

## PENGARUH KUALITAS JASA DAN HARGA TRANSPORTASI *ONLINE* SERTA RASIONALITAS DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI TRANSPORTASI KONVENTSIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SMK TIK DARUSSALAM MEDAN

<sup>1</sup>Al Firah, <sup>2</sup>Teuku Syahril Daoed  
Dosen Universitas Dharmawangsa Medan Fakultas Ekonomi Manajemen

### ABSTRAKSI

Semakin banyaknya transportasi *online* berdampak padasemakin ketatnya persaingan, berbagai penolakan muncul, khususnya dari para pengemudi transportasi konvensional. Mereka menilai, kehadiran transportasi *online* telah mematikan mata pencaharian mereka. Penghasilan yang mereka peroleh pun terus menurun. Jumlah transportasi *online* dari hari ke hari terus bertambah, tanpa ada peraturan yang jelas dari pemerintah. Peningkatan itu langsung berdampak pada jumlah transportasi konvensional yang terus menurun. Tujuan penelitian ini adalah untuk Menganalisa pengaruh kualitas jasa, harga transportasi *online*serta rasionalitas dalam mempertahankan eksistensi transportasi konvensional terhadap kepuasan pelanggan pada SMK TIK Darussalam Medan. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data yaitu regresi linier sederhana dengan sampel sebanyak 150 orang. Hasil penelitian secara parsialmenatakan bahwapengaruh dari ketiga variabel independen adalah positif tetapi 2 (dua) variabel signifikan dan 1 (satu) variabel tidak signifikan antara lain: Kualitas Jasa ( $X_1$ )Transportasi *Online*berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan( $Y$ ) jasa transportasi( $0,031 < 0,05$ ). Harga ( $X_2$ )Transportasi *Online*berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) jasa transportasi ( $0,003 < 0,05$ ). Rasionalitas Dalam Mempertahankan Eksistensi Transportasi Konvensional( $X_3$ )berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan jasa transportasi ( $0,091 > 0,05$ ). Saran penelitian adalah transportasi *online*dan konvensional berusaha dalam meningkatkan jasa terbaik dan kesesuaian harga dengan manfaat dan harapan pelanggan.

**Kata Kunci:** *kualitas jasa, harga, rasionalitas, eksistensi, kepuasan pelanggan*

### A. PENDAHULUAN

Era modern ini masyarakat mempunyai aktivitasyang beragam dan untuk memenuhi aktivitas tersebutmasyarakat memerlukan adanya transportasi sebagai alatpenunjang/alat bantu dalam melakukan aktivitasnya.Oleh karena itu pengusaha jasa transportasi berlomba-lomba menggaet konsumennya dengan peningkatanpelayanan, kemudahan pemesanan, kenyamanan *driver*,ketepatan waktu dan lain sebagainya.Kemajuan yang sangat pesat di bidangteknologi informasi memberikan pengaruhyang besar terhadap berbagai aspekkehidupan manusia. Pengaruh yang palingnyata terlihat pada perubahan mendasarterhadap cara orang melakukan transaksi,terutama dalam dunia bisnis. Internet sangat dibutuhkan untukmemenuhi kebutuhan masyarakat.Kehadiran jasa transportasi berbasisaplikasi *online* yang menggunakan internetsangat berpengaruh bagi masyarakat

dalam segala aktifitas secara cepat danefisien. Salah satu bisnis yang sedangberkembang saat ini adalah bisnis jasatransportasi dengan sepeda motor atauyang biasa disebut ojek (transportasi konvensional). Jika dahuluojek dikelola secara konvensionaldankepemilikan tunggal, sekarang munculbisnis baru taxi motor yaitu suatu usahakomersial, yang menyediakan jasatransportasi bagi umum dan dikelola secaraprofessional.

Sejak transportasi *online* diperkenalkan di Indonesia beberapa tahun yang lalu, berbagai penolakan muncul, khususnya penolakan dari para pengemudi transportasi konvensional. Mereka menilai, kehadiran transportasi *online* telah mematikan mata pencaharian mereka. Penghasilan yang mereka peroleh pun terus menurun. Jumlah transportasi *online* dari hari ke hari terus bertambah, tanpa ada peraturan yang jelas dari pemerintah. Peningkatan itu

langsung berdampak pada jumlah transportasi konvensional yang terus menurun.

Di kota-kota Indonesia keterbatasan akses layanan angkutan umum formal selain diakibatkan oleh struktur kota dan keterbatasan ukuran lebar jaringan jalan, juga disebabkan oleh tidak berfungsinya dan tertatanya sistem hierarki jaringan jalan serta kondisi lingkungan pemukiman yang bercirikan modernism/formal, berdampingan dengan tradisional kampung (informal) dengan segala aspek sosial budayanya (Susantono, 2002). Sehingga jenis angkutan umum informal yang ada di Indonesia sesuai dengan kondisi tersebut dengan ciri berkapasitas kecil seperti bajaj, becak, ojek, bemo, benor. Angkutan ini melayani pergerakan penduduk sampai ke pelosok pemukiman dan menjadikan jenis angkutan ini sebagai mata rantai dan bagian integral dari sistem angkutan umum perkotaan.

### Tujuan Penelitian

1. Menganalisa pengaruh kualitas jasa transportasi *online* terhadap kepuasan pelanggan
2. Menganalisa pengaruh harga transportasi *online* terhadap kepuasan pelanggan
3. Menganalisa pengaruh rasionalitas dalam mempertahankan eksistensi transportasi konvensional terhadap kepuasan pelanggan

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2012:27) menyatakan *marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that value for customers, clients, partners, and society at large*. Definisi tersebut menjelaskan bahwa "Pemasaran adalah kegiatan, mengatur lembaga, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran yang nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya.

### Bauran Pemasaran

Menurut Tjiptono (2014:41) bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasaran untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Rambat Lupiyoadi (2013:92) menyatakan bahwa unsur-unsur bauran pemasaran jasa terdiri dari tujuh kelompok sebagai berikut :

1. Produk (*product*) : keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen.
2. Harga (*price*) : sejumlah pengorbanan yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.
3. Tempat atau salurah distribusi (*place*) : hubungan dengan dimana perusahaan melakukan operasi atau kegiatannya.
4. Promosi (*promotion*) : kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.
5. Orang (*people*) : orang-orang yang terlibat langsung dan saling mempengaruhi dalam proses pertukaran dari produk jasa.
6. Proses (*process*) : gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.
7. Bukti atau lingkungan fisik perusahaan (*physical evidence*) : tempat jasa diciptakan, tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa tersebut.

### Kualitas Jasa

Tjiptono (2014:268) menjelaskan bahwa kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas jasa dapat dievaluasi dengan cara membandingkan kualitas yang dialami atau diterima pelanggan perusahaan dengan jasa yang diharapkan. Mardikawati dan Farida (2013) menyatakan bahwa kualitas jasa adalah sifat dari penampilan produk atau kinerja yang merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun strategi untuk terus tumbuh.

### Harga

Variabel harga berkaitan dengan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan penetapan kebijakan harga dan pendapatan harga produk-produk. Mengacu pada Kertajaya (2006) dalam Cahya (2015) indikator dari harga dapat dinyatakan dalam

penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan *financial* yang diberikan dalam kaitannya dengan spesifikasi yang berupa kualitas produk. Selain itu penilaian harga dapat dilihat dari kesesuaian antara suatu pengorbanan dari konsumen terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan pembelian, dan dari situlah konsumen akan mempersepsikan dari produk atau jasa tersebut.

Dalam menetapkan harga tidaklah mudah, ada beberapa proses yang harus dijalankan. Hal ini dilakukan supaya perusahaan mendapatkan keuntungan. (Sundalangi *et al.*, 2014) para konsumen tertarik untuk mendapatkan harga yang pantas. Harga yang pantas bukan berarti harga yang murah dan terjangkau, namun nilai yang dipersepsikan pantas pada saat transaksi dilakukan. Konsumen beranggapan bahwa suatu produk dengan harga yang mahal berarti mempunyai kualitas yang baik, sedangkan apabila harga murah mempunyai kualitas yang kurang baik.

### Rasionalitas dalam Mempertahankan Eksistensi Transportasi Konvensional

Jenis rasionalitas transportasi konvensional dalam mempertahankan eksistensi di tengah adanya trasnportasi online yaitu :

#### 1. Rasionalitas instrumental

Rasionalitas instrumental yaitu tindakan sosial yang melandaskan diri kepada pertimbangan manusia yang rasional ketika menanggapi lingkungan eksternalnya dan ketika menanggapi orang-orang lain di luar dirinya dalam rangka usahanya untuk memenuhi kebutuhan hidup.

#### 2. Rasionalitas Nilai

Rasionalitas nilai menunjukkan bahwa transportasi konvensional dalam mempertahankan eksistensi mereka di tengah adanya transportasi *online* berdasarkan pertimbangan nilai-nilai

#### 3. Rasionalitas Afeksi

Rasionalitas afeksi yaitu tindakan sosial yang dibuat-buat karena dorongan atau motivasi yang sifatnya emosional, meliputi perasaan atau apa yang dialami.

#### 4. Rasionalitas Tradisional

Rasionalitas tradisional adalah suatu tindakan yang didasarkan kepada kebiasaan-kebiasaan, tindakan sosial yang didorong dan berorientasi kepada tradisi masa lampau pengalaman sebelumnya.

### Kepuasan Pelanggan

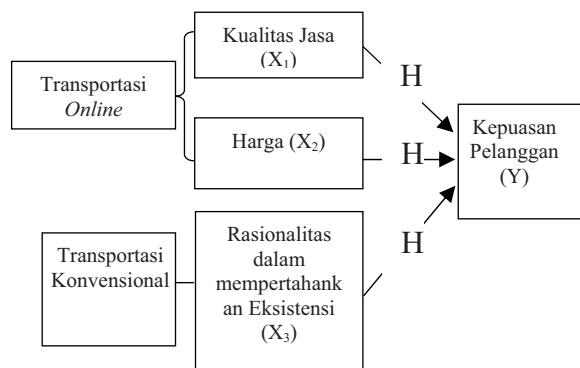
Mardikawati dan Farida (2013) berpendapat bahwa indikator kepuasan konsumen jasa transportasi yaitu:

1. Kesesuaian jasa dengan yang diharapkan, dalam hal ini berkaitan dengan persepsi pelanggan, apakah kualitas jasa yang diterimanya sesuai atau tidak dengan yang dijanjikan penyedia jasa terhadap harapan pelanggan.
2. Kesesuaian jasa dengan tarif yang dibayarkan, dalam hal ini berkaitan dengan persepsi pelanggan atas apa yang mereka rasakan, apakah jasa yang mereka terima sesuai dengan biaya atau tarif yang telah mereka bayarkan untuk mengkonsumsi jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan akan jasa yang ditawarkan, dalam hal ini berkaitan dengan persepsi puas atau tidaknya pelanggan atas jasa yang ditawarkan dibandingkan dengan penyedia jasa lainnya.

### Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

- H<sub>1</sub> : Menganalisa pengaruh kualitas jasa transportasi *online* terhadap kepuasan pelanggan pada SMK TIK Darussalam Medan
- H<sub>2</sub> : Menganalisa pengaruh harga transportasi *online* terhadap kepuasan pelanggan pada SMK TIK Darussalam Medan
- H<sub>3</sub> : Menganalisa pengaruh rasionalitas dalam mempertahankan eksistensi transportasi konvensional terhadap kepuasan pelanggan pada SMK TIK Darussalam Medan

## C. METODE PENELITIAN

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *deskriptif kuantitatif* yang menggambarkan tentang sifat (karakteristik data) dari suatu keadaan atau objek penelitian. Adapun sifat penelitian ini adalah penelitian *explanatory* yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lainnya.

### 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan membagi kuesioner di SMK TIK Darussalam yang beralamat di Jl. Darussalam No. 26 ABC Medan dan dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Oktober 2018.

### 3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah siswa/i, guru dan pegawai SMK TIK Darussalam Medan yang berjumlah 150 orang.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, menyebarkan kuesioner, mengumpulkan data atau dokumen.

## OPERASIONALISASI VARIABEL

**Tabel 1. Kualitas Jasa, Harga Transportasi Online, Rasionalitas Dalam Mempertahankan Eksistensi Transportasi Konvensional Dan Kepuasan Pelanggan**

Var	Indikator	Pernyataan	Skala																																																					
Kualitas Jasa (X <sub>1</sub> )	Berwujud (Tangible) (X <sub>1.1</sub> )	1. Transportasi online menggunakan sepeda motor/ mobil yang layak jalan & tidak dimodifikasi	Likert	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">Jaminan (Assurance) (X<sub>1.4</sub>)</td> <td>           keluhan pelanggan            1. Pengemudi transportasi online terampil dalam mengemudikan kendaraan.            2. Pengemudi transportasi online mempunyai pengetahuan informasi jalan/alamat yang dituju            3. Transportasi online menyediakan layanan pengaduan yang tersedia pada aplikasi         </td> <td rowspan="4" style="width: 15%; vertical-align: top;"></td> </tr> <tr> <td>Empati (Empathy) (X<sub>1.5</sub>)</td> <td>           1. Transportasi online memberikan rasa nyaman terhadap pelanggan            2. Transportasi online membantu mengangkat atau menaikkan barang ke kendaraan            3. Pengemudi Transportasi online membantu pelanggan saat akan menaiki kendaraan            4. Pengemudi Transportasi online memberitahukan penggunaan alat pengaman yang benar         </td> </tr> <tr> <td>Jangkauan Harga (X<sub>2.1</sub>)</td> <td>1. Harga/ tarif transportasi online dapat dijangkau oleh pelanggan</td> </tr> <tr> <td>Daya saing dengan layanan sejenis (X<sub>2.2</sub>)</td> <td>1. Harga transportasi online dapat bersaing dengan transportasi layanan transportasi online sejenisnya</td> </tr> <tr> <td rowspan="9">Harga (X<sub>2</sub>)</td><td>Kesesuaian harga dgn manfaat yang di dapatkan (X<sub>2.3</sub>)</td><td>1. Harga/ tarif transportasi online sesuai dengan manfaat yang didapatkan pelanggan</td> </tr> <tr> <td>Kesesuaian harga dengan kualitas layanan (X<sub>2.4</sub>)</td><td>1. Harga/ tarif transportasi online sesuai dengan fasilitas keselamatan yang disediakan untuk pelanggan</td> </tr> <tr> <td>Instrumental (X<sub>3.1</sub>)</td><td>1. Keterbatasan tingkat pendidikan pengemudi transportasi konvensional</td> </tr> <tr> <td>Nilai(X<sub>3.2</sub>)</td><td>1. Menggunakan aplikasi smartphone sehingga menghilangkan sistem antrian            2. Memiliki rasa solidaritas yang tinggi</td> </tr> <tr> <td>Afeksi(X<sub>3.3</sub>)</td><td>1. Adanya dorongan/motivasi yang bersifat emosional            2. Adanya rasa kekhawatiran akan mengecewakan penumpang</td> </tr> <tr> <td>Rasionalitas dalam Mempertahankan Eksistensi (X<sub>3</sub>)</td><td>1. Adanya terminal/pangkalan sebagai basecamp para pengemudi transportasi konvensional            2. Adanya sistem tawar menawar (negosiasi) tarif/ harga</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Kepuasan Pelanggan (Y<sub>1</sub>)</td><td>Kesesuaian layanan dgn harapan (Y<sub>1.1</sub>)</td> <td>1. Saya merasa layanan yang diberikan transportasi online sesuai dengan apa yang diharapkan</td> </tr> <tr> <td>Kesesuaian layanan dengan tarif (Y<sub>1.2</sub>)</td> <td>1. Saya merasa layanan yang diberikan transportasi online sesuai dengan harga yang saya bayarkan</td> </tr> <tr> <td>Kepuasan penumpang akan layanan yang ditawarkan (Y<sub>1.3</sub>)</td> <td>1. Saya puas dengan layanan yang diberikan transportasi online            2. Saya puas dengan layanan yang diberikan transportasi online dibandingkan dengan transportasi konvensional</td> </tr> <tr> <td rowspan="5">Keandalan (Reliability) (X<sub>1.2</sub>)</td><td rowspan="5">Keandalan (Reliability) (X<sub>1.2</sub>)</td><td>1. Ada pemberitahuan dengan jelas apabila terjadi keterlambatan pelayanan kepada pelanggan</td><td></td><td rowspan="3"></td> </tr> <tr> <td>2. Transportasi Online mengemudikan kendaraannya dengan menaati tata tertib berlalu lintas</td><td></td> </tr> <tr> <td>3. Transportasi Online mengenakan tarif sesuai harga yang tertera pada aplikasi online</td><td></td> </tr> <tr> <td>4. Transportasi Online memberikan pelayanan selama 24 jam</td><td></td><td rowspan="2"></td> </tr> <tr> <td>5. Transportasi Online memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan</td><td></td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Daya Tanggap (Responsiveness) (X<sub>1.3</sub>)</td><td rowspan="3">Daya Tanggap (Responsiveness) (X<sub>1.3</sub>)</td><td>1. Transportasi Online mengkonfirmasi order konsumen secara cepat dengan menelfon</td><td></td><td rowspan="3"></td> </tr> <tr> <td>2. Pengemudi transportasi online segera datang setelah pelanggan melakukan orderonline</td><td></td> </tr> <tr> <td>3. Pengemudi dan staf transportasi online cepat dalam menanggapi</td><td></td> </tr> </table>	Jaminan (Assurance) (X <sub>1.4</sub> )	keluhan pelanggan 1. Pengemudi transportasi online terampil dalam mengemudikan kendaraan. 2. Pengemudi transportasi online mempunyai pengetahuan informasi jalan/alamat yang dituju 3. Transportasi online menyediakan layanan pengaduan yang tersedia pada aplikasi		Empati (Empathy) (X <sub>1.5</sub> )	1. Transportasi online memberikan rasa nyaman terhadap pelanggan 2. Transportasi online membantu mengangkat atau menaikkan barang ke kendaraan 3. Pengemudi Transportasi online membantu pelanggan saat akan menaiki kendaraan 4. Pengemudi Transportasi online memberitahukan penggunaan alat pengaman yang benar	Jangkauan Harga (X <sub>2.1</sub> )	1. Harga/ tarif transportasi online dapat dijangkau oleh pelanggan	Daya saing dengan layanan sejenis (X <sub>2.2</sub> )	1. Harga transportasi online dapat bersaing dengan transportasi layanan transportasi online sejenisnya	Harga (X <sub>2</sub> )	Kesesuaian harga dgn manfaat yang di dapatkan (X <sub>2.3</sub> )	1. Harga/ tarif transportasi online sesuai dengan manfaat yang didapatkan pelanggan	Kesesuaian harga dengan kualitas layanan (X <sub>2.4</sub> )	1. Harga/ tarif transportasi online sesuai dengan fasilitas keselamatan yang disediakan untuk pelanggan	Instrumental (X <sub>3.1</sub> )	1. Keterbatasan tingkat pendidikan pengemudi transportasi konvensional	Nilai(X <sub>3.2</sub> )	1. Menggunakan aplikasi smartphone sehingga menghilangkan sistem antrian 2. Memiliki rasa solidaritas yang tinggi	Afeksi(X <sub>3.3</sub> )	1. Adanya dorongan/motivasi yang bersifat emosional 2. Adanya rasa kekhawatiran akan mengecewakan penumpang	Rasionalitas dalam Mempertahankan Eksistensi (X <sub>3</sub> )	1. Adanya terminal/pangkalan sebagai basecamp para pengemudi transportasi konvensional 2. Adanya sistem tawar menawar (negosiasi) tarif/ harga	Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	Kesesuaian layanan dgn harapan (Y <sub>1.1</sub> )	1. Saya merasa layanan yang diberikan transportasi online sesuai dengan apa yang diharapkan	Kesesuaian layanan dengan tarif (Y <sub>1.2</sub> )	1. Saya merasa layanan yang diberikan transportasi online sesuai dengan harga yang saya bayarkan	Kepuasan penumpang akan layanan yang ditawarkan (Y <sub>1.3</sub> )	1. Saya puas dengan layanan yang diberikan transportasi online 2. Saya puas dengan layanan yang diberikan transportasi online dibandingkan dengan transportasi konvensional	Keandalan (Reliability) (X <sub>1.2</sub> )	Keandalan (Reliability) (X <sub>1.2</sub> )	1. Ada pemberitahuan dengan jelas apabila terjadi keterlambatan pelayanan kepada pelanggan			2. Transportasi Online mengemudikan kendaraannya dengan menaati tata tertib berlalu lintas		3. Transportasi Online mengenakan tarif sesuai harga yang tertera pada aplikasi online		4. Transportasi Online memberikan pelayanan selama 24 jam			5. Transportasi Online memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan		Daya Tanggap (Responsiveness) (X <sub>1.3</sub> )	Daya Tanggap (Responsiveness) (X <sub>1.3</sub> )	1. Transportasi Online mengkonfirmasi order konsumen secara cepat dengan menelfon			2. Pengemudi transportasi online segera datang setelah pelanggan melakukan orderonline		3. Pengemudi dan staf transportasi online cepat dalam menanggapi	
Jaminan (Assurance) (X <sub>1.4</sub> )	keluhan pelanggan 1. Pengemudi transportasi online terampil dalam mengemudikan kendaraan. 2. Pengemudi transportasi online mempunyai pengetahuan informasi jalan/alamat yang dituju 3. Transportasi online menyediakan layanan pengaduan yang tersedia pada aplikasi																																																							
Empati (Empathy) (X <sub>1.5</sub> )	1. Transportasi online memberikan rasa nyaman terhadap pelanggan 2. Transportasi online membantu mengangkat atau menaikkan barang ke kendaraan 3. Pengemudi Transportasi online membantu pelanggan saat akan menaiki kendaraan 4. Pengemudi Transportasi online memberitahukan penggunaan alat pengaman yang benar																																																							
Jangkauan Harga (X <sub>2.1</sub> )	1. Harga/ tarif transportasi online dapat dijangkau oleh pelanggan																																																							
Daya saing dengan layanan sejenis (X <sub>2.2</sub> )	1. Harga transportasi online dapat bersaing dengan transportasi layanan transportasi online sejenisnya																																																							
Harga (X <sub>2</sub> )	Kesesuaian harga dgn manfaat yang di dapatkan (X <sub>2.3</sub> )	1. Harga/ tarif transportasi online sesuai dengan manfaat yang didapatkan pelanggan																																																						
	Kesesuaian harga dengan kualitas layanan (X <sub>2.4</sub> )	1. Harga/ tarif transportasi online sesuai dengan fasilitas keselamatan yang disediakan untuk pelanggan																																																						
	Instrumental (X <sub>3.1</sub> )	1. Keterbatasan tingkat pendidikan pengemudi transportasi konvensional																																																						
	Nilai(X <sub>3.2</sub> )	1. Menggunakan aplikasi smartphone sehingga menghilangkan sistem antrian 2. Memiliki rasa solidaritas yang tinggi																																																						
	Afeksi(X <sub>3.3</sub> )	1. Adanya dorongan/motivasi yang bersifat emosional 2. Adanya rasa kekhawatiran akan mengecewakan penumpang																																																						
	Rasionalitas dalam Mempertahankan Eksistensi (X <sub>3</sub> )	1. Adanya terminal/pangkalan sebagai basecamp para pengemudi transportasi konvensional 2. Adanya sistem tawar menawar (negosiasi) tarif/ harga																																																						
	Kepuasan Pelanggan (Y <sub>1</sub> )	Kesesuaian layanan dgn harapan (Y <sub>1.1</sub> )	1. Saya merasa layanan yang diberikan transportasi online sesuai dengan apa yang diharapkan																																																					
		Kesesuaian layanan dengan tarif (Y <sub>1.2</sub> )	1. Saya merasa layanan yang diberikan transportasi online sesuai dengan harga yang saya bayarkan																																																					
		Kepuasan penumpang akan layanan yang ditawarkan (Y <sub>1.3</sub> )	1. Saya puas dengan layanan yang diberikan transportasi online 2. Saya puas dengan layanan yang diberikan transportasi online dibandingkan dengan transportasi konvensional																																																					
Keandalan (Reliability) (X <sub>1.2</sub> )	Keandalan (Reliability) (X <sub>1.2</sub> )	1. Ada pemberitahuan dengan jelas apabila terjadi keterlambatan pelayanan kepada pelanggan																																																						
		2. Transportasi Online mengemudikan kendaraannya dengan menaati tata tertib berlalu lintas																																																						
		3. Transportasi Online mengenakan tarif sesuai harga yang tertera pada aplikasi online																																																						
		4. Transportasi Online memberikan pelayanan selama 24 jam																																																						
		5. Transportasi Online memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan																																																						
Daya Tanggap (Responsiveness) (X <sub>1.3</sub> )	Daya Tanggap (Responsiveness) (X <sub>1.3</sub> )	1. Transportasi Online mengkonfirmasi order konsumen secara cepat dengan menelfon																																																						
		2. Pengemudi transportasi online segera datang setelah pelanggan melakukan orderonline																																																						
		3. Pengemudi dan staf transportasi online cepat dalam menanggapi																																																						

## UJI VALIDITAS

Pengujian validitas kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 150 orang menggunakan program SPSS. Jika  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  dan bernilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Jika  $r_{hitung} <$  dari  $r_{tabel}$  dan bernilai negatif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

**Tabel 2. Uji Validitas Kualitas Jasa ( $X_1$ )**

Q	Pernyataan	r correlation	r <sub>tabel</sub> 5%	Ket
1	Transportasi <i>online</i> menggunakan sepeda motor/ mobil yang layak jalan dan tidak dimodifikasi	0.260	0.160	Valid
2	Transportasi <i>online</i> ( <i>bike</i> ) memberikan perlengkapan keamanan berkendaraan	0.412	0.160	Valid
3	Pengemudi transportasi <i>online</i> berpakaian dengan rapi dan bersopan saat melakukan pelayanan	0.440	0.160	Valid
4	Pengemudi transportasi <i>online</i> memakai atribut ( <i>bike</i> )	0.314	0.160	Valid
5	Ada pemberitahuan dengan jelas apabila terjadi keterlambatan pelayanan kepada pelanggan	0.429	0.160	Valid
6	Transportasi <i>online</i> mengemudikan kendaraannya dengan menaati tata tertib berlalu lintas	0.495	0.160	Valid
7	Transportasi <i>online</i> mengenakan tarif sesuai harga yang tertera pada aplikasi <i>online</i>	0.305	0.160	Valid
8	Transportasi <i>online</i> memberikan pelayanan 24 jam	0.468	0.160	Valid
9	Transportasi <i>online</i> memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan	0.511	0.160	Valid
10	Transportasi <i>online</i> mengkonfirmasi <i>order</i> konsumen secara cepat dengan menelpon	0.596	0.160	Valid
11	Pengemudi transportasi <i>online</i> segera datang setelah pelanggan melakukan <i>order</i> melalui aplikasi <i>online</i>	0.600	0.160	Valid
12	Pengemudi dan staf transportasi <i>online</i> cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan	0.586	0.160	Valid
13	Pengemudi transportasi <i>online</i> terampil dalam mengemudikan kendaraan	0.453	0.160	Valid
14	Pengemudi transportasi <i>online</i> mempunyai pengetahuan informasi jalan/alamat yang akan dituju	0.522	0.160	Valid
15	Transportasi <i>online</i> menyediakan layanan pengaduan yang tersedia pada aplikasi	0.552	0.160	Valid
16	Transportasi <i>online</i> memberikan rasa nyaman terhadap pelanggan	0.610	0.160	Valid
17	Transportasi <i>online</i> membantu mengangkat atau menaikkan barang ke kendaraan	0.540	0.160	Valid
18	Pengemudi transportasi <i>online</i> membantu pelanggan saat akan menaiki kendaraan	0.423	0.160	Valid
19	Pengemudi transportasi <i>online</i> memberitahukan penggunaan alat pengaman kendaraan yang benar kepada pelanggan	0.545	0.160	Valid

Sumber Data Primer Diolah, 2018

Dari hasil uji validitas yang terlihat pada tabel 2 menunjukkan bahwa semua unsur kuesioner kualitas jasa dinyatakan valid, hal ini terbukti karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,160). Dengan demikian seluruh kuesioner dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

**Tabel 3. Uji Validitas Harga Transportasi Online ( $X_2$ )**

Q	Pernyataan	r correlation	r <sub>tabel</sub> 5%	Ket
20	Harga/ tarif transportasi <i>online</i> dapat dijangkau oleh pelanggan	0.625	0.160	Valid
21	Harga/ tarif transportasi <i>online</i> dapat bersaing dengan penyedia transportasi layanan transportasi <i>online</i> sejenisnya	0.737	0.160	Valid
22	Harga/ tarif transportasi <i>online</i> sesuai dengan manfaat yang didapatkan pelanggan	0.789	0.160	Valid
23	Harga/ tarif transportasi <i>online</i> sesuai dengan fasilitas keselamatan yang disediakan untuk pelanggan	0.696	0.160	Valid

Sumber Data Primer Diolah, 2018

Dari hasil uji validitas yang terlihat pada tabel 3 menunjukkan bahwa semua unsur kuesioner hargatransportasi *online* dinyatakan valid, hal ini terbukti karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,160). Dengan demikian seluruh kuesioner dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

**Tabel 4. Uji Validitas Rasionalitas dalam Mempertahankan Eksistensi ( $X_3$ )**

Q	Pernyataan	r correlation	r <sub>tabel</sub> 5%	Ket
24	Keterbatasan tingkat pendidikan pengemudi transportasi konvensional yang menjadi penghalang mereka untuk bekerja dibidang lain	0.654	0.160	Valid
25	Menggunakan aplikasi <i>smartphone</i> sehingga menghilangkan sistem antrian	0.487	0.160	Valid
26	Memiliki rasa solidaritas yang tinggi	0.352	0.160	Valid
27	Adanya dorongan/motivasi yang bersifat emosional	0.566	0.160	Valid
28	Adanya rasa kekhawatiran akan menggecewan penumpang	0.597	0.160	Valid
29	Adanya terminal/pangkalan sebagai <i>basecamp</i> para pengemudi transportasi konvensional	0.618	0.160	Valid
30	Adanya sistem tawar menawar tarif/ harga	0.556	0.160	Valid

Sumber Data Primer Diolah, 2018

Dari hasil uji validitas yang terlihat pada tabel 4 menunjukkan bahwa semua unsur kuesioner rasionalitas dalam mempertahankan eksistensi dinyatakan valid, hal ini terbukti karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,160). Dengan demikian seluruh kuesioner dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

Dari hasil uji validitas yang terlihat pada tabel 5 menunjukkan bahwa semua unsur kuesioner kepuasan pelanggan dinyatakan valid, hal ini terbukti karena  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,160). Dengan demikian seluruh kuesioner dapat digunakan sebagai alat pengumpul data.

**Tabel 5. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)**

Q	Pernyataan	r correlation	r <sub>tabel</sub> 5%	Ket
31	Saya merasa layanan yang diberikan transportasi <i>online</i> sesuai dengan apa yang diharapkan	0.796	0.160	Valid
32	Saya merasa layanan yang diberikan transportasi <i>online</i> sesuai dengan harga/tarif yang saya bayarkan	0.845	0.160	Valid
33	Saya puas dengan layanan yang diberikan transportasi <i>online</i>	0.859	0.160	Valid
34	Saya puas dengan layanan yang diberikan transportasi <i>online</i> dibandingkan dengan transportasi konvensional	0.751	0.160	Valid

Sumber Data Primer Diolah, 2018

## UJI RELIABILITAS

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2005). Uji reliabilitas ini dilakukan untuk menguji konsistensi data dalam jangka waktu tertentu, yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang digunakan dapat dipercaya/diandalkan.Untuk mengukur reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. (Sujarwini, 2007).

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel**

No	Variabel	Koefisien	Ket
1	Kualitas Jasa	0,800	Reliabel
2	Harga	0,674	Reliabel
3	Rasionalitas dalam Mempertahankan Eksistensi	0,616	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan	0,824	Reliabel

Sumber Data Primer Diolah

Dari hasil uji reabilitas yang terlihat pada tabel 6 menunjukkan bahwa semua nilai koefisien reliabilitas >0,6; maka seluruh item pernyataan dinyatakan reliabel. Hal ini berarti seluruh pernyataan dalam kuesioner adalah reliabel (andal).

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Kuesioner yang kembali ke peneliti kemudian dipilih sesuai dengan kriteria penelitian yang telah ditentukan sebelumnya.Selelah mengalami reduksi dan penambahan data maka kuesioner yang memenuhi kriteria untuk penelitian sebanyak 150 kuesioner digunakan sebagai sampel.

**Tabel 7. Karakteristik Responden**

No	Karakteristik Responden	Jumlah	%
1	Jenis Kelamin	67	44.7%
	Perempuan	83	55.3%
2	Pendidikan	107	71.3%
	S1/S2/S3	43	28.7%
3	16 -25 Tahun	110	73.3%
	26-35 Tahun	32	21.3%
	36-40 Tahun	7	4.7%
4	41-55 Tahun	1	0.7%
	Siswa	107	71.3%
	Guru	37	24.6%
5	Pegawai	6	4%
	< Rp. 1 Juta	115	76.7%
	Rp. 1 Juta - Rp. 3 Juta	29	19.3%
	Rp. 3 Juta - Rp. 5 Juta	6	4%
	> Rp. 5 Juta	0	0%

Sumber : Data primer diolah (2018)

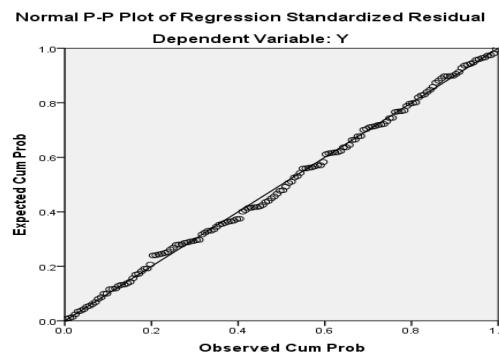
Berdasarkan tabel 7 di atas menunjukkan bahwa :

- 1.Karakteristik jenis kelamin didominasi oleh perempuan sebanyak 55.3%
- 2.Karakteristik pendidikan didominasi oleh SMK sebanyak 71.3%
- 3.Karakteristik usia didominasi oleh 16-25 tahun sebanyak 73.3%
- 4.Karakteristik pekerjaan didominasi oleh siswa sebanyak 71.3%
- 5.Karakteristik pendapatan didominasi oleh < Rp. 1 Juta sebanyak 76.7%

### 2.2.6 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada 2 (dua) cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

#### a. Analisis Grafik



**Gambar 2.**  
**Normal P-P Plot Residual (Uji Normalitas)**

Dengan melihat Gambar 4.2 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar berada di sekitar garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis

diagonal menunjukkan pola distribusi normal, sebaliknya jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi tidak normal. Untuk hasil penelitian ini memenuhi asumsi normalitas karena titik-titik menyebar berada dekat dari sekitar garis diagonal.

#### b. Uji statistik

Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan skewness dari residual. Hasil uji statistik ini dapat dilihat pada Tabel 8

**Tabel 8. Descriptive Statistics(Uji Normalitas)**

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	150	.040	.198	-.208	.394
Valid N (listwise)	150				

Sumber Data Primer Diolah, 2018

Aturan dalam kurtosis ini adalah bahwa jika nilai rasio *skewness* dan kurtosis berada antara nilai minus dua (-2) dan plus dua (+2) maka bisa diartikan bahwa data terdistribusi secara normal. Sedangkan jika rasio berada dibawah nilai -2 maka bisa dikatakan bahwa bentuk grafik distribusi data adalah miring ke kanan. Sedangkan jika rasio berada di atas nilai +2, maka bisa dikatakan bahwa bentuk grafik distribusi data adalah menceng ke kiri. Dari hasil pada Tabel 4.9, nampak bahwa distribusi kurva adalah normal.

Uji statistik yang lain dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Untuk menentukan data dengan uji Kolmogorov-Smirnov, nilai signifikansi harus diatas 0,05 atau 5% (Ghozali, 2005). Hasil uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dapat dilihat pada Tabel 9.

**Tabel 9**  
**Uji Normalitas (Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov)**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	150
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	
Mean	.0000000
Std.	
Deviation	2.30918853
Most Extreme Differences	
Absolute	.038
Positive	.035
Negative	-.038
Test Statistic	.038
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Norma Sumber data primer diolah, 2018

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari hasil Tabel 9 nampak bahwa besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah 0,038 dan signifikan sebesar  $0,200 > \alpha 0,05$ , hal ini berarti  $H_0$  diterima yang berarti data residual terdistribusi normal. Dari 3 (tiga) pengujian normalitas data yang dilakukan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa hasilnya konsisten dengan uji sebelumnya.

#### 4.2.2.7 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Berikut ini disajikan cara mendekripsi multikolinieritas dengan menganalisis matrik korelasi antar variabel independen dan perhitungan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut (Situmorang,*et al.*, 2008:104).

1. Jika nilai *Tolerance*  $> 0,1$  atau nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas.
2. Jika nilai *Tolerance*  $< 0,1$  atau nilai VIF  $> 10$ , maka terjadi multikolinieritas

Hal ini dapat dilihat dari matriks korelasi antara variabel independen pada Tabel 10 berikut ini:

**Tabel 10. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
KJ	.779	1.284
HT	.827	1.209
RE	.821	1.218

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan seluruh nilai *Tolerance*  $> 0,1$  dan seluruh nilai VIF  $< 10$ . Dengan ini dapat disimpulkan bahwa semua data (variabel) tidak terkena atau terjadi multikolearitas.

#### 4.2.2.8 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2005:105).

Berikut hasil uji glejser yang dapat mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi. Dari Tabel 11 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel KJ, HT, RE lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

**Tabel 11. Hasil Uji Glejser (Uji Heteroskedastisitas)**

Model	Unstd Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	-.402	1.359	-.296	.768
KJ	.044	.018	.222	.2422 .017
HT	-.020	.054	-.032	-.363 .717
RE	-.043	.033	-.116	- 1.296 .197

a. Dependent Variable: RES2  
Sumber data primer diolah, 2018

## PENGUJIAN HIPOTESIS

Hasil Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan cara sebagai berikut :

### Koefisien Determinasi

Untuk melihat kontribusi variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dapat dilihat koefisien determinasi ( $R^2$ ). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,192 atau 19,2%, hal ini berarti 19,2% variabel Kepuasan Pelanggan yang bisa dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen (Kualitas Jasa, Harga dan Rasionalitas dalam Mempertahankan Eksistensi), sedangkan sisanya sebesar 80,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Dalam penelitian ini sangat dimungkinkan Kepuasan Pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor fundamental yang diwakili oleh ketiga rasio tersebut, namun Kepuasan Pelanggan juga dipengaruhi variabel lainnya. Besarnya nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), dapat dilihat pada Tabel 12

**Tabel 12. Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.438 <sup>a</sup>	.192	.175	2.33279

a. Predictors: (Constant), R, HT, KJ  
b. Dependent Variable: KP

### Uji F

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 11,545 dan nilai signifikansi sebesar 0.000. Hasil dapat dilihat dari Tabel 13 dibawah ini:

**Tabel 13. Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	188.473	3	62.824	11.545	.000 <sup>b</sup>
Residual	794.520	146	5.442		
Total	982.993	149			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), R, HT, KJ

Sumber Data Primer Diolah, 2018

Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha=5\%$ ), diperoleh nilai  $F_{tabel}$  atau  $F_{0,05(3:150)}$  sebesar 2,67. Dengan demikian nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu  $11,545 > 2,67$ . Oleh karena itu maka  $H_0$  ditolak, ini berarti bahwa variabel independen (Kualitas Jasa, Harga dan Rasionalitas dalam Mempertahankan Eksistensi) tersebut secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) artinya besar kecilnya ketiga rasio tersebut secara simultan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Pengaruh yang signifikansi juga dapat dilihat dari nilai signifikansi F ( $0,000 < \alpha, 0,05$ ).

### Uji T-test

Sementara itu secara parsial pengaruh dari ketiga variabel independen (Kualitas Jasa, Harga dan Rasionalitas dalam mempertahankan Eksistensi) tersebut terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) ditunjukkan pada Tabel 14.

**Tabel 14**  
**Hasil Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3.290	2.343		1.404	.163
KJ	.069	.032	.183	2.175	.031
HT	.286	.093	.251	3.063	.003
RE	.097	.057	.140	1.699	.091

a. Dependent Variable: KP  
Sumber Data Primer Diolah, 2018

Dari Tabel 14 maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda adalah :

$$KP = 3,290 + 0,069KJ + 0,286 HT + 0,097 RE$$

Keterangan

KP : Kepuasan Pelanggan

KJ : Kualitas Jasa  
HT : Harga Transportasi *Online*  
RE : Rasionalitas dalam Mempertahankan Eksistensi

Dari hasil uji parsial (uji t) pada tabel 14 ditunjukkan bahwa :

1. Pengujian Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan menunjukkan signifikansi  $0,031 < 0,05$  artinya secara parsial Kualitas Jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Pengujian Harga Transportasi Online terhadap Kepuasan Pelanggan menunjukkan signifikansi  $0,003 < 0,05$  artinya secara parsial Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Pengujian Rasionalitas dalam Mempertahankan Eksistensi terhadap ROA Kepuasan Pelanggan menunjukkan signifikansi  $0,091 > 0,05$ , artinya secara parsial Rasionalitas dalam Mempertahankan Eksistensi berpengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa :

1. Variabel Kualitas Jasa ( $X_1$ ) Transportasi *Online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) jasa transportasi pada SMK TIK Darussalam Medan.
2. Variabel Harga ( $X_2$ ) Transportasi *Online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) jasa transportasi pada SMK TIK Darussalam Medan.
3. Variabel Rasionalitas Dalam Mempertahankan Eksistensi Transportasi Konvensional ( $X_3$ ) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan jasa transportasi pada SMK TIK Darussalam Medan.

## DAFTAR PUSTAKA

Bilson, Simamora. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Edisi Pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.

- Cahya, Eva. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Experia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya Program Study S1 Pendidikan Ekonomi*.
- Fandi Tjiptono. (2001). *Kualitas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Implikasi Manajerial*, Majalah Manajemen Usahawan Indonesia. Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta. Andi.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Kotler dan Amstrong. 2001. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. Edisi ketigabelas. Jilid 1. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahanoleh Bob Sabran MM. Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management Edisi 14*. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*.Jakarta: Salemba Empat.
- Mardikawati, Woro dan Farida, Naili. 2013. "Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi". Jurnal Administrasi Bisnis.Semarang: UNDIP.
- Riduwan. 2012. *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sundalangi, Marchelyno, Silvya, L., Mandey, & Rotinsulu, J. J. (2014). *Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen