

Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Penumpang Trans Padang

Aris Agung Wicaksono¹, Okki Trinanda²

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang
arisagungwicaksono@gmail.com¹, okki.trinanda@fe.unp.ac.id²

Abstract: *The aim of this study was to determine the impact of service quality in passenger retention in Trans Padang. These researchs were descriptive and quantitative. The study consist of residents in Padang, who frequently use the Trans Padang Pasar Raya – Lubuk Buaya route. The data used were primary and secondary data. We used questionnaires and documents. The sample of this technique was a targeted sample with a total sample size of 100 respondents. This analysis method had been use repeatedly with SPSS version 23 regression analysis. The hypothesis study uses in this data analysis such as validation, reliability, normality, multicollinearity, heterogeneity, F-test, and T-statistic test at $\alpha = 0.05$. the result of this study show that 1)Reliability had a significant negative impact on passenger loyalty in Trans Padang. 2)Responsibility had a significant positive impact on the loyalty of Trans Padang. 3)assurance had a significant positive impact on the loyalty of Trans Padang. 4)Empathy had a significant positive impact on the loyalty of Trans Padang. 5)Tangible had a significant negative impact on the loyalty of Trans Padang passengers.*

Keywords : *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible and loyalty*

PENDAHULUAN

Pada era revolusi industri dikala ini perkembangan sistem perekonomian, teknologi dan bisnis yang begitu pesat dan diiringi semakin banyaknya kebutuhan manusia dalam melakukan pekerjaan, pariwisata, sekolah maupun menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Hal ini semakin berdampak pada bermacam bisnis jasa yang banyak di temui dalam kehidupan sehari-hari, seperti perusahaan jasa dibidang transportasi laut, udara maupun darat.

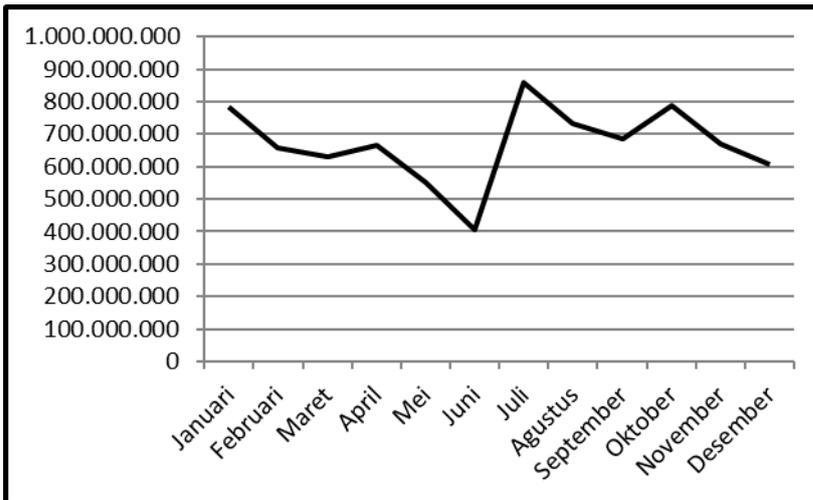
Kondisi ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antar perusahaan transportasi tersebut khususnya pada perusahaan transportasi darat. Sebagian besar masyarakat Indonesia masih memprioritaskan transportasi darat dikarenakan harganya yang murah, oleh sebab itu transportasi darat jadi salah satu yang diberikaan atensi khusus oleh pemerintah maupun swasta. Berbagai alternatif pemakaian sarana transportasi darat semacam kereta api, taksi, bus dan angkutan umum berbasis aplikasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi.

Bus merupakan sarana transportasi yang masih banyak dipergunakan masyarakat Indonesia, baik itu bus antar provinsi, bus antarkota dan bus perkotaan yang menawarkan berbagai alternatif tujuan yang berbeda. Alat transportasi perkotaan yang digunakan disetiap kota yaitu angkutan kota (angkot), bus Trans dan angkutan umum berbasis aplikasi yang baru-baru ini banyak bermunculan.

Bus Trans Padang adalah alternative massayang beroperasi di dalam Kota Padang sejak bulan Januari 2014 dan Trans Padang merupakan bagian dari penerapan progam *BRT (Bus Rapid Transit)* oleh Dishubkominfo (Dinas Perhubungan, Komunikasi, dan Informasi) di Kota Padang. Bus Trans Padang dikelola oleh PT Trans Padang. Bus yang dimiliki Trans Padang baru 25 unit sampai saat ini. Bus Trans Padang dilengkapi dengan AC, beroperasi setiap hari pada pukul 06.00-20.00 WIB dan untuk Trans Padang direncanakan 6 koridor, tapi baru satu yang beroperasi, yaitu rute Lubuk Buaya sampai Pasar Raya Padang sejauh 18 km, Bus Trans Padang memiliki halte yang tersebar di berbagai tempat. Perbedaan antara Bus Trans Padang dengan Bus Trans Jakarta adalah Bus Trans Padang belum memiliki koridor khusus sedangkan Bus Trans Jakarta sudah memiliki koridor khusus. Kapasitas penumpang Trans Padang adalah 20 orang penumpang duduk dan 20 orang penumpang berdiri dengan pegangan tangan dan dilengkapi sarana tempat duduk prioritas untuk penumpang ibu hamil, penumpang dengan anak, lanjut usia,serta penumpang berkebutuhan khusus. Karcis bisa dibeli di halte dengan tarif sebesar Rp 1.500 untuk pelajar dan Rp 3.500 untuk umum untuk satu kali perjalanan (flat) jauh maupun dekat.

Bus Trans Padang merupakan transportasi yang disediakan pemerintahan daerah yang mempunyai banyak pesaing seperti taxi, angkutan kota (angkot) dan transportasi umum yang mempunyai aplikasi tertentu. Perihal ini membuat perusahaan sadar hendak persaingan pada jasa transportasi terus menjadi ketat. Dalam menangani persaingan tersebut penyedia jasa harus bisa memberikan pelayanan yang baik, memberi fasilitas yang lebih menarik dibanding pesaing dan menciptakan kesan yang baik terhadap jasa yang diberikan kepada konsumen sehingga mampu menarik perhatian konsumen untuk menggunakannya. Jasa yang ditawarkan diharapkan mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen dan bisa memenuhi kebutuhan sesuai dengan yang diharapkan konsumen tersebut. Apabila jasa telah mampu memberikan kepuasan, maka konsumen akan menggunakan kembali jasa untuk waktu yang akan datang. Setelah itu konsumen diharapkan loyal terhadap jasa yang diberikan serta tidak akan pindah ke lain merek.

Berdasarkan fenomena yang penulis temukan loyalitas konsumen terhadap penggunaan jasa Trans Padang semakin lama semakin menurun. *Loyalitas merupakan bentuk sikap dari unit-unit pengambilan keputusan buat melaksanakan pembelian secara terus menerus terhadap barang ataupun jasa sesuatu perusahaan yang dipilih* (Griffin, Ricky W., & Ebert, 2009). Hal ini dapat dilihat berdasarkan gambar dibawah ini:

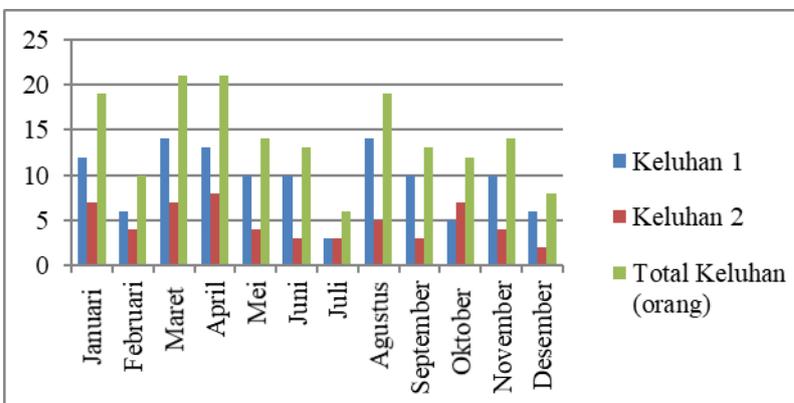


Gambar 1. Jumlah Penumpang Bus Trans Padang tahun 2018

Sumber: UPT. Trans Padang

Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa jumlah penumpang Trans Padang pada tahun 2018 mengalami fluktuasi dan berdasarkan grafik jumlah penumpang Trans Padang 2018 trendnya menurun. Trend yang menurun tersebut terlihat dari jumlah penumpang pada bulan Januari 783.859.000 orang sedangkan pada bulan Desember 606.688.615 orang. Pada bulan Juni mengalami penurunan yang sangat drastis, hal ini diduga karena rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa Trans Padang. Rendahnya kualitas pelayanan yang diberikan jasa Trans Padang disebabkan karena adanya permasalahan penumpang yang tidak diberikan karcis sehabis membayar ongkos. Sementara itu karcis yang diberikan sebagai bukti banyaknya penumpang yang naik Trans Padang, yang nantinya hendak disetorkan menjadi pendapatan asli daerah (PAD) untuk Kota Padang. Seringnya petugas yang tidak memberikan kembalian Rp 500,- dengan alasan tidak ada kembalian, fasilitas halte yang disediakan masih banyak yang tidak layak, sehingga membuat konsumen kurang nyaman. Selain itu waktu tunggu Trans Padang cukup lama. (Haluan.com).

Selain masalah diatas, banyak diantara penumpang yang memiliki keluhan terhadap jasa Trans Padang. Keluhan tersebut membuat ketidak nyamanan penumpang dalam menggunakan jasa Trans Padang. Keluhan-keluhan konsumen tersebut dapat dilihat pada grafik dibawah ini:



Gambar 2. Data Keluhan Penumpang Bus Trans Padang Tahun 2018

Sumber: UPT. Trans Padang

Keterangan :

- K1 :Keluhan yang dirasakan oleh penumpang Bus Trans Padang terhadap pelayanan Bus Trans Padang seperti informasi yang kurang jelas, supir ugalkan, pramugara dan pramugari yang kurang ramah.
- K2 :Keluhan yang dirasakan penumpang Bus Trans Padang mengenai masalah fasilitas, ketepatan waktu dan lain-lain.

Berdasarkan grafik diatas diketahui bahwa keluhan yang paling dominan setiap bulannya adalah mengenai kurang jelasnya informasi yang didapatkan oleh penumpang, supir Trans Padang yang ugalkan serta pramugara dan pramugari yang kurang ramah dalam pelayanan pada masyarakat. Sedangkan pada bulan Oktober masalah yang paling banyak dikeluhkan masyarakat adalah fasilitas yang kurang memadai serta kedatangan bus Trans Padang yang tidak tepat waktu. Sepatutnya pelayanan jasa transportasi butuh mencermati kemauan serta kebutuhan dari konsumen. Tiap konsumen mempunyai metode pandang yang berbeda-beda terhadap seluruh wujud layanan pada jasa transportasi. Puas ataupun tidaknya konsumen dengan kualitas pelayanan akan memengaruhi loyalitas konsumen terhadap jasa yang diberikan.

Dalam perusahaan transportasi yang memberikan jasa kepada penumpangnya, oleh sebab itu kepuasan penumpang lebih diutamakan dalam tingkatan loyalitas penumpang. Dimensi kualitas pelayanan jasa transportasi diwujudkan keandalan, daya tanggapan, jaminan, empati dan bukti fisik. Dimensi kualitas pelayanan pada jasa transportasi diwujudkan dalam keandalan ialah keahlian buat membagikan pelayanan yang cocok dengan yang dijanjikan, daya tanggap ialah kesiapan karyawan dalam membagikan pelayanan yang cepat dan tanggap serta membantu pelanggan, kemudian jaminan ialah keahlian karyawan dalam mengetahui produk secara tepat, atensi serta kesopanan dalam memberikan pelayanan, empati ialah perhatian yang diberikan karyawan kepada konsumen, serta bukti fisik meliputi pegawai, perlengkapan, fasilitas fisik dan sarana komunikasi.

Pentingnya peran kualitas pelayanan dalam perusahaan berpengaruh pada perkembangan suatu perusahaan berupaya untuk meningkatkan potensi yang dimiliki. Hal ini dilakukan agar dengan kualitas pelayanan yang baik dimata pelanggan, perusahaan dapat bersaing ataupun mampu mengimbangi pesaingnya untuk mempertahankan loyalitas konsumen di dunia usaha. Kualitas memberikan dorongan untuk konsumen dalam menjalin hubungan baik dengan perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan harus meningkatkan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar bisa meminimalkan ataupun meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan.

Keluhan konsumen menjadi indikasi adanya masalah dari produk atau jasa suatu perusahaan, jadi hal ini dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dari sebuah produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Apabila pelayanan Trans Padang baik, maka loyalitas pelanggan pun akan baik juga, begitu juga sebaliknya apabila pelayanan Trans Padang kurang baik, maka loyalitas pelanggan pun akan kurang baik. Apabila pelanggan kurang puas, maka ia akan menunda niatnya menggunakan kembali dan bahkan akan menyampaikan keluhan yang dirasakan kepada calon pelanggan lainnya, dan di bandingkan dengan pesaing lainnya yang sudah lebih dahulu dikenal pelanggan dan memiliki pelayanan yang baik.

Penelitian yang dilakukan oleh (Haryono Gampo dan Evanita Susi, 2017) dengan judul “Pengaruh Dimensi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan PT. Jambi Permata Tour dan Travel di Sungai Penuh” menunjukkan bahwa keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan pelanggan di PT. Jambi Permata Tour dan Travel di Sungai Penuh.

Berdasarkan berbagai permasalahan diatas peneliti tertarik meneliti lebih lanjut dengan judul “Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Penumpang Trans Padang”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk : 1)Mengetahui pengaruh keandalan terhadap loyalitas penumpang Trans Padang, 2)Mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap loyalitas penumpang Trans Padang, 3)Mengetahui pengaruh jaminan terhadap loyalitas penumpang Trans Padang, 4)Mengetahui pengaruh empati terhadap loyalitas penumpang Trans Padang, 5)Mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap loyalitas penumpang Trans Padang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menerangkan serta menggambarkan hubungan sebab akibat dari variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap loyalitas penumpang Bus Trans Padang. Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat kota Padang yang sering memakai jasa Bus Trans Padang rute Lubuk Buaya sampai Pasar Raya. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2009) *purposive sampling merupakan pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner yang disusun dengan skala likert yang skornya 1-5. Pada tahap menganalisa data digunakan analisis deskriptif dan analisis induktif. Analisis induktif yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi berganda dan selanjutnya dilakukan uji hipotesis berupa uji F, koefisien determinasi (R^2), dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini uji persyaratan data yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengukur tingkat kenormalan suatu data yang diperoleh dari penyebaran angket penelitian. Uji normalitas ini dapat dilihat dari nilai *Kolmogrov-Smirnov*, dengan kriteria nilai signifikan $> 0,05$ maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi dengan normal. Data yang dipakai untuk penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yaitu adanya hubungan yang kuat antar variabel bebas dalam persamaan regresi. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat digunakan dengan melihat besaran *Variabel Inflation Factor* (VIF) dan tolerance. Nilai VIF dari variabel keandalan(X_1) adalah 2,065, daya tanggap(X_2) adalah 1,259, jaminan(X_3) adalah 3,837, empati(X_4) adalah 2,588, bukti fisik(X_5) adalah 2,632. dimana seluruh variabel kecil dari 10. Dengan demikian bisa dikatakan kalau tidak terjadi kasus multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan buat melihat varians residual dari sesuatu pengamatan ke pengamatan lain yang tidak sama, untuk melihat terdapat atau tidaknya gejala heterokedastisitas pada suatu model. Dapat diketahui bahwa nilai sig. $X_1 = 0,696 > 0,05$ dan $X_2 = 0,893 > 0,05$ dan $X_3 = 0,584 > 0,05$ dan $X_4 = 0,579 > 0,05$ dan $X_5 = 0,376 > 0,05$. Apabila signifikansi ketiga variabel bebas tersebut besar dari 0,05 maka bisa disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 1. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	404.954	5	80.991	19.417	.000 ^b
	Residual	392.086	94	4.171		
	Total	797.040	99			

Sumber : Data diolah 2019

Table 2. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 ^a	.508	.482	2.042

Sumber : Data diolah 2019

Dari Tabel 3 di atas dapat menunjukkan besarnya *R Square* sebesar 0,508 atau 50,8%. Dapat diartikan bahwa 50,8 persen loyalitas penumpang bus Trans Padang dipengaruhi oleh variabel dimensi kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 49,2% dipengaruhi oleh variabel lain selain dimensi kualitas pelayanan.

Uji T

Tabel 3. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.716	1.951		1.392	.167
	keandalan (reliability)	-.287	.137	-.217	-2.089	.039
	daya tangkap (responsive)	.565	.134	.378	4.228	.000
	jaminan (assurance)	.519	.212	.347	2.450	.016
	empati (emphaty)	.589	.155	.442	3.795	.000
	bukti fisik (tangible)	-.351	.150	-.275	-2.347	.021

Sumber: Data diolah 2019

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dijelaskan bahwa keandalan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang Trans Padang. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi keandalan $0,039 < 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar -0,287, dapat disimpulkan bahwa keandalan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang Trans Padang artinya apabila keandalan mengalami peningkatan satu satuan maka loyalitas penumpang

turun sebesar 0,287 dengan syarat variabel lain konstan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Patras Yuvita, 2013) dengan judul "Kualitas Jasa Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pasien pada RSUP Prof. Dr. R. D. Kandou Manado". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keandalan berpengaruh negative dan signifikan terhadap loyalitas pasien pada RSUP Prof. Dr. R. D. Kandou Manado.

(Cristhoper Lovelock & Lauren K Wright, 2007) mendefinisikan reliabelitas sebagai kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa secara akurat. Parasuraman (Fandy Tjiptono, 2009) menyatakan bahwa realibelitas terdiri atas 2 aspek utama, yaitu dapat dipercayai dan konsistensi kerja. Jadi, untuk menjaga loyalitas penumpang, perusahaan harus mampu memberikan layanan yang akurat dan konsisten. Berdasarkan hasil pengolahan yang ditemukan hubungan antara keandalan dengan loyalitas penumpang Trans Padang adalah berpengaruh negatif.

Menurut hasil TCR, angka terendah pada pernyataan "Karyawan Trans Padang menjelaskan informasi dan pelayanan yang ada pada Trans Padang secara maksimal". Hasil tersebut dimungkinkan karena responden penelitian yang sebesar 75% berusia 15-30 tahun. Menurut (Rohmiati Yuli, 2018) proses pencarian informasi pada generasi milenial diawali dengan sebuah pendorongan yang membuat mereka melakukan searching, surfing, seleksi, evaluasi, share, repost, evaluasi dan respon. Usia 15-30 tahun lebih cenderung mencari informasi sendiri.

Kemudian dijelaskan juga bahwa daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang Trans Padang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan daya tanggap sebesar $0,000 < 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,565 sehingga disimpulkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang Trans Padang artinya apabila daya tanggap mengalami peningkatan satu satuan maka loyalitas penumpang akan mengalami peningkatan sebesar 0,565 dengan syarat variabel lain konstan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yulisetiarini Diah, 2015) dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan". Hasil penelitian ini menunjukkan variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Secara teori daya tanggap berpengaruh terhadap loyalitas penumpang. Menurut Kotler dalam (Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2016), daya tanggap adalah keinginan perusahaan dan karyawan untuk membantu pelanggan dalam mendengarkan dan mengatasi keluhan pelanggan serta memberikan jasa dengan cepat. Jadi, dengan karyawan cepat tanggap dalam melayani penumpang Bus Trans Padang maka penumpang akan loyal dengan Bus Trans Padang.

Oleh sebab itu Jasa Bus Trans Padang harus menjaga dan meningkatkan daya tanggap dengan cara merespon cepat permasalahan penumpang, karyawan bersedia untuk membantu penumpang, karyawan bersedia untuk merespon permintaan penumpang, layanan yang tidak pernah terlambat dari waktu yang telah di tetapkan. Jadi apabila daya tanggap di tingkatkan maka loyalitas penumpang jasa bus Trans Padang juga akan meningkat.

Selain itu juga dijelaskan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang Trans Padang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan jaminan sebesar $0,016 < 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,519 sehingga disimpulkan bahwa jaminan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang artinya apabila jaminan mengalami peningkatan maka loyalitas penumpang juga meningkat sebesar 0,519 dengan syarat variabel lain konstan. Hal itu sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Piter, 2018) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Primagum Sejati di Makasar". Hasil penelitian ini menunjukkan variabel jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Primagum Sejati.

Secara teori jaminan berpengaruh terhadap loyalitas penumpang. Menurut Kotler dalam (Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2016), jaminan merupakan kepercayaan dan keyakinan yang ditimbulkan oleh karyawan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Apabila kepercayaan yang diberikan oleh Bus Trans Padang kepada penumpang dengan rasa aman, maka penumpangpun akan loyal dengan Bus Trans Padang.

Oleh sebab itu Jasa Bus Trans Padang harus menjaga dan meningkatkan jaminan dengan cara karyawan bus Trans Padang menanamkan keyakinan kepada penumpang, membuat penumpang merasa aman dalam menerima layanan, sanksi bagi pegawai yang melanggar peraturan yang telah ditetapkan Trans Padang dan berlaku untuk semua pegawai tanpa terkecuali, karyawan yang selalu memperhatikan penumpang. Jadi apabila jaminan di tingkatkan maka loyalitas penumpang jasa Bus Trans Padang juga akan meningkat. Dimana secara teori jaminan memberikan pengaruh terhadap loyalitas penumpang.

Kemudian dijelaskan juga bahwa empati berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang Trans Padang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan empati sebesar $0,000 < 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar 0,589 sehingga disimpulkan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang Trans Padang artinya apabila empati mengalami peningkatan maka loyalitas penumpang juga meningkat sebesar 0,589 dengan syarat variabel lain konstan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Weni, 2016) dengan judul "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pelayanan Pada Ahass Motor Jl. Kalimantan No. 13 Jember)". Hasil penelitian ini menunjukkan variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Ahass Motor.

Hal ini sesuai dengan (Tjiptono Fandy, 2012), empati merupakan masalah atau kebutuhan para pelanggan yang harus dipahami oleh perusahaan dengan memberikan perhatian secara personal. Apabila penumpang merasa puas dengan empati yang diberikan bus Trans Padang maka penumpangpun akan loyal pada jasa Bus Trans Padang.

Oleh sebab itu Jasa Bus Trans Padang harus menjaga dan meningkatkan empati dengan cara kepedulian karyawan Trans Padang dalam memahami kepentingan dan kesulitan pelanggan, karyawan Trans Padang bersedia membantu pelanggan yang mengalami kesulitan, karyawan yang selalu sopan dan santun dan Mengutamakan kepentingan terbaik penumpang. Jadi apabila empati di tingkatkan maka loyalitas penumpang jasa Bus Trans Padang juga akan meningkat.

Kemudian dijelaskan juga bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penumpang Trans Padang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan keandalan sebesar $0,021 < 0,05$ dengan koefisien regresi sebesar -0,351 sehingga disimpulkan bahwa bukti fisik berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang Trans Padang. Berarti jikabukti fisik meningkat satu satuan maka loyalitas penumpang turun sebesar 0,351 dengan

syarat variabel lain konstan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Iriyanti, 2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Esther House of Beauty Manado”. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel bukti fisik berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Klinik Esther House of Beauty Manado.

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan terlihat adanya pengaruh negative antara variabel bukti fisik terhadap loyalitas penumpang. Menurut (Lupiyoadi, 2013), Bukti fisik (Tangible) merupakan keahlian yang dimiliki perusahaan untuk menampilkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan prasarana dan sarana fisik perusahaan serta kondisi lingkungan merupakan fakta pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen, yang termasuk kedalam fasilitas fisik, penampilan pegawai serta perlengkapan dan peralatan yang digunakan.

Berdasarkan hasil pengolahan yang ditemukan hubungan antara keandalan dengan loyalitas penumpang Trans Padang adalah berpengaruh negatif. Perihal ini berarti apabila bukti fisik tinggi maka loyalitas penumpang Trans Padang akan rendah atau sebaliknya. Menurut hasil TCR, angka terendah pada pernyataan “Bus Trans Padang dan halte bus Trans Padang memiliki fasilitas yang baik dan menarik”. Hasil tersebut dimungkinkan karena responden penelitian lebih memilih fungsi daripada estetika menurut (Fahmi Yusri, 2013) lebih penting mengoptimalkan aspek fungsional daripada aspek estetika.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Keandalan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang bus Trans Padang. 2) Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang bus Trans Padang. 3) Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang bus Trans Padang. 4) Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang bus Trans Padang. 5) Bukti fisik berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas penumpang bus Trans Padang.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, maka agar dapat meningkatkan loyalitas penumpang pada bus Trans Padang, sebagai berikut: 1) Diharapkan kepada pihak Trans Padang dapat memperbaiki informasi dan pelayanan yang ada pada Trans Padang secara maksimal. Sehingga penumpang bus Trans Padang loyal terhadap Trans Padang. 2) Diharapkan kepada pihak Trans Padang dapat memberikan pelayanan yang tepat waktu kepada penumpang sehingga loyalitas penumpang terhadap bus Trans Padang meningkat. 3) Diharapkan kepada pihak bus Trans Padang dapat selalu memperhatikan penumpang Trans Padang sehingga loyalitas penumpang terhadap bus Trans Padang meningkat. 4) Diharapkan kepada pihak bus Trans Padang selalu sopan dan santun kepada penumpang sehingga loyalitas penumpang terhadap bus Trans Padang meningkat. 5) Diharapkan kepada pihak bus Trans Padang lebih memperhatikan kelengkapan fasilitas bus Trans Padang dan halte bus Trans Padang, sehingga loyalitas penumpang bus Trans Padang meningkat. 6) Diharapkan hasil penelitian ini menjadi acuan penelitian selanjutnya baik itu dengan mencari variabel lain yang mempengaruhi loyalitas penumpang.

DAFTAR PUSTAKA

- Cristhoper Lovelock & Lauren K Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks.
- Fahmi Yusri. (2013). *Desain Gedung Perpustakaan Perguruan Tinggi (Antara Fungsi dan Nilai Estetika)*. STAIN Padang Sidempuan.
- Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi.
- Fandy Tjiptono. (2009). *Pemasaran Strategik (Kedua)*. Andi.
- Griffin, Ricky W., & Ebert, R. J. (2009). *Bisnis (kedelapan)*. Erlangga.
- Haryono Gampo dan Evanita Susi. (2017). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Jambi Permata Tour & Travel Sungai Penuh*.
- Irjayanti, E. dkk. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Esther House of Beauty Manado*. 6.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (ketiga)*. Salemba empat.
- Patras Yuvita. (2013). *Kualitas Jasa Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pasien pada RSUP Prof. Dr. R. D. Kandou Manado*.
- Piter, T. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Primagum Sejati di Makasar*.
- Rohmiati Yuli. (2018). *Model Perilaku Pencarian Generasi Milenial*.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono Fandy, G. C. (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi.
- Weni, W. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pelayanan Pada Ahas Motor Jl. Kalimantan No. 13 Jember)*.
- Yulisetiari Diah. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*.