

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bus Trans Padang Koridor 1

Febsri Susanti^{1✉}, Ade Gusman²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP Padang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, tarif, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pengguna Bus Trans Padang Koridor 1. Faktor-faktor yang diteliti mencakup dimensi kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*), serta pengaruh tarif dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan survei melalui kuesioner kepada 50 responden yang merupakan pengguna Bus Trans Padang Koridor 1 dengan teknik purposive sampling untuk mengetahui tanggapan responden terhadap setiap variabel. Teknik analisis data meliputi, uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis yang meliputi uji T. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan penelitian diperoleh persamaan regresi $Y = -3,248 + 0,335 X1 + 0,120 X2 + 0,666 X3 + 0,238 X4 + 0,027 X5 + -0,083 X6 + 0,356 X7 + e$, yaitu *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), *Empaty* (X5) dan Fasilitas (X7) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan tarif (X6) berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan pengguna bus trans padang koridor 1.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Tarif, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

This research aims to analyze the influence of service quality, tariffs and facilities on customer satisfaction for Trans Padang Corridor 1 Bus users. The factors studied include the dimensions of service quality (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* and *empathy*), as well as the influence of tariffs and facilities on customer satisfaction. This research uses a quantitative method by conducting a survey via questionnaire to 50 respondents who are users of the Trans Padang Corridor 1 Bus with a purposive sampling technique to determine the respondents' responses to each variable. Data analysis techniques include validity tests, reliability tests, descriptive analysis, classical assumption tests including normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, multiple linear regression analysis and hypothesis tests which include the T test. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. Based on research, the regression equation $Y = -3.248 + 0.335 X1 + 0.120 X2 + 0.666 X3 + 0.238 X4 + 0.027 X5 + -0.083 X6 + 0.356 X7 + e$ and significant on customer satisfaction, while the tariff (X6) has a negative effect on customer satisfaction for Trans Padang corridor 1 bus users.

Keywords: Service Quality, Rates, Facilities, Customer Satisfaction.

Copyright (c) 2025 Febsri Susanti

✉ Corresponding author :

Email Address : febsrisusanti@akbpstie.ac.id

PENDAHULUAN

Industri pemasaran saat ini telah melihat beberapa perubahan yang disebabkan oleh meningkatnya inovasi teknologi. Teknologi juga telah mengubah kebiasaan masyarakat, memungkinkan mereka menggunakan teknologi yang tersedia saat ini untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Mobilitas berbagai komponen didasarkan pada kebutuhan mendasar transportasi. Banyak kemajuan dalam bidang transportasi kini terlihat, mulai dari fasilitas transportasi online yang dikendalikan oleh aplikasi web hingga transportasi tradisional seperti angkutan kota (Nuh et al., 2022). Transportasi mempunyai dampak yang besar terhadap perekonomian. Ketika perekonomian menjadi lebih global, beberapa individu harus memiliki tingkat mobilitas yang tinggi untuk menjaga kebebasan memilih masyarakat yang semakin meningkat.

Penciptaan Bus Rapid Transit (BRT) yang dilakukan pemerintah, yang merupakan bentuk angkutan umum yang lebih unggul, terorganisir, aman, efektif, efisien, dan terjangkau, merupakan salah satu strategi pemerintah untuk mengurangi lalu lintas. Pembangunan BRT telah dilakukan di sejumlah kota di Indonesia, termasuk BRT Trans Padang.

Pada tahun 2014, Koridor I Trans Padang (Pusat Kota-Lubuk Buaya) dioperasikan melalui penggunaan rekayasa pihak ketiga. Pihak ketiga membuat kontrak dengan pemerintah untuk menyediakan sistem layanan, dan pembayaran dilakukan dalam satuan kilometer yang dihasilkan.

Pada bulan Februari 2014, Trans Padang mulai beroperasi dengan menggunakan armada sebanyak 15 bus dengan 37 pemberhentian. Jalur Trans Padang membentang sepanjang 33 kilometer dari Pasar Raya Padang hingga Lubuk Buaya, dengan stasiun Imam Bonjol sebagai pemberhentian utama. Stasiun Trans Padang masih terus ditambah untuk memenuhi permintaan penumpang; per Juni 2015, total ada 74 pemberhentian.

Tabel 1. Pengguna Trans Padang Koridor 1 Dari Tahun 2019-2023

Tahun	Jumlah Pengguna
2019	225.135
2020	95.110
2021	125.102
2022	250.203
2023	300.302

Sumber: UPT Trans Padang 2024

Pada data di atas dapat dilihat perkembangan pengguna trans padang dari tahun ke tahun. Pada 2019 jumlah pengguna sebanyak 225.135 orang. Sedangkan pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan karena covid 19 jumlah pengguna hanya 95.110 orang dan 125.102 orang. Kemudian pada tahun 2022 mengalami peningkatan kembali yaitu 250.203 orang. Begitu pula pada tahun 2023 meningkat menjadi 300.302 orang.

Kepuasan pelanggan diukur dengan membandingkan kualitas pelayanan yang mereka peroleh jika tingkat pelayanan memenuhi atau melampaui harapan mereka, mereka akan sangat senang jika tidak, mereka akan merasa tidak puas (Hernikasari et al., 2022).

Agar bisnis dapat mempertahankan klien dan mendapatkan kepercayaan mereka, mereka harus memberikan layanan berkualitas tinggi. Pelanggan akan menjadikan kualitas layanan ini sebagai tolok ukur untuk menentukan baik atau tidaknya layanan yang mereka gunakan.

Selain itu, permasalahan tarif juga merupakan permasalahan yang signifikan dalam sistem operasional transportasi umum. Dalam upaya untuk memastikan

bahwa biaya yang dikenakan kepada penumpang adalah wajar dan sesuai dengan undang-undang terkait, pemerintah daerah menetapkan batas atas dan bawah tarif yang kemudian dimodifikasi untuk mencerminkan biaya pengoperasian kendaraan (Hermansyah et al., 2022).

Fasilitas adalah barang yang langsung tersedia bagi pelanggan dan dapat memberikan kenyamanan, keamanan, kemudahan, dan kebahagiaan dalam memanfaatkan jasa. Mengingat masyarakat merupakan komponen utama pelayanan publik, maka sosialisasi kepada masyarakat menjadi hal yang penting. Untuk mewujudkan hal tersebut, prasarana dan sarana harus dialokasikan dan disediakan (Muhammad Takdir, 2020).

METODOLOGI

Pendekatan yang dipakai ialah kuantitatif, populasi pada penelitian ini yaitu pengguna bus Trans Padang koridor1 dan untuk teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu, bukan berdasarkan daerah atau lapisan, melainkan berdasarkan tujuan penelitian.

Jenis analisis data yang digunakan adalah Uji instrumen yang mencakup uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik mencakup uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis yaitu Uji T.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pernyataan	<i>Corrected Item - Total Correlation</i>	<i>Rule Of Thumb (Standar)</i>	Ket
Y.1	0,784	0,3	Valid
Y.2	0,835	0,3	Valid
Y.3	0,808	0,3	Valid
Y.4	0,710	0,3	Valid
Y.5	0,794	0,3	Valid
Y.6	0,830	0,3	Valid
Y7	0,824	0,3	Valid
Y8	0,825	0,3	Valid
Y9	0,752	0,3	Valid
Y10	0,837	0,3	Valid

Sumber: Data SPSS 23 (Data diolah pada tahun 2025)

Dari tabel di atas terlihat bahwa setiap item yang dapat diterima mempunyai nilai korelasi total item yang terkoreksi antara 0,710 dan 0,837 atau lebih dari 0,3. Oleh karena itu, pernyataan di atas dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Tabel 3. Uji Validitas Variabel *Tangible* (X1)

Item Pernyataan	<i>Corrected Item – Total Correlation</i>	<i>Rule Of Thumb (Standar)</i>	Ket
X1.1	0,703	0,3	Valid
X1.2	0,719	0,3	Valid
X1.3	0,788	0,3	Valid
X1.4	0,721	0,3	Valid
X1.5	0,810	0,3	Valid
X1.6	0,881	0,3	Valid

Sumber: Data SPSS 23 (Data di olah pada tahun 2025)

Terlihat dari tabel di atas bahwa setiap item memiliki nilai korelasi item-total yang dikoreksi lebih besar dari 0,3 dapat disimpulkan bahwa data tersebut valid.

Tabel 4. Uji Validitas Variabel *Reliability* (X2)

Item Pernyataan	<i>Corrected Item – Total Correlation</i>	<i>Rule Of Thumb (Standar)</i>	Ket
X2.1	0,682	0,3	Valid
X2.2	0,702	0,3	Valid
X2.3	0,447	0,3	Valid
X2.4	0,765	0,3	Valid

Sumber: Data SPSS 23 (Data di olah pada tahun 2025)

Terlihat dari tabel di atas bahwa setiap item yang valid memiliki nilai korelasi total item lebih besar dari 0,3.

Tabel 5. Uji Validitas Variabel *Responsiveness* (X3)

Item Pernyataan	<i>Corrected Item – Total Correlation</i>	<i>Rule Of Thumb (Standar)</i>	Ket
X3.1	0,730	0,3	Valid
X3.2	0,778	0,3	Valid
X3.3	0,788	0,3	Valid
X3.4	0,763	0,3	Valid
X3.5	0,678	0,3	Valid
X3.6	0,734	0,3	Valid

Sumber: Data SPSS 23 (Data di olah pada tahun 2025)

Terlihat dari tabel di atas bahwa setiap item yang sah memiliki nilai korelasi item-total yang dikoreksi lebih besar dari 0,3.

Tabel 6. Uji Validitas Variabel *Assurance* (X4)

Item Pernyataan	<i>Corrected Item – Total Correlation</i>	<i>Rule Of Thumb (Standar)</i>	Ket
X4.1	0,781	0,3	Valid
X4.2	0,808	0,3	Valid
X4.3	0,728	0,3	Valid
X4.4	0,740	0,3	Valid
X4.5	0,824	0,3	Valid
X4.6	0,785	0,3	Valid
X4.7	0,650	0,3	Valid
X4.8	0,754	0,3	Valid

Sumber: Data SPSS 23 (Data di olah pada tahun 2025)

Terlihat dari tabel di atas bahwa setiap item yang valid memiliki nilai korelasi item-total terkoreksi lebih besar dari 0,3.

Tabel 7. Uji Validitas Variabel *Empaty* (X5)

Item Pernyataan	<i>Corrected Item - Total Correlation</i>	<i>Rule Of Thumb (Standar)</i>	Ket
X5.1	0,704	0,3	Valid
X5.2	0,792	0,3	Valid
X5.3	0,549	0,3	Valid
X5.4	0,816	0,3	Valid
X5.5	0,782	0,3	Valid
X5.6	0,785	0,3	Valid

Sumber: Data SPSS 23 (Data di olah pada tahun 2025)

Terlihat dari tabel di atas bahwa setiap item yang valid memiliki nilai korelasi total item lebih besar dari 0,3.

Tabel 8. Uji Validitas Variabel Tarif (X6)

Item Pernyataan	<i>Corrected Item - Total Correlation</i>	<i>Rule Of Thumb (Standar)</i>	Ket
X6.1	0,809	0,3	Valid
X6.2	0,885	0,3	Valid
X6.3	0,911	0,3	Valid
X6.4	0,914	0,3	Valid
X6.5	0,889	0,3	Valid
X6.6	0,869	0,3	Valid
X6.7	0,821	0,3	Valid
X6.8	0,840	0,3	Valid

Sumber: Data SPSS 23 (Data di olah pada tahun 2025)

Dari tabel di atas terlihat bahwa setiap item yang valid memiliki nilai korelasi total item lebih besar dari 0,3.

Tabel 9. Uji Validitas Variabel *Fasilitas* (X7)

Item Pernyataan	<i>Corrected Item - Total Correlation</i>	<i>Rule Of Thumb (Standar)</i>	Ket
X7.1	0,675	0,3	Valid
X7.2	0,739	0,3	Valid
X7.3	0,736	0,3	Valid
X7.4	0,809	0,3	Valid
X7.5	0,915	0,3	Valid
X7.6	0,795	0,3	Valid
X7.7	0,749	0,3	Valid
X7.8	0,644	0,3	Valid

Sumber: Data SPSS 23 (Data di olah pada tahun 2025)

Terlihat dari tabel di atas bahwa setiap item yang valid memiliki nilai korelasi total item lebih besar dari 0,3.

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Rule Of Thumb (Standar)	Ket
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,952	0,6	Reliabel
Tangible (X1)	0,919	0,6	Reliabel
Reliability (X2)	0,817	0,6	Reliabel
Responsiveness (X3)	0,904	0,6	Reliabel
Assurance (X4)	0,930	0,6	Reliabel
Empaty (X5)	0,903	0,6	Reliabel
Tarif (X6)	0,965	0,6	Reliabel
Fasilitas (X7)	0,927	0,6	Reliabel

Sumber: Data SPSS 23 (Data di olah pada tahun 2025)

Berdasarkan hasil analisis data, variabel Kepuasan Pelanggan (Y), Tangible (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), Empaty (X5), Tarif (X6), dan Fasilitas (X7) mempunyai nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2-tailed)	Alpha	Ket
0,200	0,05	Terdistribusi Normal

Sumber: Data SPSS 23 (Data diolah pada tahun 2025)

Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis menunjukkan bahwa data berdistribusi normal yang ditunjukkan dengan Asymp. tanda tangan. (2-ekor) > 0,05. Dengan demikian, pengumpulan data lebih lanjut dapat dilakukan.

Tabel 12. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Ket
	Tolerance	VIF	
Tangible (X1)	0,142	7.046	Tidak terdapat gejala multikolinearitas
Reliability (X2)	0,146	6.828	Tidak terdapat gejala multikolinearitas
Responsiveness (X3)	0,185	5.410	Tidak terdapat gejala multikolinearitas
Assurance (X4)	0,175	5.713	Tidak terdapat gejala multikolinearitas
Empaty (X5)	0,288	3.471	Tidak terdapat gejala multikolinearitas
Tarif (X6)	0,180	5.552	Tidak terdapat gejala multikolinearitas
Fasilitas (X7)	0,192	5.215	Tidak terdapat gejala multikolinearitas

Sumber: Data SPSS 23 (Data di olah pada tahun 2025)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai toleransi pada variabel Tangible (X1), Reliability (X2), Assurance (X4), Empaty (X5), Tarif (X6), dan Fasilitas (X7) > 0,1 (tolerance > 0,10), dan VIF < 10 semuanya lebih dari 0. Oleh karena itu, dapat

dikatakan tidak terdapat pengaruh multikolinearitas pada variabel independen manapun.

Tabel 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Alpha	Ket
Tangible (X1)	0.060	0,05	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Reliability (X2)	0.807	0,05	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Responsiveness (X3)	0.949	0,05	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Assurance (X4)	0.798	0,05	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Empaty (X5)	0.559	0,05	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Tarif (X6)	0.106	0,05	Tidak terdapat heteroskedastisitas
Fasilitas (X7)	0.715	0,05	Tidak terdapat heteroskedastisitas

Sumber: Data SPSS 23 (Data di olah pada tahun 2025)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai sig. *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), *Empaty* (X5), Tarif (X6), Fasilitas (X7) > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 14. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel Dependen	Konstanta Dan Variabel Independen	Koefisien Regresi	Sig.
Kepuasan Pelanggan (Y)	Konstanta (a)	-3.248	
	<i>Tangible</i> (X1)	0.335	0.014
	<i>Reliability</i> (X2)	0.120	0.600
	<i>Responsiveness</i> (X3)	0.666	0.000
	<i>Assurance</i> (X4)	0.238	0.030
	<i>Empaty</i> (X5)	0.027	0.783
	Tarif (X6)	-0.083	0.390
	Fasilitas (X7)	0.356	0.000

Sumber: Data SPSS 23 (Data di olah pada tahun 2025)

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -3,248 + 0,335 X_1 + 0,120 X_2 + 0,666 X_3 + 0,238 X_4 + 0,027 X_5 + -0,083 X_6 + 0,356 X_7 + e$$

Uji Hipotesis

Tabel 15. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji T)

Variabel Independen	T-tabel	T-hitung	Sig	Kesimpulan
<i>Tangible</i> (X1)	2.00665	2.560	0.014	H ₁ diterima
<i>Reliability</i> (X2)	2.00665	0.528	0.600	H ₂ ditolak
<i>Responsiveness</i> (X3)	2.00665	5.243	0.000	H ₃ diterima
<i>Assurance</i> (X4)	2.00665	2.250	0.030	H ₄ diterima
<i>Empaty</i> (X5)	2.00665	0.278	0.783	H ₅ ditolak
Tarif (X6)	2.00665	-0.869	0.390	H ₆ ditolak
Fasilitas (X7)	2.00665	4.144	0.000	H ₇ diterima

Sumber: Data SPSS 23 (Data di olah pada tahun 2025)

Berdasarkan hasil uji dapat disimpulkan H1, H3, H4 dan H7 diterima yang menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) sedangkan H2, H5 dan H6 ditolak yang di tunjukan bahwa nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$).

Pembahasan

Pengaruh *Tangible* terhadap kepuasan pelanggan pada bus Trans Padang

Berdasarkan hasil penelitian H1 dapat disimpulkan bahwa variable tangible berpengaruh baik dan seimbang terhadap kepuasan penumpang bus Trans Padang. dimana nilai signifikan $< 0,05$ ($0,014 < 0,05$) dan nilai thitung $2,560 < \text{ttabel } 2,01808$.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan pelanggan pada bus Trans Padang

Berdasarkan hasil penelitian H2 dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang bus Trans Padang. dimana nilai signifikan $< 0,05$ ($0,600 < 0,05$) dan nilai thitung $0,528 < \text{ttabel } 2,01808$.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Agustina & Handayani, 2023), (Riyadi, 2019) hasil dari ketiga penelitian ini menunjukkan bahwa *reliability* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pada bus Trans Padang

Berdasarkan hasil penelitian H3 dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap berdampak menguntungkan dan signifikan terhadap kepuasan penumpang pengguna bus Trans Padang. dimana tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai thitung sebesar $5,243 < \text{ttabel } 2,01808$.

Penelitian yang dilakukan oleh Hamid dan Susanti (2023) bahwa daya tanggap berpengaruh menguntungkan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada bus Trans Padang

Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang pengguna bus Trans Padang menurut hasil penelitian H4. Dalam hal ini nilai thitung sebesar $2,250 < \text{ttabel } 2,01808$ dan nilai signifikan kurang dari 0,05 ($0,030 < 0,05$).

Penelitian ini diawali study yang dilakukan oleh (Hamid & Susanti, 2023) menunjukkan bahwa jaminan memiliki dampak menguntungkan dan signifikan terhadap kebutuhan pelanggan.

Pengaruh *Empaty* terhadap kepuasan pelanggan pada bus Trans Padang

Berdasarkan hasil penelitian H5, variabel *Empaty* tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan penumpang bus Trans Padang. $0.278 < t_{tabel} 2.01808$ dan nilai signifikan $< 0,05$ ($0.783 < 0,05$) merupakan nilai yang dimaksud.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fernos & Gietricen, 2020), (Puspita & Santoso, 2018) dan (Aldila, 2018) hasil dari ketiga penelitian ini menunjukkan bahwa *empaty* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh tarif terhadap kepuasan pelanggan pada bus Trans Padang

Berdasarkan hasil penelitian H6 dapat disimpulkan bahwa variabel tarif mempunyai pengaruh merugikan dan tidak menguntungkan terhadap kepuasan penumpang pengguna bus Trans Padang. dimana nilai signifikan $< 0,05$ ($0,390 < 0,05$) dan nilai thitung $-0,869 < t_{tabel} 2.01808$.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wariki et al., 2015), (Salsabila & Parhusip, 2023) dan (Ozwina et al., 2023) hasil ketiga penelitian tersebut menunjukkan bahwa tarif tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada bus Trans Padang

Berdasarkan hasil pengujian H7, diperoleh bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna bus Trans Padang. Dimana nilai $t_{hitung} 4.144 < t_{tabel} 2.01808$ dan nilai signifikan $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhardi dkk. (2022) berdasarkan hasil penelitian ini fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang menguji pengaruh kualitas pelayanan, biaya, dan fasilitas terhadap kepuasan penumpang bus Trans Padang koridor 1 dengan menggunakan SPSS, dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pertama, *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sesuai dengan hipotesis pertama (H1). Kedua, *reliability* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua (H2). Ketiga, *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sesuai dengan hipotesis ketiga (H3). Keempat, *assurance* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sesuai dengan hipotesis keempat (H4). Di sisi lain, *empaty* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, berdasarkan hasil pengujian hipotesis kelima (H5). Selain itu, tarif tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menurut hipotesis keenam (H6). Terakhir, fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sesuai dengan hipotesis ketujuh (H7).

Referensi:

- Adiyanto, Y. (2020). *Pengaruh Harga Trayek dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Bus Damri Trayek Serang-Sumut Di Kantor Cabang Perum Damri Serang*. 3(2), 40–52.
- Agus Dharmanto¹, Novita Wahyu Setyawati², D. S. W. P. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Fasilitas Pelayanan Publik Pada Pengguna Trans Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol.2No.11(3), 1–12. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/1396>
- Agustina, R., & Handayani, S. (2023). HHC RSPP Patient Satisfaction and the Impact of Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, and Responsiveness. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(2), 799–810. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v2i2.3032>
- Ajib, A. F., Priadi, A., Sufri, M., & As'ad, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ada Produk Pisang Goreng Nugget Cabang Pettarani Makassar. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), 111-119.
- Alfajar, F., Mustainah, Tawil, M., & Polii, J. J. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Makasar Jeans House Kota Palu*. 1(1996).
- Apriliani, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Water Garden Hotel Candidasa Bali. *Jurnal Emas*, 3(3), 217–230.
- Basalamah, S. A. (2020). Strategi pemasaran jasa dalam meningkatkan jumlah nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar. *Jurnal Ekonomika*, 4(1), 73-81.
- Chaerudin, S. M., & Syafarudin, A. (2021). The Effect Of Product Quality, Service Quality, Price On Product Purchasing Decisions On Consumer Satisfaction. *Ilomata International Journal of Tax and Accounting*, 2(1), 61–70. <https://doi.org/10.52728/ijtc.v2i1.202>
- Deni, M., Trianto, A., Bangsawan, A., Welly Angga Permana, K., & Sjakhyakirti, U. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Teman Bus Pt. Trans Musi Palembang Jaya di Kota Palembang. *Jurnal EK&BI*, 5(2), 364–372. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i2.599>
- Fatullah, A. I., & Saryanti, E. (2022). *Aktual : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan ISSN : The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction Po . BUS " SAND PAPER " Karanganyar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Po . BUS " SAND PAPER " Aktual : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*. 7(1), 30–46.
- Geebren, A., & Jabbar, A. (2021). Factors that influence customer trust and satisfaction in mobile banking: A problematization approach. *International Journal of E-Business Research*, 17(3), 66–82. <https://doi.org/10.4018/IJEER.2021070105>
- Hamid, A., & Susanti, F. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada mahasiswa pengguna layanan GO-jek di STIE KBP Padang). *Jurnal Economina*, 2(3), 836–847. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.405>
- Hermansyah, H., Amsuardiman, A., & Nawawi, M. (2022). Evaluasi Penggunaan Moda Transportasi Bus Trans Metro Deli Rute Lapangan Merdeka - Pinang Baris Di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Teknik Sipil Dan Arsitektur (JITAS)*, 1(2), 77–89. <https://doi.org/10.31289/jitas.v1i2.1452>
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>
- Husna, N. L., & Asri, Z. (2022). Perkembangan Trans Padang Sebagai Transportasi Umum di Kota Padang (2014-2020). *Jurnal Kronologi*, 4(3), 136–146.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Muafatun, Muhammad Syaifulloh, & Hendri Sucipto. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(3), 387–399. <https://doi.org/10.55606/jimak.v1i3.520>

- Muhammad Takdir. (2020). Implementasi Pelayanan Kartu E-Money (Brizzi) Pada Bus Trans Padang. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 1(1), 73-84. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v1i1.422>
- Nuh, M. A., H, S. M., & Syarkawi, M. T. (2022). Analisis Pemilihan Moda Transportasi Online dan Angkutan Kota bagi Pegawai Balai Besar Pelaksana Jalan Nasional. *Jurnal Konstruksi: TeKNik, InfraSTRUKtur, Dan Salns*, 1(2), 21-28. <http://pasca-umi.ac.id/index.php/kons/article/view/1015>
- Prianto, R. S., Ekonomi, F., & Semarang, U. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO. ROSLIANA INDAH.*
- Putra, A. H. P. K., Ridha, A., & As' ad, A. (2018). Celebrity Endorser Pada Jejaring Sosialinstagram Untuk Menarik Minat Pembelian Calon Konsumen. *Jurnal Economic Resource*, 1(1), 86-89.
- Rifai, A. D., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Human Capital Development*, 9(3), 1-13.
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327-1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Sari, N. K., & As' ad, A. (2022). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Pokana Saat Pandemi di Makassar. *Amkop Management Accounting Review (AMAR)*, 2(1), 63-70.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31-41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran (Edisi ke-4)*. Andi.
- Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073-1085. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>
- Wuryano, G., Ruspitasari, W., & Handoko, Y. (2024). Pengaruh Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness Dan Assurance Terhadap Kepuasan Konsumen Di Swalayan Luwes Pati. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 2(1), 613-618. <https://doi.org/10.32815/jiram.v2i1.47>