pencapaian tujuan perusahaan, diperlukan alat atau sarana pendukung yang digunakan dalam aktivitas sehari – hari pada perusahaan tersebut. Fasilitas yang digunakan dalam bermacam – macam bentuk, jenis maupun manfaatnya dan di sesuaikan dengan kebutuhan serta kemampuan dari perusahaan. Menurut Sitompul yang di kutip oleh (Astuti, 2022) menjelaskan bahwa fasilitas kerja adalah sarana pendukung dalam aktivitas perusahaan berbentuk fisik, dan digunakan dalam kegiatan normal perusahaan, memiliki jangka waktu kegunaan yang relatif permanen dan memberikan manfaat untuk masa yang akan datang. Fasilitas kerja sangatlah penting bagi perusahaan, karena dapat menunjang kinerja karyawan, seperti dalam penyelesaian pekerjaan. Yushro et al (2022:286) fasilitas kerja adalah sarana pendukung dalam aktivitas perusahaan berbentuk fisik, dan digunakan dalam kegiatan normal perusahaan, memiliki jangka waktu kegunaan yang relatif permanen dan memberikan manfaat untuk masa yang akan datang. Fasilitas kerja sangatlah

penting bagi perusahaan, karena dapat menunjang kinerja karyawan, seperti dalam penyelesaian pekerjaan.

Setiap manusia pada hakikatnya sangat membutuhkan pelayanan, pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia dalam dunia. Pelayanan juga didefinisikan sebagai hal penting yang dapat meningkatkan rasa kepuasan bagi seseorang. Sementara itu, definisi pelayanan juga sebagai suatu kegiatan atau serangkaian kegiatan yang sifatnya tak berwujud atau abstrak yang diakibatkan oleh adanya interaksi antara pelanggan (konsumen), dengan pelayan (pemberi layanan suatu jasa), pemberi pelayanan disini yang dimaksud adalah menyelesaikan kebutuhan akan permasalahan yang dialami pelanggan.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil), produk yang diberikan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Strategi Peningkatan Kualitas Fasilitas Strategi peningkatan kualitas layanan. Strategi peningkatan kualitas layanan adalah suatu rencana tindakan yang akan diberikan kepada pelanggan agar kebutuhan pelanggan terpenuhi sesuai ekspektasi dan persepsi mereka untuk mencapai tujuan organisasi (Maulidiah & Survival, 2023).

Fasilitas penunjang (supporting facilities) adalah fasilitas yang proporsional sebagai pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan akan merasa lebih nyaman dengan suasana yang ada. Fasilitas utama adalah sarana yang sangat dibutuhkan atau dirasakan sangat perlu, dalam perkataan lain fasilitas utama ini bisa dibidang berupa hal yang sangat penting (Nuryadin & Sugiri, 2023).

Fasilitas adalah objek penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan. Jika layanan yang diberikan memenuhi persyaratan, klien akan puas (William & Purba, 2020).

2.1.3.1 Indikator Kualitas Fasilitas

Indikator fasilitas kerja adalah tolak ukur suatu fasilitas kerja. Adapun indikator fasilitas kerja Tjiptono (2017:147). Indikator fasilitas kerja sebagai berikut :

- a) Pertimbangan / Perencanaan Spasial
- b) Perencanaan Ruangan
- c) Perlengkapan / Perabotan
- d) Tata Cahaya Dan Warna
- e) Pesan-pesan Yang Disampaikan Secara Grafis
- f) Unsur Pendukung

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah :

Tabel 2. 1
PenelitianTerdahulu

No.	Nama Peneliti / Tahun	Judul	Hasil
1.	Syamsul Arifin , Nur Aini Anisa , Priyo Utomo (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan Ahas Daya Motor Surabaya.	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. - Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Luthfia Maydiana / 2019	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Motor Mandiri.	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. - Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3.	Havest Rizky , Syahril Daud /2024	Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Bus PO. Gumarang Jaya.	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. - Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4.	Vineilia Dwi Ariantika , Lemiyana , Citra Lestari / 2024	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Keputusan Sebagai Variabel <i>Intervening</i> Pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal.	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal . - Fasilitas (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal - Keputusan (Z) berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal.

			<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) melalui Keputusan (Z) sebagai Variabel Intervening pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal. - Fasilitas (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dengan melalui Keputusan (Z) sebagai Variabel Intervening pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Simpang Patal .
5.	Dadang Masuku , Nurzalinar Joesah, Alan Budi Kusuma / 2023	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. - Ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
6.	William, Tiurniari Purba/ 2022	Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Mazda di Kota Batam	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. - Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
7.	Annisa Widia Sari, Elmira Siska, Natal Indra/ 2023	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Klinik Kasih Bunda Medika Leuwinanggung.	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. - Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien.

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

2.3 Kerangka Konseptual

2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Bus *Double Decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan.

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diantisipasi dan kemampuan untuk mempertahankan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu, peran strategis aparatur pemerintah dalam pelayanan publik menjadi sangat penting karena secara langsung mempengaruhi kemampuan pemerintah dalam memberikan pelayanan publik yang optimal kepada masyarakat, sehingga menentukan efektivitas negara dalam menjalankan fungsinya. Pendapat ini didukung dengan beberapa penelitian terdahulu (Alfiani, 2024:84), Fahlevi & Khan (2024:20), Rohaeni & Marwa (2018:314).

1.3.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Bus *Double Decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan.

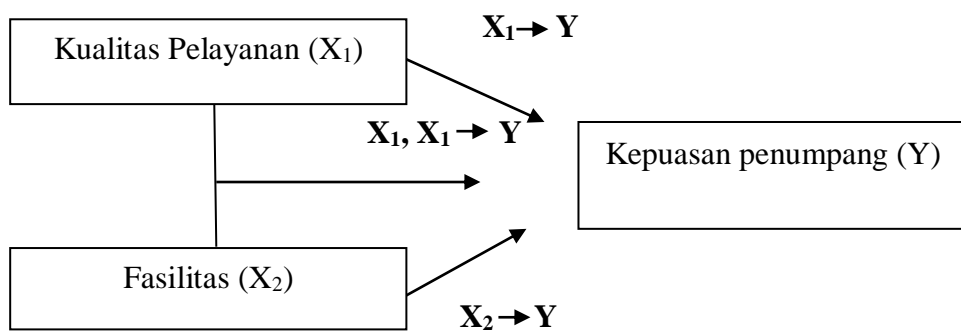
Fasilitas adalah segala sesuatu atau sarana yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar serta memudahkan kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Dapat diartikan pula ialah sarana utama maupun sarana penunjang tempat usaha. Pendapat ini didukung dengan beberapa penelitian terdahulu Sitompul (2018:286) dan Yushro et al (2022:286).

1.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Penumpang Bus *Double Decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan.

Kualitas layanan yang tinggi dianggap sebagai komponen penting dalam menentukan profitabilitas jangka panjang dari bisnis manufaktur dan jasa.

Di banyak perusahaan manufaktur, kualitas layanan dianggap lebih baik daripada kualitas produk (Putera & Wahyono, 2018:74). Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Bali & Yuliana, 2024:74), diketahui bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan penumpang

Berdasarkan latar belakang masalah, tinjauan teoritis serta tujuan penelitian terdahulu, maka peneliti membuat kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual

Dalam kerangka piker uji t dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi Variabel Independen (Kualitas Pelayanan dan Kualitas Fasilitas) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variable dependen (Kepuasan Penumpang). Sedangkan uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variable independent (Kualitas Pelayanan dan Kualitas Fasilitas) secara simultan terhadap variable dependen (Kepuasan Penumpang).

1.4 **Hipotesis**

Hipotesis dibuat berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas. Hipotesis adalah suatu asumsi atau anggapan yang teoritis yang dapat ditolak atau diterima secara empiris Pakpahan et al (2021:147). Adapun dalam penelitian ini menggunakan hipotesis dua arah. Berikut adalah hipotesis yang diajukan.

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang bus *double decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan
2. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang bus *double decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan
3. Kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang bus *double decker* PT. Pelita Paradep Taxi Medan