

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN
ANGKUTAN UMUM PT. PUTRA KEMBAR IBAN DI KABUPATEN
KAPUAS HULU**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

FEBBY FEBIOLA

11150111

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2019

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN
ANGKUTAN UMUM PT. PUTRA KEMBAR IBAN DI KABUPATEN
KAPUAS HULU**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Syarat – syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen (S1)

Disusun Oleh:

FEBBY FEBIOLA

11150111

Program Studi: Manajemen

UTA WACANA

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN ANGKUTAN
UMUM PT. PUTRA KEMBAR IBAN DI KABUPATEN KAPUAS HULU**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

FEBBY FEBIOLA

11150111

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal **09 JAN 2020**

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr. Heru Kristanto, SE, MT.
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Dra. Ambar Kusuma Astuti, SE, M.Si.
(Dosen Penguji)
3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

[Handwritten signatures of the three examiners]

Yogyakarta, **22 JAN 2020**

Disahkan Oleh:

Dekan,

Kaprodi Manajemen,



Dr. Perminas Pangeran, M.Si

[Handwritten signature of the Dean]

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KONSUMEN
ANGKUTAN UMUM PT. PUTRA KEMBAR IBAN DI KABUPATEN
KAPUAS HULU**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 27-11-2019

Tanda Tangan



Febby Febiola

HALAMAN MOTO

(Yeremia 29 : 11)

Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada-Ku mengenal kamu, demikianlah firman TUHAN, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan.

(Mazmur 27 : 10)

Sekalipun ayahku dan ibuku meninggalkan aku, namun TUHAN menyambut aku.

(Mazmur 37 : 5)

Serahkanlah hidupmu kepada TUHAN dan percayalah kepada-Nya, dan Ia akan bertindak.

(Yesaya 41 : 10)

Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu;

Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau;

Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan

“Jika persoalan hidup dapat membuat saya mengalami kristus secara pribadi dan iman saya bertambah kuat didalam dia, persoalan itu adalah berkat”

Renny A. Kaitu (2019)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus Kristus yang memegang hidupku telah memberikan hikmat, akal budi, kemampuan serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
2. Bapak dan mamak yang sudah di sorga
3. Kepada keluarga besarku: Bg Jamri, Bg Riccy, Bg Robby, Kak Dian, Kak Selly, Adik Intan, dan Adik Amelia. Terima kasih telah memberikan dukungan doa serta motivasi untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Purwani Retno Andalas, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan saran dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Pendeta di Gereja Kristen Nazarene Filadelfia yang senantiasa memberikan dukungan doa dan motivasi untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh teman-teman sepelayanan Gereja Kristen Nazarene Filadelfia yang selalu memberikan semangat dan dukungan doa.
7. Seluruh sahabat DDM, Irsan, Yulma, Billy, kak Willy, kak Ary, kak Billy, Lorens yang selalu ada saat penulis butuhkan.
8. Kakak-kakak di kos Sulawesi, kak Fanny, kak Olla, kak Berta yang senantiasa menghibur dan memberikan semangat.
9. Seluruh teman-teman dan kenalan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih yang berlimpah penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang karena karunia dan rahmatnya yang melimpah, kekuatan serta kesabaran yang diberikan. Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban di Kabupaten Kapuas Hulu”

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang berkonsentrasi pada Pemasaran. Pada kesempatan ini juga penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu dan terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Dr. Perminas Pangeran S.E.M.,Si, selaku dekan fakultas bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Dra.Purwani retno Andalas, MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan sejak penentuan judul hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D. Selaku dosen wali yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan arahan selama penulis kuliah di Universitas Kristen Duta Wacana.

4. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana yang telah terlibat dan berpengaruh dalam membantu penulis menimba ilmu selama berkuliah di Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Saudara Riccy Sonita selaku direktur PT. Putra Kembar Iban yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan informasi terkait penelitian penulis.
6. Seluruh konsumen pengguna jasa bus Putra Kembar Iban yang telah meluangkan waktu untuk menjadi responden dalam penulisan skripsi ini.
7. Untuk semua saudara, teman, dan sahabat yang selalu setia mendukung penulis.
8. Karyawan di PT. Putra Kembar Iban yang telah membantu penulis dalam memberikan informasi terkait penelitian skripsi ini.
9. Semua Pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih.

Akhir kata penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam melakukan penelitian ini, baik dalam kalimat maupun substansi penulisan karena sebenarnya tidak ada yang sempurna, tetapi penulis berusaha membuat penulisan penelitian ini mudah dibaca. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan penelitian dimasa mendatang. Semoga penelitian dapat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta,

Febby Febiola

11150111

© UKD W

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.2 Pengertian Jasa	8
2.3 Kualitas Pelayanan	10
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	10
2.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	11
2.4 Persepsi Harga	12
2.4.1 Pengertian Persepsi Harga	12
2.4.2 Penetapan Persepsi Harga.....	13
1. Memaksimalkan Penjualan dan Penetrasi Pasar	14
2. Mempertahankan Kualitas Pelayanan	14
3. Mendapatkan atau memaksimal keuntungan	14
2.4.3 Dimensi Persepsi Harga.....	17
2.5 Kepuasan Pelanggan.....	17
2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	17

2.5.2	Aspek-Aspek Kepuasan Pelanggan	19
1.	Pelayanan yang memberikan rasa aman dan nyaman.....	19
2.	Penerimaan informasi yang lengkap dan jelas.....	19
3.	Kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan staf atau karyawan.....	19
2.5.3	Faktor Kepuasan Pelanggan.....	20
1.	Kualitas produk.....	20
2.	Kualitas pelayanan.....	20
3.	Emosional	20
4.	Harga.....	20
5.	Biaya	21
2.5.4	Mengukur Kepuasan Pelanggan	21
1.	Sistem keluhan dan saran	21
2.	Survei kepuasan pelanggan	21
3.	Belanja siluman(<i>Ghost shopping</i>).....	22
4.	Analisis pelanggan yang hilang (<i>lost customer analysis</i>)	22
2.5.5	Manfaat Mengukur Kepuasan Konsumen	22
2.5.6	Strategi kepuasan pelanggan.....	23
2.6	Kerangka Pemikiran	24
2.7	Pengembang Hipotesis	25
1.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	25
2.	Pengaruh Persepsi harga terhadap kepuasan Konsumen	26
2.8	Penelitian Terdahulu.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		30
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
3.2	Jenis Penelitian	30
1.	Data Primer	31
2.	Data Sekunder.....	31
3.3.1	Metode Pengumpulan Data.....	31
1.	Observasi	31
2.	Kuesioner	32
3.	Studi Kepustakaan	32
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.4.1	Populasi.....	32
3.4.2	Sampel	33
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.5.1	Variabel Penelitian.....	33

3.5.2	Definisi Operasional Variabel	34
3.5.3	Pengukuran Variabel.....	37
3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	38
3.6.1	Uji Validitas.....	38
3.6.2	Uji Reliabilitas	38
3.7	Pengujian Hipotesis	39
3.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.7.2	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	40
3.7.3	Uji t.....	40
3.7.4	Uji F.....	41
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1	Analisis Data	42
4.1.1	Hasil Analisis Deskriptif.....	42
1.	Hasil Uji Validitas	45
2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	50
1.	Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda	51
3.	Uji F	53
4.	Uji t.....	54
4.2	Pembahasan.....	56
4.2.1	Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. 57	
4.2.2	Pengaruh Variabel Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	59
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.1.1	Profile Responden.....	60
5.1.2	Analisis Pengaruh Kuliatas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	61
5.2	Keterbatasan Penelitian	61
5.3	Saran.....	62
5.3.1	Saran bagi Perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban	62
5.3.2	Saran bagi penelitian selanjutnya	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN 1	Kuesioner Penelitian	67
LAMPIRAN 2	Responden Berdasarkan Gender	71
LAMPIRAN 3	Hasil Uji Validitas Dimensi Bukti Fisik	74
LAMPIRAN 4	Hasil Uji T, Uji F, dan Koefisien Determinasi.....	79
LAMPIRAN 5	Kartu Konsultasi Skripsi	81

LAMPIRAN 6 Formulir Revisi Skripsi	82
LAMPIRAN 7 Halaman Persetujuan.....	84

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2	Skala Likert.....	37
Tabel 4.1	Proporsi Responden Berdasarkan Gender.....	43
Tabel 4.1	Proporsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4.3	Proporsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	44
Tabel 4.4	Proporsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	44
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Dimensi Bukti Fisik.....	46
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Dimensi Keandalan.....	47
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Dimensi Daya Tanggap.....	47
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Dimensi Jaminan.....	48
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Dimensi Empati.....	48
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Instrumen Persepsi Harga.....	49
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen	49
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.13	Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.14	Koefisien Determinasi.....	52
Tabel 4.15	Tabel Uji F.....	53
Tabel 4.16	Tabel Uji t	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Kerangka Penelitian.....	24
------------	--------------------------------	----

©UKDW

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan zaman yang semakin berkembang, jasa pelayanan publik merupakan aspek penting bagi masyarakat dalam suatu negara sedang berkembang. Saat ini berbagai bisnis jasa yang banyak dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah perusahaan jasa transportasi. Jasa transportasi digunakan setiap masyarakat untuk memperlancar aktivitas sehari-harinya setiap orang pasti sangat membutuhkan transportasi dalam berbagai kegiatannya seperti bekerja, berpergian maupun aktivitas lainnya. Transportasi diartikan sebagai pemindahan barang manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Demikian juga perusahaan juga membutuhkan armada untuk mendistribusikan barang-barangnya dari gudang untuk dapat sampai kepada konsumen di pasar orang yang memiliki kendaraan pribadi tidak akan mendapatkan kesulitan dalam aktivitasnya sehari-hari maupun keperluannya. Namun, bagi yang tidak memiliki kendaraan transportasi umum adalah alternatif untuk menjadi sarana aktivitasnya.

Pelayanan transportasi menjadi salah satu upaya masyarakat dalam mengatasi masalah kesenjangan jarak untuk melakukan bermacam aktivitas keseharian. Maka dari itu, banyak perusahaan jasa transportasi yang melihat peluang ini untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaannya. Setiap perusahaan jasa berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan fasilitas yang memadai dan harga yang terjangkau bagi konsumennya agar mereka puas dengan jasa yang mereka rasakan sehingga mereka ingin menjadi pelanggan.

Kualitas pelayanan yang diberikan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan karena dengan kualitas pelayanan yang baik, maka akan tercipta persepsi bagi pelanggan jasa transportasi tersebut telah sesuai dengan harapan yang diinginkan. Kualitas memberikan nilai tersendiri di mata konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat antara pengguna jasa dengan perusahaan. Strategi untuk jangka panjangnya memungkinkan perusahaan untuk bisa memahami harapan pelanggan serta kebutuhan yang mereka inginkan.

Menurut Lewis dan Booms (1983) dalam Tjiptono dan Chandra (2011) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Faktor yang sangat penting dalam kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan, dimana konsumen akan menilai kinerja pelayanan yang diterima dan yang dirasakan secara langsung suatu produk puas atau tidak puasnya pengguna ketika menggunakan jasa tersebut sehingga dari aspek ini dapat terlihat apakah kualitas pelayanan sudah baik atau belum baik.

Selain kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu persepsi harga, Kotler dan Keller (2008) persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Salah satu sektor-sektor yang berpengaruh terhadap persepsi pelanggan adalah harga. Perusahaan dapat menentukan harga tinggi guna untuk membentuk persepsi produk tersebut berkualitas. Harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan yang baik memungkinkan konsumen untuk merasa puas dan sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Secara umum, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap hasil suatu produk dengan harapan-harapannya (Kotler, 2008). Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan suatu pengusaha. Maka dari itu, perusahaan jasa harus memperhatikan antara harapan yang diinginkan oleh masyarakat dengan jasa yang diberikan.

Saat ini pertumbuhan perusahaan jasa semakin meningkat salah satunya dibidang transportasi sehingga mereka berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik dengan kualitas terbaik kepada konsumennya. Hal ini juga yang dirasakan oleh Perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban khususnya di Kecamatan Badau, Kabupaten Kapuas Hulu. Perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban ini sebagai usaha jasa di bidang transportasi berupa bus yang telah lama beroperasi dari jurusan Badau-Pontianak. Perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban merupakan perusahaan bus medium yang berdomisili di Kecamatan Badau, Kabupaten Kapuas Hulu, Provinsi Kalimantan Barat. Awal berdiri perusahaan ini berdasarkan akta notaris Nomor : 12, tanggal 27 agustus 2015 Menyikapi uraian di atas semakin meningkatnya perusahaan jasa memberikan peluang besar bagi perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban. Banyak Perusahaan Jasa khususnya transportasi membuat ada banyak persaingan yang ketat akan dihadapi perusahaan dengan saingan yang ada, akan mempengaruhi baik dari perusahaan dan konsumennya sendiri. Menyikapi persoalan tersebut apakah Perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban telah memberikan pelayanan yang terbaik baik dari citra perusahaan dan harga yang diberikan sesuai dengan harapan kepuasan konsumen?

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul ” **Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Persepsi harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban di Kabupaten Kapuas Hulu**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan penulis sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah yang diteliti sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban ?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan melihat permasalahan yang ada dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Angkutan Umum PT.Putra Kembar Iban.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis ada atau tidaknya pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Angkutan Umum PT.Putra Kembar Iban.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini memberi kesempatan kepada penulis untuk menerapkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh dari perkuliahan diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis tentang manfaat kepuasan konsumen serta menambah ilmu tentang kualitas pelayanan dan persepsi harga pada Perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban.

2. Bagi Perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban

Penelitian ini diharapkan dapat membantu Perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban tentang seberapa besar kualitas pelayanan dan persepsi harga mempengaruhi kepuasan konsumen dan sebagai bahan evaluasi dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan menentukan arah yang lebih baik dan kebijakan strategi dalam yang tepat untuk masa depan perusahaan.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan ilmu bidang manajemen pemasaran untuk para peneliti selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas sehingga mendapat hasil yang baik dan sesuai dengan pokok permasalahan yang diteliti, maka dilakukan batasan penelitian sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan membatasi jumlah responden sebanyak 100 responden, yaitu konsumen yang pernah menggunakan jasa transportasi Perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban.
2. Lokasi penelitian dilakukan di Perusahaan Angkutan Umum PT.Putra Kembar Iban yang berada di Kalimantan Barat, Kecamatan Badau Kabupaten Kapuas Hulu.
3. Waktu penelitian akan dilakukan pada bulan november sampai dengan selesai.
4. Variabel yang diteliti adalah kualitas pelayanan, persepsi harga dan kepuasan konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis tentang pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Pada Konsumen Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban di Kabupaten Kapuas Hulu, penelitian ini menggunakan sampel 100 responden yang pernah menggunakan jasa angkutan umum PT. Putra Kembar Iban. Sehingga dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

5.1.1 Profile Responden

Berdasarkan dari hasil profil responden diperoleh berdasarkan gender yang paling mendominasi adalah wanita dengan jumlah responden wanita sebanyak 57 responden (57%) dan responden pria dengan jumlah 43 responden (43%), berdasarkan pekerjaan dapat disimpulkan responden yang menggunakan jasa angkutan umum PT. Putra Kembar Iban didominasi oleh pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 61 responden (61%), berdasarkan pendidikan dapat disimpulkan responden yang menggunakan jasa angkut umum PT. Putra Kembar Iban sebagian besar adalah berpendidikan SMA sebanyak 61 responden (61%), kemudian berdasarkan usia dapat disimpulkan responden yang menggunakan jasa angkutan umum PT. Putra Kembar Iban berusia 17-25 tahun sebanyak 86 reponden (86%).

5.1.2 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil linier berganda dapat diperoleh hasil yaitu variabel kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban. Hal tersebut berarti apabila pihak karyawan dari Perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar semakin baik dalam pelayanan maka pelanggan akan semakin merasa puas dan sesuai dengan harapan. Begitu juga dengan harga yang diberikan apabila harga tersebut mampu dijangkau pelanggan, sesuai dengan kualitas, dan berdaya saing maka pelanggan akan merasa puas. Sehingga pelanggan tidak merasa ragu lagi untuk menggunakan jasa angkutan umum PT. Putra Kembar Iban

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lebih lanjut. Keterbatasan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1). Variabel yang diteliti dalam penelitian ini sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan hanya 2 variabel. Sementara ada banyak faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- 2). Jumlah responden yang terbatas hanya 100 responden yang digunakan untuk sampel dikarenakan keterbatasan waktu untuk melakukan penelitian.
- 3). Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner dengan jawaban tertutup sehingga jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya

5.3 Saran

Dari simpulan diatas penulis ingin memberikan saran dan sekira dapat membantu dan berguna bagipara pihak.

5.3.1 Saran bagi Perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan harus semakin ditingkatkan agar mampu mendorong kepuasan pelanggan semakin dan pada akhirnya akan membantu meningkat jumlah penumpang. Cara yang dapat dilakukan adalah :

1. Berdasarkan hasil dari observasi yang dilakukan peneliti terkadang masih ada keterlambatan dalam jam keberangkatan maka dari itu, pihak perusahaan harus lebih disiplin dalam menggunakan waktu yang sudah ditentukan.
2. Disarankan karyawan Perusahaan Angkutan Umum PT. Putra Kembar Iban menciptakan kualitas pelayanan yang baik dan ramah dengan pelanggan serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga pelanggan merasa nyaman dan aman menggunakan bus Putra Kembar Iban.
3. Perusahaan harus melakukan penambahan nilai yang ditawarkan. Penambahan nilai akan membuat pelanggan merasakan lebih dari yang mereka bayar dan harapkan. Menambahkan nilai bukan berarti menurunkan harga ataupun memberikan layanan tambahan melainkan meningkatkan kenyamanan dan kecepatan pelayanan sehingga memuaskan pelanggan bus Putra Kembar Iban.

5.3.2 Saran bagi penelitian selanjutnya

Untuk penelitian yang akan datang disarankan dapat menambah variabel independen sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat melakukan perbandingan guna membandingkan kualitas pelayanan dan harga dengan perusahaan sejenis. Selain itu, dipenelitian selanjutnya harus dapat menambahkan jumlah sampel yang digunakan, sehingga akan mendekati dengan kondisi yang sebenarnya.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Adona, F. (2006). *Citra dan kekerasan dalam iklan perusahaan di televisi*. Padang: Andalas University Press.
- Arikunto, S. (1995). *Metode penelitian bisnis*. Cetakan Kedua. Bandung: CV Alfa Beta.
- Atmaja, Ni Putu Cempaka Dharmadewi. (2016). Pengaruh kewajiban harga, citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna jasa penerbangan domestik Garuda Indonesia di Denpasar. Vol 15, No 3. Universitas Mahasaraswati. *Jurnal Penelitian*, Denpasar.
- Bunga Caeceria & Suryono, B.S (2012) . *Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pada ORYZA TOUR*. Fakultas Ekonomi Universitas di Ponorogo. Skripsi, Semarang
- Course Hero. *Adapun aspek aspek kepuasan pelanggan yang dapat dijadikan untuk mengukur* <https://www.coursehero.com/file/p2q0381/Adapun-aspek-aspek-kepuasan-pelanggan-yang-dapat-dijadikan-untuk-mengukur/> diakses 21 september 2019
- Drian, T (2015). *Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen bus harapan harapan jaya di tulungagung*. Universitas Nusantara PGRI Kediri. Skripsi, Kediri
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan spss*. Cetakan keenam. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: Media Utama
- Hestanto. *Manfaat dan strategi kepuasan pelanggan*. <https://www.hestanto.web.id/manfaat-dan-strategi-kepuasan-pelanggan/>. Diakses pada tanggal 23 september 2019.
- Hidayat, Ahmad. (2013). *Analisis pengaruh merek, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada member pt. melia sehat sejahtera di uin syarif hidayatullah jakarta)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Skripsi, Jakarta.
- Hurriyati, R. (2005). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung: Penerbit CV. Alfabeta.
- Ichsanti. *Penetapan harga (Tujuan, Metode, dan Strategi)* <https://www.akuntansilengkap.com/ekonomi/penetapan-harga-tujuan-metode-dan-strategi/>. Diakses pada tanggal 21 september 2019.

- Jatiningrum, Priant Fotalisa.(2019).*Pengaruh kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen hotel ibis styles yogyakarta*. Universitas Kristen Duta Wacana.Skripsi, Yogyakarta.
- Kotler and Armstrong. (2001). *Prinsip-pinsip pemasaran*. Jilid 1 edisi 8 .Erlangga: Jakarta
- Kotler, P dan Keller, K. (2008). *Marketing management, thirteenth edition*.Erlangga: Jakarta
- Kotler, P dan Keller. K.L, (2014). *Manajemen pemasaran* Jilid I (Edisi Milenium). Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, P, dan Keller, K.L (2008), *Manajemen pemasaran*, Edisi 13
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia.
(<https://www.kajianpustaka.com/2013/05/pengertian-dan-kualitas-jasa.html>). Diakses pada tanggal 24 September 2019.
- Leslie.(2004). *Measuring customer satisfaction* (Cetakan Ketiga). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama .
- Lily dan Yurike, V (2015).Pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan tiger air mandala.,kwik kian gie school of bussines. *E-Journal Widya Ekonomika*,Indonesia.
- Londong, D. (2012). *Kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction)* <http://dedylondong.blogspot.com/2012/04/kepuasan-pelanggan-customer.html> 21 sept 2019- 09-21. Diakes pada tanggal 23 september 2019.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktik*. Edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Lyhe, John F.(1996). *Cara jitu memuaskan pelanggan*, Jakarta: Abdi tandur.
- Mithaaryanti. (2017). *Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan?* <https://www.dictio.id/t/faktor-faktor-apa-saja-yang-mempengaruhi-kepuasan-pelanggan/14450> . Diakses pada tanggal 24 september 2019.
- Rahmayati, Siti.(2018).Pengaruh citra perusahaan, kualitas layanan, harga terhadap loyalitas pelanggan garuda indonesia airlines di bandar lampung. Universitas Lampung. *Jurnal Penelitian*. Lampung
- Rangkuti, F.(2009). *Strategi promosi kreatif dan analisis kasus integratet marketing communication*,Gramedia pustaka Utama: Jakarta.

- Rostya, A.A.F (2012). *Analisa Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan*. Vol 1, No 1. Diponegoro bussiness review.
- Sekaran, Uma. (2009), *Metode penelitian untuk bisnis*. Jilid 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora. (2002). *Panduan riset perilaku konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2004). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna dan Prawitra T,(2001).*Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. PT Rosdakarya: Bandung
- Swasta dan Sukotjo.(2008). *Manajemen pemasaran Modern*, Liberty: Yogyakarta
- Tjiptono & Chandra. (2011).*Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI
- Zakaria, Ibnu Shandy.(2013).*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pengguna jasa transportasi (studi kasus pada bus trans jogja di kota yogyakarta)*.Universitas Diponegoro Semarang. Semarang.
- Zeithaml, V, A & Bitner, M, J & Gremler, D, D. *Service marketing*(Edisi Lima). Mc Graw Hill. United States of America. (2009). <http://www.flightstats.com/go/FlightRating/flightRatingByCarrier.d> . Diakses pada tanggal 24 September 2019.