

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BUS RAPID TRANSIT (BRT) MAMINASATA MAKASSAR**

Oleh

ASRIANTI KADIR  
NIM. 1293141012

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bus rapid transit (BRT) Makassar. Variable penelitian ini adalah dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung (*tangibles*) ( $X_1$ ), keandalan (*reliability*) ( $X_2$ ), daya tanggap (*responsiveness*) ( $X_3$ ), jaminan (*assurance*) ( $X_4$ ), empati (*empathy*) ( $X_5$ ), dan kepuasan ( $Y$ ). populasi dalam penelitian ini adalah jumlah rata-rata penumpang BRT per hari sebanyak 1061 orang, adapun sampel penelitian sebanyak 105 orang. Selanjutnya teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan kuesioner. Selanjutnya teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan perangkat lunak computer SPSS 21 (*Statistical Package for Social Science 21*) for windows.

Hasil penelitian ini mengacu pada hasil pengolahan data kuesioner menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen. Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan terjadinya pengaruh secara simultan dan signifikan antara variabel  $X$  dan  $Y$  dimana jumlah sebesar  $F$  hitungannya lebih besar dari  $F$  tabel.

Sementara untuk uji  $t$  diperoleh hasil bahwa variabel yang memiliki pengaruh signifikan secara parsial adalah variable jaminan ( $X_3$ ) dan variable empati ( $X_5$ ) sedangkan nilai variable lainnya tidak terjadi pengaruh yang signifikan.

Kata kunci : bukti langsung, dayatanggap, empati, jaminan, keandalan, kepuasan konsumen.

## **I. PENDAHULUAN**

Manusia membutuhkan alat transportasi untuk dapat bergerak cepat dan bertindak lebih efektif dan efisien. Alat transportasi khususnya transportasi darat menjadi transportasi yang dipilih masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

Kota Makassar merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang padat penduduk. Berdasarkan data sensus penduduk tahun 2010 jumlah penduduk di Sulawesi Selatan sebanyak 8.034.776 jiwa yang mencakup mereka yang bertempat tinggal di daerah perkotaan sebanyak 2.945.429 jiwa (36,66 %) dan di daerah perdesaan sebanyak 5.089.347 jiwa (63,34 %). Sedangkan presentasi distribusi penduduk menurut kabupaten/kota bervariasi dari yang terendah 1,52 % di kabupaten Kepulauan Selayar hingga yang tertinggi sebesar 16,66 % di kota Makassar (website resmi Badan pusat Statistik SulSel).

Permasalahan yang kemudian muncul ialah penggunaan kendaraan pribadi semakin meningkat. Di provinsi Sulsel, jumlah kendaraan meningkat 18 persen per tahun. Sementara di Kota Metropolitan Makassar jumlah kendaraan roda 2 meningkat 13-14 persen per tahun dan roda 4 meningkat 8-10 persen per tahun. Sementarapertumbuhanjalannya 0,001 persen per tahun. Jumlah kendaraan baik roda dua maupun roda empat mencapai 2,4 juta (1,1 juta roda 2 dan 1,3 juta mobil) lebih tinggi dari jumlah penduduknya sebanyak 1,7 juta jiwa. Jika tidak ada upaya pembenahan polatrans portasi, pada tahun 2017 makassar akan mengalami kemacetan total (Pusat Data dan Informasi Kementrian Perhubungan Kota Makassar, 2015).

Untuk mengatasi semakin meningkatnya kemacetan dan mengatasi semakin buruknya system transportasi yang ada di Kota Makassar, maka pemerintah menggagas untuk membangun BRT (*Bus Rapid Transit*) di kota Makassar yang dikenal dengan BRT Mamminasata. BRT adalah salah satu bentuk

angkutan yang berorientasi pelanggan dan menggabungkan halte, kendaraan, perencanaan, dan elemen-elemen sistem transportasi, kedalam sebuah sistem bus yang cepat, terpadu, aman, nyaman, tepat waktu, dan memiliki identitas yang unik.

Perum Damri cabang Kota Makassar merupakan salah satu perusahaan angkutan. Hal mendasar dari setiap perusahaan adalah pemenuhan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat diutamakan mengingat hal tersebut memberikan pengaruh yang besar terhadap keberlangsungan perusahaan. Untuk itu penelitian ini perlu dilakukan karena kualitas pelayanan sangat berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Baik buruknya kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Melalui penelitian ini, dapat dilihat bagaimana kualitas pelayanan dari BRT Mamminasata yang telah dirasakan oleh masyarakat yang telah menggunakannya

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Kualitas Pelayanan**

Tjiptono (dalam Putri, 2015 : 22) mendefinisikan “kualitas layanan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.”

### **2. *Tangibles* (Bukti Fisik)**

*Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Menurut Kotler (dalam Indriasti, 2009 : 42) bukti langsung adalah “fasilitas dan peralatan fisik serta penampilan karyawan yang profesional”

### **3. Reliability (Kehandalan)**

*Reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Menurut Tjiptono (dalam Indriasti, 2009 : 42) kehandalan adalah “mencakup dua hal pokok, konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*)” hal ini berarti perusahaan memberikan secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*).

### **4. Responsiveness (Daya Tanggap)**

*Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Menurut Tjiptono (dalam Indriasti, 2009 : 43) daya tanggap adalah “keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap”.

### **5. Assurance (Jaminan)**

*Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada para pelanggan kepada perusahaan. Menurut Kotler (dalam Indriani 2009 : 44) jaminan adalah “pengetahuan dan kesopanan dari karyawan, dan kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan”

### **6. Empathy (Empati)**

*Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami

keinginan konsumen. Menurut Kotler (dalam Indriasti 2009 : 45) mendefinisikan empati adalah “tingkat perhatian pribadi terhadap para pelanggan”.

## **7. Kepuasan**

Kotler & Keller (2009 : 138-139) menyatakan “Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”.

## **III. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk penelitian korelasional. Penelitian korelasional adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel pada suatu kelompok subjek. Objek penelitian ini adalah penumpang BRT Makassar.

Variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat) pada penelitian ini antara lain bukti langsung (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3) jaminan (X4), empati (X5) sebagai variabel bebas. Kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel terikat.

Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan angket. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa Bus Rapid Transit (BRT) Makassar. Sementara itu sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 105 orang yang ditentukan dengan menggunakan teknik *stratificated proportionate random sampling*.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain : (1) uji validitas dan uji reabilitas, (2) asumsi klasik meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolarinitas, Uji Heteroskedasitas, dan Uji Autokelerasi, (3) Uji analisis regresi linear berganda meliputi uji koefisien determinasi, uji t dan Uji-F.

#### IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

##### 1. Uji Validitas Dan Reabilitas

###### a. Uji Validitas

**Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas VariabelBukti Langsung**

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,742	0,191	Valid
2	0,718	0,191	Valid
3	0,754	0,191	Valid
4	0,595	0,191	Valid

Sumber : Data diolah 2017

**Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keandalan**

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
5	0,870	0,191	Valid
6	0,708	0,191	Valid
7	0,736	0,191	Valid
8	0,780	0,191	Valid

Sumber : Data diolah 2017

**Tabel5.3 Hasil Uji Validitas Variabel Daya tanggap**

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
9	0,869	0,191	Valid
10	0,724	0,191	Valid
11	0,675	0,191	Valid
12	0,881	0,191	Valid

Sumber : Data diolah 2017

**Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas Variabel Jaminan**

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
13	0,759	0,191	Valid
14	0,656	0,191	Valid
15	0,653	0,191	Valid
16	0,614	0,191	Valid

Sumber : Data diolah 2017

**Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas Variabel Empati**

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
17	0,742	0,191	Valid
18	0,780	0,191	Valid
19	0,694	0,191	Valid
20	0,775	0,191	Valid

Sumber : Data diolah 2017

**Tabel 5.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan konsumen**

No. Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
21	0,814	0,191	Valid
22	0,828	0,191	Valid
23	0,696	0,191	Valid
24	0,830	0,191	Valid
25	0,801	0,191	Valid

Sumber : Data diolah 2017

Hasil dari uji validitas yang dilakukan adalah bahwa tiapitem masing-masing kuesioner sah/valid/layak digunakan untuk pengujian variabel-variabel dalam penelitian ini, disajikan hasil perhitungan uji reabilitas dalam bentuk tabel dari masing-masing variabel (variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ , dan Y)

## b. Uji Reabilitas

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha	Keterangan
Bukti Langsung	0,640	Valid

<b>Keandalan</b>	<b>0,786</b>	<b>Valid</b>
<b>Daya Tanggap</b>	<b>0,789</b>	<b>Valid</b>
<b>Jaminan</b>	<b>0,710</b>	<b>Valid</b>
<b>Empati</b>	<b>0,712</b>	<b>Valid</b>
<b>Kepuasan Konsumen</b>	<b>0,855</b>	<b>Valid</b>

Sumber : Data diolah 2017

Kesimpulan dari hasil uji reabilitas ini dapat disimpulkan bahwa kuesioner ini sebagai alat instrument pengukur yang dapat digunakan untuk mengukur variabel-variabel penelitian ini

## 2. Analisis Regresi Berganda

**Tabel 8 : Hasil Analisis Regresi Berganda**

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.365	2.154		2.026	.045		
Bukti_Langsung	.106	.109	.084	.974	.332	.755	1.324
Keandalan	.012	.084	.013	.143	.886	.652	1.533
Daya_Tanggap	.194	.116	.179	1.668	.098	.484	2.066
Jaminan	.328	.090	.302	3.636	.000	.809	1.237
Empati	.390	.138	.290	2.832	.006	.534	1.873

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

Sumber: Output SPSS 21 (Statistical Package for Social Science 21), 2018

Dari tabel di atas, dapat diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,365 + 0,084X_1 + 0,013X_2 + 0,179X_3 + 0,302X_4 + 0,290X_5$$



Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi standardized adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta persamaan di atas adalah sebesar 4,365. Angka tersebut menunjukkan tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh oleh perusahaan bila dimensi bukti langsung, kenadalan, daya tanggap, jaminan, dan empati diabaikan. Artinya ketika kelima dimensi diabaikan maka variabel kepuasan konsumen bernilai positif.
- b. Koefisien regresi ( $\beta$ )  $X_1$  sebesar 0,084 berarti bukti langsung ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa BRT (Y).
- c. Koefisien regresi ( $\beta$ )  $X_2$  sebesar 0,013 berarti bahwa keandalan ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa BRT (Y).
- d. Koefisien regresi ( $\beta$ )  $X_3$  sebesar 0,179 berarti daya tanggap ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa BRT (Y)
- e. Koefisien regresi ( $\beta$ )  $X_4$  sebesar 0,302 berarti bahwa jaminan ( $X_4$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa BRT (Y)
- f. Koefisien regresi ( $\beta$ )  $X_5$  sebesar 0,290 berarti bahwa empati ( $X_5$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa BRT (Y).

### 3. Analisis Koefisien Determinasi

**Tabel 9. Koefisien Determinasi  
Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.668 <sup>a</sup>	.446	.418	1.968	2.141

a. Predictors: (Constant), Empati, Jaminan, Bukti\_Langsung, Keandalan, Daya\_Tanggap

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

Sumber: Output SPSS 21 (Statistical Package for Social Science 21), 2018

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) atau nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,446, hal ini berarti terdapat pengaruh dari variabel X (kualitas pelayanan) yaitu sebesar 44,6% terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Sedangkan sisanya sebesar 55,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

#### 4. Uji F (serempak)

**Tabel 10. Uji F ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	308.463	5	61.693	15.931	.000 <sup>b</sup>
	Residual	383.384	99	3.873		
	Total	691.848	104			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Empati, Jaminan, Bukti\_Langsung, Keandalan, Daya\_Tanggap

Sumber: Output SPSS 21 (Statistical Package for Social Science 21), 2018

Oleh karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $15,931 > 2,31$ ) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) yang berarti  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa “bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan konsumen BRT”.

#### 5. Uji t (Parsial)

**Tabel 11. Uji t**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.365	2.154		2.026	.045		
Bukti_Langsung	.106	.109	.084	.974	.332	.755	1.324
Keandalan	.012	.084	.013	.143	.886	.652	1.533
Daya_Tanggap	.194	.116	.179	1.668	.098	.484	2.066
Jaminan	.328	.090	.302	3.636	.000	.809	1.237
Empati	.390	.138	.290	2.832	.006	.534	1.873

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

Sumber: Output SPSS 21 (Statistical Package for Social Science 21), 2018

a) Pengaruh bukti langsung (*Tangible*) terhadap kepuasan konsumen

Hasil statistik uji variabel bukti langsung menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  1,66039 dan nilai Sig. lebih besar dari 0.05 yang berarti variabel ini tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y.

b) pengaruh keandalan (*reability*) terhadap kepuasan konsumen.

Hasil statistik uji variabel keandalan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  1,66039 dan nilai Sig. lebih besar dari 0,05. yang berarti variabel ini tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y.

c) Pengaruh daya tanggap (*responsiviness*) terhadap kepuasan konsumen

Hasil statistik uji variabel daya tanggap menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,66039 dan nilai Sig. lebih kecil dari 0,05. yang berarti variabel ini berpengaruh terhadap variabel Y.

d) Pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen

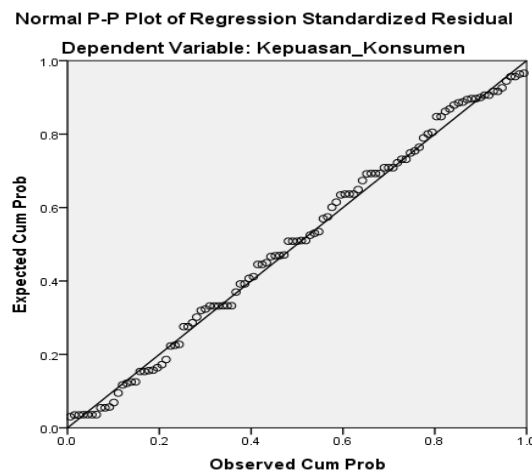
Hasil statistik uji variabel daya tanggap menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,66039 dan nilai Sig. lebih kecil dari 0,05. yang berarti variabel ini berpengaruh terhadap variabel Y.

e) Pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen

Hasil statistik uji variabel empati menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,66039 dan nilai Sig. lebih kecil dari 0,05. yang berarti variabel ini berpengaruh terhadap variabel Y.

## 6. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas



**Gambar 5. Hasil Uji**

### Normalitas

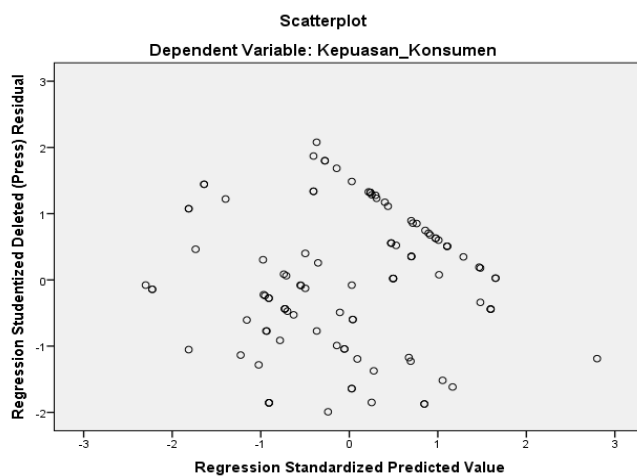
*Sumber: Output SPSS 21 (Statistical Package for Social Science 21), 2018*

Dari gambar dapat dijelaskan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka nilai residualnya berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

### b. Uji Multikolinearitas

Jika memperhatikan tabel 10, maka dapat diperoleh hasil terhadap nilai tolerance dari kelima variabel bebas lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, jadi dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas. Hal ini berarti antara variabel bebas tidak terjadi hubungan linear yang sempurna dan merupakan model regresi yang baik, dimana terjadi keterkaitan antara variabel bebas dan terikat, tidak hanya diantara variabel bebas saja.

### c. Uji Heterokedastisitas



**Gambar 6. Hasil Uji Heterokedastisitas**

*Sumber: Output SPSS 21 (Statistical Package for Social Science 21), 2018*

Dengan memperhatikan gambar maka dapat dijelaskan bahwa scatterplot tersebut terdapat titik-titik yang menyebar dengan pola yang jelas di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi masalah heterokedastisitas.

#### **d. Uji Autokorelasi**

Untuk uji autokolerasi perlu memperhatikan tabel Durbin Watson pada lampiran atau pada tabel 8, dimana taraf signifikasi 0,05,  $n = 105$ ,  $k = 5$  dengan ketentuan batas atas  $(dU) < \text{durbin Watson } (d) < 4-(dU)$ , maka dinyatakan tidak terdapat masalah autokorelasi.

### **7. Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil peneltiuan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dimana terdapat pengaruh variabel X sebesar 44,6% terhadap variabel Y. sedangkan sisanya sebesar 55,4% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan sebesar  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $15,931 > 2,31$ ) dengan probalitas sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa hipotesis pertama kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen Bus Rapid Transit (BRT) Makassar.

Sementara untuk hubungan secara parsial, diperoleh hasil penelitian bahwa variabel bukti langsung tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen BRT berdasarkan pada hasil uji t. Hal ini sejalan dengan pernyataan konsumen pada kuesioner yang mengeluhkan kebersihan halte maupun bus, dan masih kurangnya halte pada tempat yang dianggap strategis. Begitupula dengan variabel keandalan yang juga tidak memberikan pengaruh yang signifikan dimana pada hasil uji t. Hal ini didukung oleh beberapa konsumen yang tidak setuju bahwa jam operasional BRT memudahkan penumpang dalam melakukan kegiatan sehari-hari, hal ini dikarenakan belum jelasnya waktu kedatangan bus. sejalan dengan pernyataan pada kuesioner yang meskipun konsumen berpendapat bahwa transaksi pembelian tiket telah dilayani secara baik dan petugas bersedia membantu penumpang saat mengalami kesulitan, namun beberapa responden kesulitan dalam mencari informasi mengenai BRT maupun dalam menyampaikan pengaduan dan saran.

Sementara variabel jaminan dan empati memiliki pengaruh yang signifikan berdasarkan pada hasil uji t Dimana pada kuesioner penelitian mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan positif pada kedua variable.

Sementara untuk hipotesis ketiga dinyatakan tidak terbukti bahwa variabel bukti fisik (*tangible*) merupakan variabel yang paling berpengaruh. Melainkan variabel jaminan (*assurance*) dan variabel empati (*empathy*) merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Bus Rapid Transit (BRT) Makassar. Tingkat kualitas pelayanan dengan dimensi jaminan telah terlaksana

dengan baik. Sehingga, variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan, pada variabel empati tingkat kualitas pelayanan telah terlaksana dengan baik. Sehingga, variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

1. Berdasarkan analisis secara serempak/simultan (Uji F), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua dimensi dari variabel independen kualitas Pelayanan yaitu bukti langsung (*Tangible*), keandalan (*Reability*), daya tanggap (*Responsiviness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*empathy*) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen terhadap variabel kepuasan konsumen Bus Rapid Transit(BRT) Makassar.
2. Berdasarkan analisis secara parsial (Uji t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua dimensi dari variabel independen kualitas Pelayanan yaitu bukti langsung (*Tangible*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiviness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*empathy*) berpengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan konsumen Bus Rapid Transit(BRT) Makassar.
3. Dari kelima dimensi Kualitas Pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*)ditemukan bahwa jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) merupakan dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen BRT Makassar.

### **B. Saran-saran**



1. Perlunya pihak terkait memperhatikan variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari jaminan (*assurance*) (X<sub>4</sub>), dan empati (*empathy*) (X<sub>5</sub>). Hal ini karena berdasarkan penelitian terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Perlunya pihak terkait memperbaiki layanan pada ketiga variable tangible (X<sub>1</sub>), Reability (X<sub>2</sub>) dan Responsivinees (X<sub>3</sub>) , karena brelum memberikan pengaruh yang signifikan, perlunya pihak terkait melakukan pembenahan pada manajemen waktu , serta penyediaan kotak saran untuk layananan yang lebih baik lagi kedepannya
3. Untuk peneliti yang akan meneliti hal yang sama agar meneliti variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Seperti factor lingkungan, fisiologi, dan psikologi. Sebagai variabel yang kemungkinan memiliki pengaruh yang jauh lebih besar dan mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga dapat menjadi bahan rujukan dalam pengembangan sistem pemasaran nantinya.

## DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta : Rajawali Pers

Badan Pusat Statistik Kota Makassar.  
<https://makassarkota.bps.go.id/index.php/pencarian?keywordforsearching=data+penduduk&yt1=Cari> diakses pada 15 Juli 2016 pukul 13.06 WITA

Badan Pusat statistik Provinsi Sulawesi Selatan.  
<http://sp2010.bps.go.id/index.php/site?id=73&wilayah=Sulawesi-Selatan> diakses pada 15 Juli 2016 pukul 13.05 WITA

Bazir, Anwar. Rakyatku.com diposting 18 Mei 2018 pukul 09.15 WITA diakses 28 Juli 2019 pukul 13.10 WITA

Bungin, M. Burhan 2005. *Penelitian Metodologi kuantitatif*. Edisi Kedua. Jakarta : Kencana

Direktorat Jenderal Perhubungan Darat Kementerian Perhubungan Republik Indonesia <http://hubdat.dephub.go.id/berita/1515-benahi-transportasi-kota-makassar-harus-ada-langkah-ekstrim> diposting pada 13 Maret 2015 pukul 10.21 WITA. Diakses pada 16 Juli 2016 pukul 10.31 WITA

Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hamka, Rezky Amalia. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar*. Makassar : Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. Makassar

Indriasti, Nurlia. 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Jasa terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PD. BPR BKD Kabupaten Karanganyar*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Surakarta

Kotler, Phillip & Gary Amsrtrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 8. Jilid 1. Jakarta : Erlangga

Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 2. Jilid 1. Jakarta : Indeks.

\_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga

\_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta : Erlangga

Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga.

Kurniawan, Anis. [http://www.kompasiana.com/aniskurniawan/inilah-5-keistimewaan-naik-brt-di-kota-makassar\\_56801a006723bd5f1b47da70](http://www.kompasiana.com/aniskurniawan/inilah-5-keistimewaan-naik-brt-di-kota-makassar_56801a006723bd5f1b47da70) diposting 28 Desember 2015 00:04:00 diakses pada 09 Juli Pukul 14.17 WITA

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : salemba Empat.

Manurung, Merida. 2007. *Pengaruh Kinerja Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BANK Jatim Cabang Malang*. Malang : Universitas Brawijawa

Miro, Fidel. 2005. *Perencanaan Transportasi*. Jakarta : Erlangga.

Misbahuddin & Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian dengan Statistki*. Edisi 2. Jakarta : Bumi Aksara.

Mowen, Jhon C. & Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi 5. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.

Pranata, Aan. <https://sulse.idntimes.com> disposing 02 April 2019. Diakses 28 juli 2019 pukul 13.01 WITA

Putri, Sri Waryani. 2015. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Yang Dirasakan Terhadap Kepuasan Pelanggan BRT TRANS Semarang*. Semarang : Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Salim, Abbas. 2002. *Manajemen Transportasi*. Jakarta : Rajawali Pers.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta

\_\_\_\_\_. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta

Susanto, A. B. 2010. *BIZMARK Management For Everyone 3*. Jakarta: Esensi

Tika, Moh. Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta : Bumi Aksara

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi II. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Umar, Husein. 2007. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Yoenus, Mohamad <http://www.tribunnews.com/travel/2015/07/12/keliling-makassar-hanya-rp-5000-dengan-brt-mamminasata?page=4> di posting 12 Juli 2015 pukul 16.34 WIB. diakses pada 10 Agustus 2016 pukul 09.65 WITA