

PENGARUH KUALITAS LAYANAN BUS LISTRIK TERHADAP KEPUASAN KAUM MUDA YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN HIDUP

Ahmad Saifulloh¹, Yenita²

¹PTDI-STTD Bekasi

²Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: Ahmad.Saifulloh@ptdisttd.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan bus listrik terhadap kepuasan kaum muda yang mempengaruhi kepuasan hidup. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Metode analisis menggunakan aplikasi software pada SPSS versi 25 yang digunakan dalam menganalisis data responden. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian populasi yang memenuhi kriteria inklusi yaitu yang menggunakan Bus minimal 2 kali dalam satu bulan dan kriteria eksklusi petugas yang bekerja di Trans Jakarta. Hasil penelitian ini adalah: 1) Proporsi variabel *bus tangible* responden dalam hal kepuasan pelanggan sebagian besar baik (76,5%); 2) Proporsi variabel *bus driver's quality* responden dalam hal kepuasan pelanggan sebagian besar baik (94,1%); 3) Proporsi variabel *empathy* responden dalam hal kepuasan pelanggan sebagian besar baik (65,9%); 4) Proporsi variabel *total service quality* responden dalam hal kepuasan pelanggan sebagian besar baik (51,8%); 5) Ada hubungan antara variabel *bus tangible* dengan *customer satisfaction* (nilai p 0,000); 6) Tidak ada hubungan antara variabel *bus driver's quality* dengan *customer satisfaction* (nilai p 1000); 7) Tidak ada hubungan antara variabel *empathy* dengan *customer satisfaction* (nilai p 0,174); dan 8) Ada hubungan antara variabel *total service quality* dengan *customer satisfaction* (nilai p 0,010).

Kata Kunci: Pengaruh, Kualitas Layanan, Bus Listrik, Kepuasan.

Abstract

This study aims to analyze the influence of electric bus service quality on youth satisfaction which affects life satisfaction. This research uses descriptive quantitative research. The method of analysis uses software applications in SPSS version 25 which is used to analyze respondent data. Data collection was carried out using a questionnaire. The sample in this study is a portion of the population that meets the inclusion criteria, namely those who use the bus at least 2 times a month and the exclusion criteria for officers working in Trans Jakarta. The results of this study are: 1) The proportion of respondents' tangible bus variables in terms of customer satisfaction is mostly good (76.5%); 2) The proportion of respondents' bus driver's quality variables in terms of customer satisfaction is mostly good (94.1%); 3) The proportion of respondents' empathy variables in terms of customer satisfaction is mostly good (65.9%); 4) The proportion of the variable total service quality of respondents in terms of customer satisfaction is mostly good (51.8%); 5) There is a relationship between tangible bus variables and customer satisfaction (p value 0.000); 6) There is no relationship between bus driver's quality variables and customer satisfaction (p value 1000); 7) There is no relationship between empathy and customer satisfaction (p value 0.174); and 8) There is a relationship between total service quality variables and customer satisfaction (p value 0.010).

Keywords: Influence, Service Quality, Electric Bus, Satisfaction.

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia setelah Cina, India dan Amerika Serikat (Annur, 2022); (kemlu.go.id, 2022) dengan jumlah penduduk sebesar 270,20 juta jiwa. Indonesia memiliki sebaran penduduk yang belum merata di seluruh wilayahnya. Saat ini, sebanyak 56,10 % atau sekitar 151,59 juta jiwa jumlah penduduk Indonesia masih terkonsentrasi di Pulau Jawa, padahal luas Pulau Jawa hanya 7% dari wilayah Indonesia (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2022).

Indonesia juga merupakan salah satu negara G20 dan merupakan salah satu negara berkembang juga dengan ekonomi yang besar potensial, Indonesia menghadapi tantangan polusi udara dan iklim, transportasi merupakan salah satu sektor pemberi kontribusi utama dalam hal polusi udara. Pertumbuhan pesat transportasi berbasis jalan dan kualitas bahan bakar yang buruk telah mengakibatkan lingkungan yang parah dan meningkatnya biaya kesehatan dari penyakit yang berhubungan dengan polusi udara (Mahalana et al., 2021)

Kota Jakarta yang merupakan kota terbesar di Indonesia yang berdasarkan Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta 2019-2021 memiliki penduduk sejumlah 10.644.776 jiwa.(jakarta.bps.go.id, 2022a) dengan jumlah penduduk yang banyak membuat tingginya penggunaan transportasi sebagai penunjang mobilitas dalam kegiatan sehari-hari.(Fadhilah & Amalia, 2021)

Gerakan Nasional Kembali ke Angkutan Umum, melalui Program Jalan Hijau merupakan upaya Kementerian Perhubungan untuk mengajak dan mensosialisasikan budaya masyarakat dari dominannya masyarakat menggunakan kendaraan pribadi untuk beralih menggunakan angkutan umum massal yang merupakan Budaya masyarakat Indonesia yang mulai luntur.(dephub.go.id, 2022) Orang dewasa adalah seseorang yang telah menyelesaikan pertumbuhannya dan siap menerima kedudukannya di masyarakat bersama orang dewasa lainnya. Masa dewasa awal dimulai pada umur 18 tahun sampai kira-kira 40 tahun disaat perubahan-perubahan fisik dan psikologis yang menyertai berkurangnya kemampuan reproduktif menurut (Hurlock, 1996) dalam (Putri, 2019) Jumlah Penduduk Jakarta saat ini 10.644.776 jiwa dan sekitar 32.23% dari total populasinya adalah orang dewasa muda berusia antara 15 dan 34 tahun (jakarta.bps.go.id, 2022b), yang menunjukkan pentingnya persepsi kelompok usia ini untuk mempromosikan angkutan umum yang ramah lingkungan (Munim & Noor, 2020).

Konsumen dalam menentukan pilihannya tentu akan memilih yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya serta yang dapat membuat mereka merasa puas kemudian memutuskan untuk terus membeli produk tersebut. Keputusan minat beli seseorang salah satunya dipengaruhi oleh penilaian terhadap kualitas produk tersebut. konsumen cenderung menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif yang terbaik menurut (Kotler & Keller, 2009) dalam (Dwiana Putri & Astuti, 2017)

Beberapa penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menunjukkan hasil yang bervariasi. Penelitian pada pengguna MRT di Jakarta menunjukkan adanya pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan MRT Jakarta (Deliyani & Prambudi, 2019) Demikian juga penelitian pada Penumpang Kereta Api Tawang Alun Jurusan Malang-Banyuwangi Di Stasiun Kota Malang menunjukkan variabel kualitas pelayanan, tarif dan ketepatan waktu positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.(Oktaviasari & Rachma, 2018) dan juga ada penelitian yang dilakukan di kalangan muda, terutama mahasiswa Universitas Agder yang berada di kota Kristiansand (West-Agder) dan satu lagi di Kota Grimstad (East-Agder) Norwegia menunjukkan adanya efek positif yang signifikan dari fitur berwujud (tangible) bus, empati penyedia layanan bus terhadap kepuasan pelanggan kaum muda. Juga, semakin tinggi kepuasan pelanggan kaum muda, semakin tinggi pula kepuasan hidup mereka.(Munim & Noor, 2020). Berdasarkan keadaan-keadaan tersebut, ada ketertarikan untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Layanan Bus Listrik

Terhadap Kepuasan Kaum Muda (*Costumer Satifitcation*) yang Mempengaruhi Kepuasan Hidup (*Life Satisfaction*) Tahun 2022”

B. METODE

Penelitian ini menggunakan variabel penelitian kualitas pelayanan (*bus tangible*, *Bus Driver's Quality*, dan *Empaty*) kepuasan penumpang, dan kepuasan hidup dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan masalah yang terjadi pada masa sekarang atau yang sedang berlangsung, bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang terjadi sebagaimana mestinya pada saat penelitian dilakukan. (Margareta, 2013)

Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambaran atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya (Arikunto, 2006) dalam (Engel, 2014). Metode analisis menggunakan aplikasi software pada SPSS versi 25 yang digunakan dalam menganalisis data responden.

Penelitian ini merupakan penelitian analitik kuantitatif dengan menggunakan pendekatan *cross sectional*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian populasi yang memenuhi kriteria inklusi yaitu yang menggunakan Bus minimal 2 kali dalam satu bulan dan kriteria eksklusi petugas yang bekerja di TransJakarta

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *simple ramdom sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang penyebaran dipilih secara acak. Cara pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner. Data diolah melalui proses *editing, coding, entry* data dan *cleaning*, yang selanjutnya dilakukan analisis secara univariat dan bivariat.

Objek penelitian dalam penelitian ini dilaksanakan di Bus TransJakarta pada bulan Januari sampai Maret 2023 dengan konsumen subjek penelitian adalah kaum muda yang melakukan perjalanan menggunakan bus listrik, penelitian ini menggunakan sumber data primer, data diperoleh dari responden melalui kuisisioner yang disebarakan melalui *google form* kemudian data sekunder yang mengacu pada data yang telah dikumpulkan oleh narasumber.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Univariat

Analisis univariat digunakan untuk menggambarkan kumpulan data yang berupa frekuensi, nilai dengan frekuensi terbanyak, nilai minimum dan nilai maksimum dari variabel penelitian. Hasil analisis univariat dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian

Variabel	F	%
<i>Bus Tangible</i>		
Tidak Baik	20	23,5
Baik	65	76,5
Total	85	100
<i>Bus Driver's Quality</i>		
Tidak Baik	5	5,9
Baik	80	94,1
Total	85	100
<i>Empaty</i>		
Tidak Baik	29	34,1
Baik	56	65,9
Total	85	100
<i>Total Service Quality</i>		

Tidak Baik	41	48,2
Baik	44	51,8
Total	85	100

Hasil penelitian berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa dari 85 responden variabel *Bus Tangible* yang tidak baik sebanyak 20 (23,5%) dan 65 (76,5%) yang baik. Pada variabel *Bus Driver's Quality* menunjukkan yang tidak baik sebanyak 5 (5,9%) dan yang baik sebanyak 80 (94,1%). Pada variabel *Empaty* menunjukkan yang tidak baik sebanyak 29 (34,1%) dan 56 (65,9%) baik. Pada variabel *Total Service Quality* menunjukkan yang tidak baik sebanyak 41 (48,2%) dan yang baik sebanyak 44 (51,8%).

2. Analisis Bivariat

Analisis Bivariat adalah jenis analisis statistik ketika dua variabel diamati terhadap satu sama lain. Salah satu variabel akan menjadi dependen, dan yang lainnya adalah independen. Variabel dilambangkan dengan X dan Y. Perubahan dianalisis antara dua variabel untuk memahami sejauh mana perubahan telah terjadi. Hasil analisis Bivariat dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Distribusi Responden Menurut Variabel terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel	Costumer Satisfaction				Total n = 85	P value	
	Tidak Puas		Puas				
	n	%	n	%			
Bus Tangible							
Tidak Baik	6	30,0	14	70,0	20	100	0,000
Baik	0	0,0	65	100	65	100	
Total	6	7,1	79	92,9	85	100	
Bus Driver's Quality							
Tidak Baik	0	0,0	5	100	5	100	1000
Baik	6	7,5	74	92,5	80	100	
Total	6	7,1	79	92,9	85	100	
Empaty							
Tidak Baik	4	13,8	25	86,2	29	100	0,174
Baik	2	3,6	54	96,4	56	100	
Total	6	7,1	79	92,9	85	100	
Total Service Quality							
Tidak Baik	6	14,6	35	85,4	41	100	0,010
Baik	0	0,0	44	100	44	100	
Total	6	7,1	79	92,9	85	100	

Dari tabel 2 di atas diketahui bahwa berdasarkan uji statistik *Chi-Square* untuk variable *bus tangible* di peroleh nilai *P value* sebesar 0,000 dengan nilai $\alpha = 0,05$ dengan derajat kepercayaan 95%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilihat bila *P value* < 0,05, maka kesimpulannya adalah ada hubungan yang signifikan antara variabel *bus tangible* dengan *costumer satisfaction*.

Uji statistik *Chi-Square* untuk variable *bus driver's quality* diperoleh nilai *P value* sebesar 1.000 dengan nilai $\alpha = 0,05$ dengan derajat kepercayaan 95%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilihat bila *P value* > 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel *bus driver's quality* dengan *costumer satisfaction*.

Uji statistik *Chi-Square* untuk variable *empaty* diperoleh nilai *P value* sebesar 0,174 dengan nilai $\alpha = 0,05$ dengan derajat kepercayaan 95%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilihat bila *P value* > 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel *empaty* dengan *costumer satisfaction*.

Uji statistik *Chi-Square* untuk variable *total service quality* diperoleh nilai *P value* sebesar 0,010 dengan nilai $\alpha = 0,05$ dengan derajat kepercayaan 95%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilihat bila *P value* < 0,05, maka kesimpulannya adalah ada hubungan yang signifikan antara variabel *total service quality* dengan *costumer satisfaction*.

Tabel 3. Distribusi Responden Menurut Variabel terhadap Kepuasan Hidup

Variabel	Life Satisfaction				Total		P value
	Tidak Puas		Puas		n = 85	%	
	n	%	n	%			
Costumer Satisfaction							
Tidak Puas	6	100	0	0,0	6	100	0,004
Puas	30	38,0	49	62,0	79	100	
Total	36	42,4	49	57,6	85	100	

Dari tabel 3 diatas diketahui bahwa berdasarkan uji statistik *Chi-Square* untuk variable *costumer satisfaction* di peroleh nilai *P value* sebesar 0,004 dengan nilai $\alpha = 0,05$ dengan derajat kepercayaan 95%. Berdasarkan hasil tersebut, dapat dilihat bila *P value* < 0,05, maka kesimpulannya adalah ada hubungan yang signifikan antara variabel *costumer satisfaction* dengan *life satisfaction*.

3. Bus Tangible X1

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel *bus tangible*, jumlah proporsi tertinggi responden yang menjawab baik sebanyak 65 responden (76,5%).

4. Bus Driver's Quality X2

Untuk variabel *bus driver's quality* jumlah proporsi tertinggi responden yang menjawab baik sebanyak 80 responden (94,1%).

5. Empaty X3

Untuk variabel *empaty*, jumlah proporsi tertinggi responden dengan *empaty* yang baik sebanyak 56 responden (65,9%).

6. Service Quality X4

Untuk variabel keseluruhan *service quality*, jumlah proporsi tertinggi responden dengan *service quality* yang baik sebanyak 44 responden (51,8%).

7. Hubungan antara Bus Tangible dengan Costumer Satisfaction

Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara variabel *bus tangible* dengan *costumer satisfaction*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ziaul Haque Munim dkk (Munim & Noor, 2020) yang dilakukan pada kalangan muda, terutama mahasiswa University of Agder dikampus, di Kristiansand (West-Agder) dan satu lagi di Grimstad (East-Agder) yang Menyatakan bahwa *Tangible feature of HEBs is positively associated with young people's customer satisfaction*. (Bus tangible → Customer satisfaction (Suported)), hal tersebut juga senada dengan penelitian Novirani dan adianto yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, Salah satu dimensi kualitas pelayanan yang berwujud meliputi bukti fisik memiliki korelasi paling tinggi dengan faktor kepuasan pada dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi loyalitas penumpang (Novirani & Adianto, 2020).

Tangible terkait dengan sudut pandang tata letak fisik, lingkungan sekitar, dan fasilitas yang disediakan oleh layanan, seperti perlengkapan dan peralatan, penampilan kru, opsi komunikasi, dll. (Parasuraman et al., 1988)

Tangible di dalam bus dapat berupa berbagai hal, seperti berikut: 1. Kursi bus: Kursi bus yang nyaman dan kokoh dapat membuat perjalanan penumpang nyaman dan aman. 2. Handrail: Handrail di bus dapat membantu penumpang untuk melakukan manuver di dalam bus. 3. Kartu uang elektronik: Kartu uang elektronik menyediakan opsi pembayaran yang efisien untuk penumpang. 4. Pengemudi bus: Pengemudi bus bertanggung jawab untuk memastikan penumpang dapat sampai dengan aman. 5. Mesin pencetak tiket bus: Mesin pencetak tiket bus sangat membantu penumpang dalam mendapatkan tiket mereka dengan cepat dan mudah. 6. CCTV: CCTV di dalam bus membantu untuk memantau penumpang dan menjaga keamanan di dalam bus. 7. Kamera pengawas: Kamera pengawas memungkinkan pengemudi untuk mengawasi penumpang dan menyediakan informasi yang berguna bagi pengemudi. 8. Alat bantu navigasi: Alat bantu navigasi membantu pengemudi dalam menemukan jalan yang benar di jalan. 9. Lampu darurat: Lampu darurat di dalam bus membuat penumpang dapat melihat jalur yang benar dan lebih aman. 10. Perangkat audio: Perangkat audio memberikan hiburan dan informasi penting bagi penumpang.

Tangibles yang termasuk dalam bus yang berhubungan dengan teori kualitas layanan adalah: 1. Perabot bus: Perabot bus yang nyaman dan bersih merupakan bagian penting dari kualitas layanan yang ditawarkan. Ini termasuk jok bus yang nyaman, tempat duduk yang mudah dicapai, dan lantai yang bersih. (Sumber Referensi: 'Kualitas Pelayanan Penumpang dalam Perusahaan Pengangkutan Umum Bus: Kajian Kualitatif di Muar, Johor', Jurnal Pengangkutan Malaysia, 2019) 2. Kualitas armada: Kualitas armada bus juga memiliki pengaruh besar terhadap kualitas layanan yang ditawarkan. Armada bus harus dipertahankan dalam kondisi yang baik, dengan memastikan bahwa bahan bakar dan perawatan rutin dilakukan secara tepat waktu. (Sumber Referensi: 'Keselamatan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Penumpang di Sektor Pengangkutan Umum: Suatu Kajian di Kota Melaka', Jurnal Sains Sosial dan Kemanusiaan, 2020) 3. Fasilitas selama perjalanan: Fasilitas selama perjalanan juga penting untuk memastikan kualitas layanan. Ini termasuk akses internet, AC bus, dan sistem pengeras suara. (Sumber Referensi: 'Membangun Model Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Bus Antar Kota di Provinsi Lampung', Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 2021) 4. Keamanan: Keamanan adalah faktor lain yang penting untuk memastikan kualitas layanan bus. Hal ini termasuk pengawasan oleh kru bus, sistem pencurian, dan kamera CCTV. (Sumber Referensi: 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Penumpang Bus Antar Kota di Kota Semarang', Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 2022)

8. Hubungan antara *Bus Driver's Quality* dengan *Costumer Satisfaction*

Hasil penelitian menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel *bus driver's quality* dengan *costumer satisfaction*. Penelitian ini memperkuat penelitian Ziaul Haque Munim dkk (Munim & Noor, 2020) yang dilakukan pada kalangan muda, terutama mahasiswa University of Agder dikampus, di Kristiansand (West-Agder) dan satu lagi di Grimstad (East-Agder) yang Menyatakan bahwa *driver's quality is not positively associated with young people's customer satisfaction Bus, (drivers' quality → Customer satisfaction (Not Supported))*, menurut penelitian Yuventus K. K Finistyawan dan Juita L. D Bessie menyatakan bahwa reliabilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Dan & Bessie, 2020)

Pengemudi bus memainkan peran penting dalam meningkatkan keselamatan dan kenyamanan penumpang. Hal ini ditunjukkan oleh sebuah penelitian yang dipublikasikan di Jurnal Teknik Transportasi pada tahun 2020. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan keterampilan pengemudi dan peningkatan standar pelayanan, pengemudi bus dapat memberikan kontribusi yang substansial dalam meningkatkan keselamatan dan kenyamanan penumpang. (Peters et al., 2021) serta menurut penelitian (Peters et al., 2021) menyatakan bahwa "Pengemudi bus memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan.", dan menurut (Hermansyah, Amsuardiman, 2022) menyatakan Kualitas layanan

transportasi bus bergantung pada kemampuan, kecerdasan, dan profesionalisme pengemudi bus

9. Hubungan antara Empaty dengan Costumer Satisfaction

Hasil penelitian menunjukkan tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel *empaty* dengan *costumer satisfaction*. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ziaul Haque Munim dkk (Munim & Noor, 2020) yang dilakukan pada kalangan muda, terutama mahasiswa Universitas Agder dikampus, di Kristiansand (West-Agder) dan satu lagi di Grimstad (East-Agder) yang Menyatakan bahwaservice provider's empathy is positively associated with young people's customer satisfaction, (Empathy → Customer satisfaction (Supported)). Menurut penelitian Ubaidillah dkk menyatakan Tidak ada hubungan yang signifikan antara empati dan kepuasan pengguna (Ubaidillah et al., 2022) sedangkan menurut penelitian Yuventus K. K Finistyawan dan Juita L. D Bessie Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Dan & Bessie, 2020)

Menurut Rahman dan Castelli (2013) dalam (Agalela, 2019) empati adalah keterampilan merasakan emosi orang lain, memungkinkan memahami diluar perilaku permukaan nyata seseorang dengan menempatkan diri pada posisi orang lain dan mengambil minat aktif dalam keprihatinan mereka. Emphaty adalah segala uapaya yang ditunjukkan oleh seseorang yang didasarkan atas kemudahan dalam melakukan hubungan, komuikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan dengan baik.

10. Hubungan antara Service Quality dengan Costumer Satisfaction

Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara variabel *total service quality* dengan *costumer satisfaction*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Dwi Novirani dan Hari Adianto di Kota Bandung Menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, Salah satu dimensi kualitas pelayanan yang berwujud meliputi bukti fisik memiliki korelasi paling tinggi dengan faktor kepuasan pada dimensi kualitas (Novirani & Adianto, 2020), Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana yang diperkuat dengan uji t menunjukkan bahwa variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Ila Sutari, 2020)

Menurut Sholekha et al. (2018) dalam (Agalela, 2019) menyatakan kepuasan pelanggan merupakan kontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan. Kepuasan pelanggan dapat juga disimpulkan juga bahwa ketiadaan perbedaan antara harapan pelanggan dengan unjuk kerja perusahaan yang diterimanya selama menjadi pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah penilaian seseorang tentang sebuah pelayanan yang didasarkan atas kemudahan mendapat informasi, kesopanan karyawan dan pemenuhan pelayanan atau pengiriman. Selain itu, menurut Hermawan menyimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat (Hermawan Sadewa, 2018). Menurut Gonroos dalam Edvardsson, et al, (1994) yang dikutip dalam (Hermawan Sadewa, 2018) menyatakan ada 3 (tiga) kriteria pokok yang digunakan pelanggan dalam menilai kualitas jasa yaitu *Outcome-related, Process Related, Imagerelated*.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan. Selain itu juga berkaitan dengan tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen. Menurut Wyckoff, kualitas pelayanan tidak hanya dipandang dari sudut pandang produsen, melainkan dari sudut pandang konsumen yang menggunakan pelayanan tersebut. Dalam arti luas, kualitas berfokus pada manfaat yang diciptakan untuk sisi persamaan

pelanggan, dan produktivitas mengatasi biaya keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan. Jika tidak terintegrasi dengan baik, kedua fokus ini bisa bertentangan. Misalnya, membuat proses layanan lebih efisien tidak serta merta menghasilkan pengalaman atau manfaat kualitas yang lebih baik bagi pelanggan.

Dalam penelitian selanjutnya, mereka menemukan korelasi tingkat tinggi antara beberapa variabel ini dan mengkonsolidasikannya ke dalam lima dimensi luas: Benda berwujud (penampilan elemen fisik), Keandalan (kinerja yang dapat diandalkan dan akurat), Daya tanggap (cepat dan membantu), Jaminan (kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan), Empati (akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan) (Wirtz, 2021)

11. Hubungan Antara *Costumer Satisfaction* dengan *Life Satisfaction*

Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara variabel *costumer satisfaction* dengan *life satisfaction*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ziaul Haque Munim dkk (Munim & Noor, 2020) yang dilakukan pada kalangan muda, terutama mahasiswa Universitas Agder. University of Agder dikampus, di Kristiansand (West-Agder) dan satu lagi di Grimstad (East-Agder) yang Menyatakan bahwa Young people's customer satisfaction with life satisfaction of young people (Customer satisfaction → Life satisfaction (Supported)).

Margolis et al. (2019) dalam (Novirani & Adianto, 2020) mengartikan bahwa kepuasan hidup adalah evaluasi kehidupan pribadi yang berubah sesuai dengan persepsi masing-masing individu. kepuasan hidup yang tinggi akan merasakan bahwa kehidupan mereka saat ini adalah kehidupan yang indah dan memuaskan, Individu yang memiliki kepuasan hidup yang baik di masa lalu dan masa kini akan memiliki optimisme kepuasan hidup di masa yang akan datang. Sehingga memiliki keinginan dan tujuan yang jelas (Anggraini, 2021).

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa proporsi variabel *bus tangible* responden dalam hal kepuasan pelanggan sebagian besar baik (76,5%). Proporsi variabel *bus driver's quality* responden dalam hal kepuasan pelanggan sebagian besar baik (94,1%). Proporsi variabel *empathy* responden dalam hal kepuasan pelanggan sebagian besar baik (65,9%). Proporsi variabel *total service quality* responden dalam hal kepuasan pelanggan sebagian besar baik (51,8%). Ada hubungan antara variabel *bus tangible* dengan *costumer satisfaction* (nilai p 0,000). Tidak ada hubungan antara variabel *bus driver's quality* dengan *costumer satisfaction* (nilai p 1000). Tidak ada hubungan antara variabel *emphaty* sdengan *costumer satisfaction* (nilai p 0,174). Ada hubungan antara variabel *total service quality* dengan *costumer satisfaction* (nilai p 0,010).

DAFTAR PUSTAKA

- Agalela, A. (2019). Pengaruh Responsiveness dan Empathy terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Penjualan PT. Yakult Indonesia Persada Cabang Bandar Jaya. *Jurnal Simplex*, 2(3).
- Anggraini, S. (2021). *Hubungan Social Comparison dengan Life Satisfaction pada Wanita Dewasa Awal Pengguna TikTok* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2022). *BPS: 270,20 juta Penduduk Indonesia Hasil SP2020*.
- Deliyani, E., & Prambudi, B. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Penumpang MRT Jakarta. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 124-131.
- dephub.go.id. (2022). *Gerakan Nasional Kembali ke Angkutan Umum*. <https://dephub.go.id/post/read/gerakan-nasional-kembali-ke-angkutan-umum>
- Dwiana Putri, A., & Astuti, R. T. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan

- Konsumen Serta Dampaknya terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–10.
- Gitelman, L. (2014). *Paper knowledge: Toward a Media History of Documents*. Duke University Press.
- Fadhilah, M. W., & Amalia, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Bus Kota DAMRI terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Penumpang Bus Kota DAMRI Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 7(3), 150–162.
- Hermansyah, A., & M. N. (2022). Evaluasi Penggunaan Moda Transportasi Bus Trans Metro Deli Rute Lapangan Merdeka–Pinang Baris di Kota Medan Evaluation of Using the Trans Metro Deli Bus Transportation Route. *Jurnal Ilmiah Teknik Sipil dan Arsitektur (JITAS)*. 1(2), 77–89. <https://doi.org/10.31289/jitas.v1i2.1452>
- Ila, S. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Jasa Transportasi Trans Jogja di Kota Yogyakarta. *XIV(1)*, 68–82. jakarta.bps.go.id. (2022b). *Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin 2019-2021*. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/111/1/jumlah-penduduk-provinsi-dki-jakarta-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>
- kemlu.go.id. (2022). *Indonesia*. <https://kemlu.go.id/canberra/id/read/indonesia/2186/etc>.
- Mahalana, A., Yang, Z., & Posada, F. (2021). *Indonesia transport electrification strategy* (No. 2021-36).
- Margareta, S. (2013). *Hubungan Pelaksanaan Sistem Kearsipan Dengan Efektivitas Pengambilan Keputusan Pimpinan: Study Deskriptif Analisis Kuantitatif di Sub Bagian Kepegawaian dan Umum Lingkungan Kantor Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Munim, Z. H., & Noor, T. (2020). Young People’s Perceived Service Quality and Environmental Performance of Hybrid Electric Bus Service. *Travel Behaviour and Society*, 20(August 2019), 133–143. <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2020.03.003>
- Novirani, D., & Adiando, H. (2020). Relation of Service Quality, Load Factors and Tariff on Bus City of Bandung. *International Review of Management and Marketing*, 10(4), 152.
- Oktaviasari, N., & Rachma, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan. *Riset Manajemen*, 8(5), 1–10.
- Parasuraman, a, Zeithaml, V. a, & Berry, L. L. (1988). SERQUAL: A Multiple-Item scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(September 2014), 28. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3)
- Peters, S. E., Grogan, H., Henderson, G. M., López Gómez, M. A., Martínez Maldonado, M., Silva Sanhueza, I., & Dennerlein, J. T. (2021). Working Conditions Influencing Drivers’ Safety and Well-Being in the Transportation Industry: “On Board” Program. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(19), 10173.
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35-40.
- Sadewa, H., & Astuti, P. (2018). Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang. *Journal of Politic and Government Studies*, 7(2), 281-290.
- Ubaidillah, N. Z., Sa’ad, N. H., Nordin, N. A., Baharuddin, N. N., Ismail, F., & Hassan, M. K. H. (2022). The Impact of Public Bus Service Quality on the Users’ Satisfaction: Evidence from a Developing Asian City. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 23(1), 83-96.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. World Scientific.