

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN  
DAMPAKNYA TERHADAP CITRA PERUSAHAAN  
(Studi Kasus Jasa Transportasi PO Nusantara Jurusan Bandung-Kudus Tahun 2013)**

***The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction And Its Impact On Corporate Image  
(Case Studies Transportation Service PO Nusantara Route Bandung-Kudus in 2013)***

Yanuar Rizky Tiarmanto<sup>1</sup>

---

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan citra perusahaan pada bus PO Nusantara jurusan Bandung – Kudus PP. Kemudian juga untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kepuasan konsumen terhadap citra perusahaan, serta pengaruh pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap citra perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang bus PO Nusantara jurusan Bandung – Kudus PP dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, teknik pengambilan sampling non probability dengan metode purposive sampling. Data yang terkumpul keseluruhan kemudian diolah dengan menggunakan teknik analisis jalur. Berdasarkan hasil penelitian ini, terkait respon pelanggan terhadap kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan citra perusahaan termasuk dalam kategori sangat baik

Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa kualitas layanan (X) memberikan pengaruh sebesar 37,6% terhadap kepuasan konsumen (Y), kepuasan konsumen (Y) memberikan pengaruh sebesar 20,7% terhadap citra perusahaan (Z), dan kualitas layanan dan kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh terhadap citra perusahaan sebesar 29,94%. Dalam penelitian ini disarankan PO Nusantara harus terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang akan berpengaruh pada kepuasan konsumen dan citra perusahaan yang akan semakin baik lagi dimata pengguna jasa PO Nusantara.

Kata kunci : kualitas layanan, kepuasan konsumen , citra perusahaan

---

<sup>1</sup> Peneliti merupakan Sarjana Manajemen Bisnis (SMB.) lulusan dari Telkom University Bandung.

## PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan ekonomi yang sangat pesat, membuat begitu banyak aktivitas yang harus dilakukan manusia guna mendukung perkembangan ekonomi. Aktivitas manusia tidak hanya berada di suatu tempat saja, maka dari itu, diperlukannya sarana transportasi agar mempermudah dan memperlancar perpindahan dari satu tempat ke tempat lain. Banyaknya orang yang mencari nafkah atau pekerjaan, maupun belajar bahkan berlibur di suatu daerah atau ke kota seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, dan lain – lain, merupakan salah satu sebab diperlukannya transportasi antar provinsi yang merupakan faktor sangat penting.

Moda transportasi umum yang digunakan di Indonesia jenisnya beragam antara lain: pesawat terbang, kereta api, kapal laut, bus dan lain-lain . PO Nusantara merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi darat dengan jasa bus. Selain PO Nusantara, perusahaan sejenis yang memiliki rute perjalanan yang sama (<http:kaskus.co.id> diakses pada tanggal 19 agustus 2014) dan fasilitas pelayanan kurang lebih hampir sama antara lain:

1. PO Pahala Kencana
2. PO Kramat Djati
3. PO Bandung Express
4. PO Shantika, dll.

PO Nusantara melayani kebutuhan transportasi yang berkualitas salah satunya rute perjalanannya adalah Bandung – Kudus PP. Adapun jenis kelas yang disediakan oleh PO Nusantara dalam melayani rute Bandung – Kudus PP disajikan dalam Tabel 1.1.

**Tabel 1.1**

**Jenis Kelas dan Spesifikasi Bus Nusantara Rute Bandung – Kudus PP**

JENIS KELAS	KOTA TUJUAN	WAKTU BERANGKAT	HARGA TIKET	FASILITAS
PATAS AC	Kudus	06.00	Rp 85000*	Seat 2-2, Rec seat, AC, TV,VCD – DVD, Toilet
EKSEKUTIF	Kudus	18.30	Rp 105.000*	Seat 2-2, Rec seat AC, TV, VCD – DVD, GPS, 1x makan prasmanan, Toilet
SUPER EKSEKUTIF	Kudus	18.30	Rp 165.000*	Seat 2-1, Electric seat AC, TV, VCD – DVD, GPS, 1x makan prasmanan, Toilet

\* harga sewaktu – waktu bisa berubah

Dari tabel diatas atas menunjukkan bahwa jenis dan spesifikasi bus Nusantara diminati oleh penumpang. berikut daftar jumlah penumpang bus Nusantara Bandung – Kudus PP selama tahun 2012 dapat dilihat pada Tabel 1.2 dan Tabel 1.3.

Bulan	Jumlah Penumpang Kelas	
	Super Eksekutif	Eksekutif
<b>Januari</b>	576	1570
<b>Februari</b>	549	1400
<b>Maret</b>	577	1482
<b>April</b>	564	1478
<b>Mei</b>	584	1439
<b>Juni</b>	561	1384
<b>Juli</b>	589	1527
<b>Agustus</b>	589	2390
<b>September</b>	561	1355
<b>Oktober</b>	579	1716
<b>November</b>	560	1655
<b>Desember</b>	583	1590
Total	<b>6872</b>	<b>18986</b>

**Tabel 1.2**

**Jumlah Penumpang Bus Nusantara Rute Bandung – Kudus Selama Tahun 2012**

Sumber : PO Nusantara (diolah penulis),2013

**Tabel 1.3**

**Jumlah Penumpang Nusantara Rute Kudus – Bandung Selama Tahun 2012**

Bulan	Jumlah Penumpang Kelas	
	Super Eksekutif	Eksekutif
<b>Januari</b>	578	2988
<b>Februari</b>	542	2267
<b>Maret</b>	581	2593
<b>April</b>	566	2502
<b>Mei</b>	583	2565
<b>Juni</b>	564	2472
<b>Juli</b>	575	2458
<b>Agustus</b>	580	6053
<b>September</b>	559	3011
<b>Oktober</b>	584	2516
<b>November</b>	554	2449
<b>Desember</b>	571	2599
<b>Total</b>	<b>6837</b>	<b>34473</b>

Sumber : PO Nusantara (diolah penulis), 2013

Melihat banyaknya perusahaan otobus yang menawarkan jasa transportasi antar kota antar provinsi membuat perusahaan otobus perlu meningkatkan kualitas layanannya guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga citra perusahaan (<http://suaramerdeka.com> diakses pada 22 april 2013). Menurut Kotler & Armstrong (2008:16) Kepuasan konsumen tergantung pada persepsi relatif terhadap ekspektasi pembeli. Jika persepsi tidak memenuhi ekspektasi, konsumen kecewa. Jika persepsi sesuai dengan ekspektasi, konsumen puas. Jika persepsi melebihi ekspektasi, konsumen sangat puas.

Namun dalam kenyataannya masih ada saja konsumen yang masih merasa belum puas pada layanan PO Nusantara. Seperti pelayanan yang masih kurang dalam melayani penumpang, armada bis yang bermasalah. Maka dari itu PO Nusantara berusaha selalu memberikan pelayanan yang terbaik dan menanggapi keluhan-keluhan penumpang dengan cepat (<http://facebook.com/nu3tara> diakses pada 19 agustus 2014).

Menurut Sutojo, Siswanto (2004 : 42) ada beberapa jenis citra perusahaan yang ditonjolkan perusahaan besar, menengah, atau kecil yaitu citra eksklusif, citra inovatif, dan citra murah meriah. Dengan adanya persaingan tersebut, kesadaran untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya maka PO Nusantara selalu memberikan inovasi – inovasi baru dalam melakukan layanan kepada penumpang (<http://suaramerdeka.com> diakses pada 22 april 2013) mulai dari armada bus baru (<http://haltebus.com> diakses pada 22 april 2013).

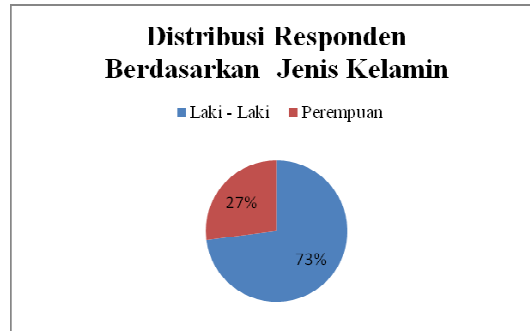
Penelitian ini ingin mencari bagaimana tanggapan responden terhadap kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan citra perusahaan pada PO Nusantara jurusan Bandung – Kudus PP. Seberapa besar kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada PO Nusantara jurusan Bandung – Kudus PP. Seberapa besar kepuasan konsumen mempengaruhi citra perusahaan pada PO Nusantara jurusan Bandung – Kudus PP. Seberapa besar kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap citra perusahaan pada PO Nusantara jurusan Bandung – Kudus PP.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan citra perusahaan pada PO Nusantara jurusan Bandung – Kudus PP. Untuk mengetahui seberapa besarkualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada PO Nusantara jurusan Bandung – Kudus PP. Untuk mengetahui kepuasan konsumen mempengaruhi citra perusahaan pada PO Nusantara jurusan Bandung – Kudus PP. Untuk mengetahui kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap citra perusahaan pada PO Nusantara jurusan Bandung – Kudus PP.

## PEMBAHASAN

Penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah disriptif yang bersifat kausal dengan menyebarkan 100 kuesioner terhadap pelanggan Bus Nusantara Jurusan Bandung-Kudus. Data yang dikumpulkan, diolah dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Berikut adalah gambaran umum karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan penggunaan bus PO Nusantara per bulan. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 4.1.

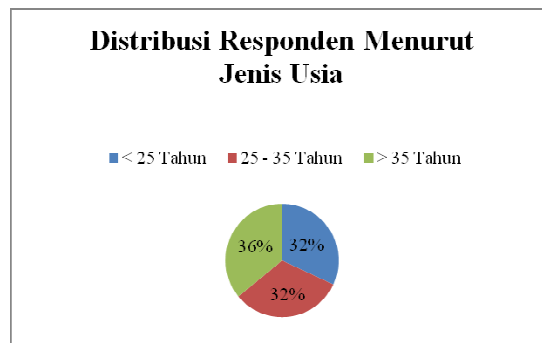
**Gambar 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



Sumber: Data primer yang telah diolah, 2013

Pada gambar 4.1 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki - laki memiliki jumlah terbanyak yaitu 73%, sedangkan sisanya jenis kelamin perempuan sebanyak 27%. Karakteristik Responden Berdasarkan Usiadapat dilihat pada gambar 4.2

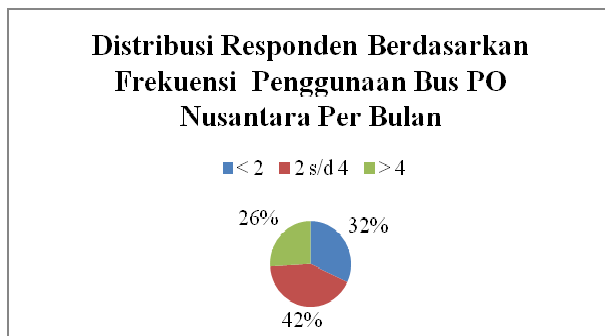
**Gambar 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**



Sumber: Data primer yang telah diolah, 2013

Pada gambar 4.2 menunjukkan bahwa responden dengan usia > 35 tahun memiliki jumlah terbanyak sebesar 36%, dan sedangkan usia 25 – 35 tahun dan usia < 25 masing – masing sebesar 32%. Karakteristik Responden Berdasarkan Usiadapat dilihat pada gambar 4.3

**Gambar 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Bus PO Nusantara per Bulan**



Sumber: Data primer yang telah diolah, 2013

Pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa responden yang menggunakan bus Po Nusantara <2 kali dalam sebulan sebanyak 32%, sementara responden yang menggunakan bus Po Nusantara 2-4 kali dalam sebulan sebanyak 42%, sedangkan sisanya responden yang menggunakan bus Po Nusantara > 4 kali dalam sebulan sebanyak 26%.

Untuk menghitung besarnya pengaruh kehandalan, daya tanggap, jaminan, empathy, dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan PO Nusantara Jurusan Bandung – Kudus digunakan koefisien determinasi yaitu 30,8%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kehandalan, daya tanggap, jaminan, empathy, dan bukti fisik dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap terhadap kepuasan pelanggan sebesar 30,8%. Sedangkan sisanya sebesar 69,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hipotesis simultan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.  $H_0: \rho_{yx_1} = \rho_{yx_2} = \rho_{yx_3} = \rho_{yx_4} = \rho_{yx_5} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara kehandalan, daya tanggap, jaminan, empathy, dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan PO Nusantara Jurusan Bandung – Kudus
2.  $H_1: \rho_{yx_1} = \rho_{yx_2} = \rho_{yx_3} = \rho_{yx_4} = \rho_{yx_5} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh antara kehandalan, daya tanggap, jaminan, empathy, dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan PO Nusantara Jurusan Bandung – Kudus

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis dengan uji F untuk menguji apakah kehandalan, daya tanggap, jaminan, empathy, dan bukti fisik secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{(n - k - 1)R^2_{yx_1x_2\dots x_k}}{k(1 - R^2_{yx_1x_2\dots x_k})}$$

Kriteria uji, tolak  $H_0$  jika F hitung  $> F_{\alpha}(k;n-k-1)$ , dengan  $F_{\alpha}(k;n-k-1)$  diperoleh dari tabel distribusi F dengan  $\alpha = 5\%$  dan derajat bebas  $db_1 = k$ , dan  $db_2 = n-k-1$

$$F = \frac{(100 - 5 - 1) \times 0,3082}{5(1 - 0,3082)} = 8,376$$

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai F hitung sebesar 8,376. Karena nilai F hitung (8,376)  $>$  F tabel (2,31), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), empathy (X4), dan bukti fisik (X5) secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Karena hasil pengujian secara keseluruhan memberikan hasil yang signifikan, maka untuk mengetahui variabel bebas mana yang secara individual berpengaruh nyata terhadap Y dapat dilanjutkan dengan pengujian secara individual. Untuk menguji koefisien jalur secara individu, terlebih dahulu ditentukan rumusan hipotesisnya sebagai berikut:

1.  $H_0 = \rho_{yx_1} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh kehandalan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).  
 $H_1 = \rho_{yx_1} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh kehandalan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2.  $H_0 = \rho_{yx_2} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh daya tanggap (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

- $H_1 = \rho_{yx_2} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh daya tanggap ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).
- $H_0 = \rho_{yx_3} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh jaminan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).  
 $H_1 = \rho_{yx_3} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh jaminan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).
  - $H_0 = \rho_{yx_4} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh empati ( $X_4$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).  
 $H_1 = \rho_{yx_4} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh empati ( $X_4$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).
  - $H_0 = \rho_{yx_5} = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh bukti fisik ( $X_5$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).  
 $H_1 = \rho_{yx_5} \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh bukti fisik ( $X_5$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

Setelah melakukan uji t parsial untuk tiap-tiap sub variabel *service quality*, hasil t hitung dapat dibandingkan dengan t tabel (1,98) untuk memperoleh kesimpulan apakah  $H_0$  ditolak ataupun diterima. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.19 sebagai berikut:

**Tabel 4.19**  
**Pengujian hipotesis Parsial Variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$**

Koefisien Jalur	t-hitung	t-tabel	Kesimpulan
$X_1 = 0.0176$	0,205	1,984	$H_0$ Ditolak
$X_2 = -0,0425$	-0,399	1,984	$H_0$ Ditolak
$X_3 = 0.2908$	2,575	1,984	$H_0$ Ditolak
$X_4 = 0.2575$	2,423	1,984	$H_0$ Ditolak
$X_5 = 0.1870$	1,950	1,984	$H_0$ Ditolak

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2014

Untuk melihat lebih jauh tentang besar pengaruh langsung dan tidak langsung dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga secara statistik dinyatakan berpengaruh, berikut tabel 4.20 menyajikan rincian pengaruh langsung dan tidak langsungnya.

**Tabel 4.20**  
**Pengaruh Sub variabel Reliabilitas ( $X_1$ ), Daya tanggap ( $X_2$ ), Jaminan ( $X_3$ ), Empati ( $X_4$ ) dan Bukti fisik ( $X_5$ ) terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ )**

Sub Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh tidak langsung (melalui), dalam %					Pengaruh Tdk Langsung	Total (%)
			$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_4$	$X_5$		
$X_1$	0,018	0,03		0,01	-0,02	0,03	0,03	0,05	0,08
$X_2$	-0,043	0,18	0,01		-0,69	-0,48	-0,12	-1,28	-1,10
$X_3$	0,291	8,46	-0,02	-0,69		3,49	1,89	4,68	13,13
$X_4$	0,257	6,63	0,03	-0,48	3,49		1,87	4,91	11,54
$X_5$	0,187	3,50	0,03	-0,12	1,89	1,87		3,67	7,17
Total Pengaruh									30,822

Sumber : Hasil olah data, 2014

- Reliability ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ( $Y$ ), sebagaimana telah disajikan pada uji-t dengan total pengaruh sebesar 0,08%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 0,03% dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,05%.

2. Responsiveness ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y), sebagaimana telah di sajikan pada uji-t dengan total pengaruh sebesar -1,10%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 0,18% dan pengaruh tidak langsung sebesar -1,28%.
3. Assurance ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), sebagaimana telah di sajikan pada uji-t dengan total pengaruh sebesar 13,13%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 8,46% dan pengaruh tidak langsung sebesar 4,68%.
4. Empaty ( $X_4$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), sebagaimana telah di sajikan pada uji-t dengan total pengaruh sebesar 11,54%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 6,63% dan pengaruh tidak langsung sebesar 4,91%.
5. Tangible ( $X_5$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), sebagaimana telah di sajikan pada uji-t dengan total pengaruh sebesar 7,17%, terdiri atas pengaruh langsung sebesar 3,50% dan pengaruh tidak langsung sebesar 7,17%.

Hasil penelitian berdasarkan uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari jaminan dan empati memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan PO Nusantara Jurusan Bandung-Kudus PP, sedangkan reliabilitas, daya tanggap, dan bukti fisik tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik memiliki pengaruh sebesar 30,82% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 69,18% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Melihat besarnya pengaruh tersebut, maka untuk membentuk kepuasan pelanggan PO Nusantara Jurusan Bandung-Kudus yang baik, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Secara parsial, pengaruh terbesar dimiliki jaminan sebesar 8,46 %, kemudian empati sebesar 6,63%, kemudian bukti fisik 3,5 %, kemudian daya tanggap 0,18% dan yang terkecil yaitu kehandalan sebesar 0,03%.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kepuasan konsumen (Y) memberikan pengaruh sebesar 20,7% terhadap citra perusahaan (Z), sementara sisanya sebesar 79,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap kepuasan konsumensebesar 19.92%. Secara parsial kepuasan konsumen terhadap citra perusahaan sebesar 10.02%. Kualitas layanan dan kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh terhadap citra perusahaan sebesar 29,94%, sementara sisanya 70.06% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang penulis lakukan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap citra perusahaan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil tanggapan responden, secara keseluruhan kualitas layanan, kepuasan konsumen dan citra perusahaan pada PO Nusantara jurusan Bandung-Kudus PP memperoleh tanggapan yang sangat baik sebagai berikut:
  - a. Variabel kualitas layanan dilihat dari 5 dimensi dimulai dari dimensi reliabilitas yang termasuk dalam kategori baik dengan presentase skor sebesar 78% , dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yang termasuk dalam kategori baik dengan presentase skor 80.5%, dimensi jaminan (*assurance*) yang termasuk dalam kategori sangat baik dengan presentase skor 86.16%, dimensi empati (*empathy*) yang termasuk dalam kategori sangat baik dengan presentase skor 81.5%, dimensi bukti fisik (*tangible*) yang termasuk dalam kategori sangat baik dengan presentase skor 85.75%.
  - b. Untuk variabel kepuasan konsumen secara keseluruhan memperoleh tanggapan sangat baik dari responden dengan persentase skor 84.25%.
  - c. Untuk variabel citra perusahaan secara keseluruhan memperoleh tanggapan sangat baik juga, dilihat dari dimensi *personality* termasuk kategori sangat baik dengan persentase sebesar 86.75%, dimensi *reputation* termasuk kategori sangat baik dengan persentase sebesar 85.75%.



dimensi *value* termasuk kategori sangat baik dengan persentase sebesar 85.25%, dimensi *corporate identity* termasuk kategori baik dengan persentase sebesar 74.62%.

2. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kualitas layanan (Reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik) secara simultan memberikan pengaruh sebesar 30,82% terhadap kepuasan konsumen (Y), sementara sisanya sebesar 69,18% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar kualitas layanan (X) seperti faktor harga, lokasi dan lain-lain. Melihat besarnya pengaruh tersebut, maka untuk membentuk kepuasan pelanggan PO Nusantara Jurusan Bandung-Kudus PP yang baik, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayananyang lebih baik lagi. Secara parsial, pengaruh terbesar dimiliki pada dimensi jaminan sebesar 8,46% kemudian empati sebesar 6,63%, kemudian bukti fisik sebesar 3,50%, kemudian daya tanggap sebesar 0,18%, dan yang terkecil yaitu reliabilitas sebesar 0,03%.
3. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kepuasan konsumen(Y) memberikan pengaruh sebesar 20,7% terhadap citra perusahaan(Z), sementara sisanya sebesar 79,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar kepuasan konsumen (Y).
4. Berdasarkan hasil penelitian,diketahui bahwa pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap kepuasan konsumensebesar 19.92%. Secara parsial kepuasan konsumen terhadapcitra perusahaan sebesar 10.02%. Kualitas layanan dan kepuasan konsumen secara simultan berpangaruh terhadap citra perusahaan sebesar 29,94%, sementara sisanya 70.06% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Melihat besarnya pengaruh tersebut, maka peningkatan kualitas pelayanan sangat diperlukan untuk membuat pelanggan puas dan juga untuk membentuk citra perusahaan pada PO Nusantara Jurusan Bandung-Kudus PP yang baik.

Adapun saran yang ingin disampaikan kepada obyek penelitian berdasarkan hasil dari penelitian seabagi berikut:

1. Berdasarkan analisis deskriptif, diketahui bahwa hasil skor tanggapan terhadap variabel kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan citra perusahaansudah berada pada kategori sangat baik. Maka dari itu PO Nusantara harus terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas layananyang akan berpengaruh pada kepuasan konsumen dan citra perusahaan yang akan semakin baik lagi dimata pengguna jasa PO Nusantara.
2. Berdasarkan uji t dapat diketahui bahwa hanya variabel jaminan dan empati memiliki pengaruh yang terhadap kepuasan pelanggan, terutama bukti fisik yang memiliki pengaruh terbesar. Sedangkan daya tanggap, kehandalan, dan bukti fisik tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Terkait hal ini PO Nusantara sebaiknya meningkatkan hal-hal yang menyangkut daya tanggap, kehandalan dan bukti fisik seperti, ketepatan waktu keberangkatan, melayani penumpang dengan cepat, kenyamanan ruang tunggu, tempat duduk bus nyaman, memiliki fasilitas AC audio visual, dan lain-lain karena hal tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PO Nusantara Jurusan Bandung-Kudus.
3. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator yang memperoleh presentase yang paling kecil adalah logo dan warna yang mudah dikenal pada dimensi *corporate identity* sebesar 66.5%. Terkait dengan itu PO Nusantara harus membuat logo pada perusahaan yang mudah dikenal dan warna yang lebih menarik agar lebih mudah dikenal penumpang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, M & Muhaidin, A Sambas.(2011). *Dasar-dasar Metode Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Pustaka Setia
- Arikunto, Suharsimi.(2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi 5* .Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N. (2003). *Basic Econometrics*” fourth edition McGraw-Hill, New York.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran* Jakarta: Erlangga
- Kotler, P., & Keller K (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

- Kotler, P., & Keller K (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kusnendi. (2008). *Model-Model Persamaan Struktural*. Bandung : Alfabeta
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Service Marketing – People, Technology, Strategy*. (7<sup>th</sup> edition) New Jersey, United States: Pearson Education
- Matondang, Zulkifli. (2012). *Analisis Jalur (Path Analysis)*.tersedia : <http://www.zulkiflimatondang.com> [23 Agustus 2014]
- Mulyana, Iman. (2009). *Citra Perusahaan* tersedia : <http://www.slideshare.net/imanmulyana/citra-perusahaan> [8 April 2013]
- Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta : Rajawali Press
- Riduwan & Akdon. (2010). *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Cetakan Keempat. Bandung : CV Alfabeta
- Riduwan & Kuncoro.(2007). *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis*. Bandung: CV Alfabeta
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodeologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi keempat: Buku 1. Jakarta: Salemba Empat
- Sekaran, Uma. (2007). *Metodeologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi keempat: Buku 2. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2008).*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan Keempat. Bandung: CV.Alfabeta
- Sugiyono.( 2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV.Alfabeta
- Sutojo, Siswanto. (2004). *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: PT Damar Mulia Perusahaan
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. (2011). *Service, Quality & Satisfaction* (Ed: 3) Yogyakarta: Andi.
- Umar, Husein .(2008).*Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.Jakarta : Raja Grafindo Persada

## Jurnal

- Assegraff, Mohammad.(2009).*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT Garuda di Kota Semarang)*. EKSOBIS Vol.10, no 2, 171 – 196. Retrived from [www.digilib.ui.ac.id/file?file=pdf/abstrak-130833.pdf](http://www.digilib.ui.ac.id/file?file=pdf/abstrak-130833.pdf)
- Atsatalada,Nanda & Mudiantono. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi PO Sumber Alam (Studi kasus pada penumpang bus Sumber Alam jurusan Yogyakarta-Jakarta)*. Diponegoro Journal Of Management Volume 1, Nomor 1, Halaman 200-21. Retrived from <http://eprints.undip.ac.id/36191/1/ATSATALADA.pdf>
- Elgin and V. R. Nedunchezian. (2012).*An Analytical Study into the Effect of Service Quality on the Perception of Domestic Airline Image with Special Reference to Frequent Fliers at Trivandrum City in India*. European Journal of Social Sciences ISSN 1450-2267 Vol.29 No.4, pp. 521-527. Retrived from ijtte
- Hu, Kai Chieh and Huang, Mei Chieh (2011). *Effects of Service Quality, Innovation and Corporate Image on Customer's Satisfaction and Loyalty of Air Cargo Terminal*. International Journal of Operations Research Vol.8, No. 4, 36-47. Retrived from orstw
- Nurfanti, Yulivieta.( 2009 ). *Faktor-Faktor Kualitas Layanan Yang Dipertimbangkan Pelanggan (Studi Pada Angkutan Umum Taksi di Malang)* WACANA Vol.12No.4. Retrived from <http://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/160>
- Sukmawati, Kartika.(2011). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Kereta Api EKSEKUTIF*. Retrived from <http://repository.gunadarma.ac.id/handle/123456789/1232>
- Sumaedi, Sik. Yuda Bakti, I Gede Mahatma. Yarmen, Medi. *The Empirical Study Of Public Transport Passenger' Behavioral Intentions: The Roles Of Service Quality, Perceived Sacrifice, Perceived Value, And Satisfaction (Case Study: Paratransit Passengers In Jakarta)*. International Journal for Traffic and Transport Engineering, 2012, 2(1): 83 – 97. Retrived from ijtte
- Tumpal P, Handro.(2012). *Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Management Analysis Journal 1 (1). Retrived from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>

Yeung, I M H (2012). "A Study of Passengers' Loyalty in a Hong Kong Franchised Bus Company", Journal of Business and Policy Research, World Business Institute, Australia, 7, 3, 78-87. Retrived from wbiaus

### **Skripsi**

- Agustina, Vina. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan loyalitas Pelanggan Joglosemar Bus (Studi Pada Wilayah Semarang Town Office). Skripsi pada Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro: Universitas Diponegoro
- Dharmadewi A, Ni Putu Cempaka. (2011). Pengaruh kewajaran harga, Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Domestik Garuda Indonesia. Tesis pada Program Pasca Sarjana Universitas Udayana Denpasar: Universitas Udayana Denpasar
- Fahmi, Hifmi Ali. (2009). Analisis pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Transportasi PT Garuda Indonesia Airways di Jakarta. Skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional Veteran : UPN Veteran
- Muharam, Husni. (2010). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Customer Satisfaction Dan Dampaknya Terhadap Corporate Image Pada Bank Perkreditan Rakyat Karyajatnika Sadaya (BPR KS) Cabang Garut. Skripsi pada Fakultas Ekonomi Universitas Garut: Tidak Diterbitkan
- Mutia, Mira Nur. (2008). Citra Pelayanan Jasa Kapal Penumpang PT Pelni Office Jakarta. Skripsi pada Program Studi Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor : IPB
- Pratiwi, Ade Duana. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Kereta Api Kaligungmas Kelas eksekutif Pada PT KAI DAOP 4 Semarang. Skripsi pada Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro: Universitas Diponegoro
- Yuda, Hendra Sukma. (2011). Pengaruh Kepercayaan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Untuk Menggunakan Jasa Transportasi Bus PT. ALS Rute Medan – Padang. Skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi universitas Sumatera Utara : USU