



ISSN 2338 6584

# Jurnal Manajemen FE-UB

Volume 04 No. 01 Tahun 2016

*Pengaruh Motivasi dan Pola Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan PT. Antama*  
Kharisma Rosari  
Rudi Bratamanggala dan Amin

*Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Kerja Serta Dampaknya Pada Kinerja Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Bekasi*  
Yolanda dan Mariati Simanjourang

*Analisis Pengaruh Kompetensi dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai PT. American President Line Indonesia (PT.APL Indonesia)*  
Joonner Rambe dan Mayang Prisma Tami

*Pengaruh Keselamatan, Kesehatan Kerja dan Pendidikan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Migas*  
Vivi Lusia dan Nurhasanah

*Pengaruh Modal Kerja dan Pendapatan Usaha Terhadap Laba Bersih Perusahaan Pada PT. Fajar Adhisurya Perksas*  
Irsan Anshari dan Safri M

*Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pada PT. NGK Ceramics Indonesia*  
Wahyu Murti dan Siska Apandi

*Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Sinar Santosa Perkasa Cikarang*  
Arni Kurniati Elia Rossana Dewi Sartika

*Pengaruh E-Money dan Penetapan Harga Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Penumpang Transjakarta (Studi Kasus Penumpang Transjakarta di Koridor VIII Jurusan Lebak Bulus-Harmoni)*  
Cicik Ratnasih dan Randhy Toar Kadang

*Analisis Pengaruh Produk, Merek dan Harga Terhadap Strategi Promosi dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Kecap Manis Bango*  
Miyv Fayzhall dan Santo Suwandi

UNIVERSITAS BOROBUDUR - JAKARTA

Jurnal  
Manajemen FE-UB

Vol. 04

No. 01

Halm. 1-135

Jakarta  
April 2016

ISSN  
2338-6584

**PENGARUH *E-MONEY* DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG TRANSJAKARTA (STUDI KASUS PENUMPANG TRANSJAKARTA DI KORIDOR VIII JURUSAN LEBAK BULUS-HARMONI)**

**Oleh : Cicih Ratnasih dan Randhy Toar Kadang**

**Abstract**

*This study aims to determine whether there is a relationship between E-Money and Pricing on Service Quality and its impact on Passenger Satisfaction TransJakarta. Populasidalam this research is TransJakarta Passenger especially Students who have e-money card and are in Corridor VIII TransJakarta. Variabel independent in this research is E-Money, Pricing and Quality of Service where independent variable is Passenger Satisfaction. For a collection method datadilakukan by using a questioner. The data collected is analyzed by analyzing descriptive and statistical analyzes using SPSS version 22, whereas the underlying jhipotesis is Path Analysis.*

*Based on the results of the study, it can be concluded that there is a positive and significant influence on E-Money and the Pricing of Service Quality directly, there is a positive and significant influence on E-Money and Pricing on Passenger Satisfaction directly, and there is a positive and significant influence between E- Passenger Satisfaction through Quality of Service indirectly. And there is a positive and significant influence between Price Determination of Satisfaction Penumpng through Service Quality indirectly.*

**Keywords :** *Determination of Price, Quality Of Service, Passenger Satisfaction*

**1. PENDAHULUAN**

Jakarta merupakan kota megapolitan dengan penduduk yang berjumlah lebih dari 8 juta jiwa dan terus bertambah tiap tahunnya. Pertumbuhan penduduk yang amat pesat ini disebabkan karena pemusatan lokasi kegiatan perekonomian dan pemerintahan untuk kawasan Jabodetabek berada di Jakarta sebagai kota terbesar di Indonesia.

Kepuasan, kenyamanan dan inovasi menjadi perhatian khusus bagi pemerintah dan gubernur DKI Jakarta untuk mengisi impian dan harapan moda transportasi di Jakarta. Pada akhir tahun 2010 BI bersama Kementerian Perhubungan (Kemenhub) dan Kementerian Telekomunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menjalin kesepakatan kerja sama penyusunan kebijakan dan standar interkoneksi dan interoperabilitas uang

elektronik di sektor transportasi. PT TransJakarta bekerja sama dengan BCA Flazz, Mandiri *E-Money*, BRI Brizzi, BNI *Tap Cash*, Bank Mega *Megacard*, dan Bank DKI *Jakcard*.

Peralihan tiket kertas dengan sistem *e-money* ini dikeluhkan sejumlah penumpang yang jarang memakai layanan TransJakarta. Pengadaan *e-money* di Jakarta merupakan proyek dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta untuk transportasi umum di Jakarta khususnya TransJakarta disetiap koridor pada tahun 2014. TransJakarta telah menerapkan *e-money* sebagai bagian dari modernisasi untuk memudahkan para penggunanya.

Menurut sebagian penumpang harga kartu *e-money* masih tergolong mahal. Harga yang ada yaitu, Rp. 40.000 (Harga kartunya Rp. 20.000 dan sudah termasuk *top up* (isi) senilai Rp. 20.000), seperti yang diungkapkan

oleh Rini Anggraini (27<sup>th</sup>) seorang pengguna TransJakarta ini "Harganya mahal, Rp 40.000, padahal saya naik TransJakarta jarang juga. Ini karena ada keperluan, makanya saya pakai TransJakarta". Hal serupa diutarakan Leldi Rogahan (33<sup>th</sup>), warga Makassar, Sulawesi Selatan, yang sedang berada di Jakarta karena urusan dinas.

Fluktuasi jumlah penumpang merupakan salah satu indikator belum stabilnya tingkat kepuasan pelanggan. Rendahnya tingkat kualitas layanan ini menimbulkan adanya anggapan bahwa naik bus TransJakarta saat ini tidak ada bedanya dengan metro mini ataupun angkutan umum lainnya. Bus TransJakarta sebagai sarana transportasi favorit masyarakat DKI Jakarta seharusnya mampu memberikan layanan yang berkualitas sehingga mampu meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan jasa layanan bus TransJakarta.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 E-Money

*E-money* atau uang elektronik adalah produk *stored-value* atau *prepaid*, di mana sejumlah nilai uang (*monetary value*) tersimpan dalam peralatan elektronik. Nominal uang yang tersimpan secara elektronik dilakukan dengan menukarkan sejumlah uang atau melalui pendebitan rekening bank yang lalu disimpan dalam peralatan elektronik. Dengan alat elektronik yang sudah tersimpan dana, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi (<http://bisnis.news.viva.co.id>).

Uang elektronik (atau uang digital) adalah uang yang digunakan dalam transaksi Internet dengan cara elektronik. Biasanya, transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan komputer (seperti internet dan sistem penyimpanan harga digital) (<http://www.emoneyindonesia.com>).

*E-money* adalah uang yang digunakan dalam transaksi *online* maupun *offline* dengan

cara elektronik (<http://ekbis.sindonews.com>). Sedangkan menurut Wikipedia, *E-money* adalah uang yang digunakan dalam transaksi Internet dengan cara elektronik. Biasanya, transaksi ini melibatkan penggunaan jaringan komputer seperti internet dan sistem penyimpanan harga digital (<http://id.wikipedia.org>).

*E-money* adalah instrumen pembayaran non tunai. Produk ini menyimpan sejumlah nilai uang yang tersimpan dalam peralatan elektronik. Nominal uang yang tersimpan secara elektronik dilakukan dengan menukarkan sejumlah uang atau melalui pendebitan rekening bank yang kemudian disimpan dalam peralatan elektronik (<http://bisnis.news.viva.co.id>).

Dari pengertian-pengertian yang ada, dapat disimpulkan bahwa *e-money* adalah uang elektronik yang digunakan sebagai pengganti uang kertas dimana kegunaannya untuk bertransaksi secara elektronik dengan media kartu untuk memudahkan pengguna tanpa perlu memegang uang tunai.

Sedangkan menurut Peraturan Bank Indonesia nomor: 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut :

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit;
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti *server* atau *chip*;
- c. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut;
- d. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

## 2.2 Penetapan Harga

Basu Swastha dan Irawan (2005:241) Menjelaskan bahwa penetapan harga merupakan peraturan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk layanannya.

Buchari alma (2005:170) penetapan harga adalah “keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti untuk suatu jangka waktu tertentu”.

Ali Hasan (2009:298) mengungkapkan bahwa penetapan harga merupakan segala bentuk peraturan pembiayaan moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Keputusan-keputusan penetapan harga bergantung pada serangkaian kekuatan lingkungan dan persaingan yang rumit, Menurut Kotler dan Gary Amstrong terjemahan Alexander Sindoro (2006:476).

Menurut Machfoedz (2005: 136) “penetapan harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan metode penetapan harga.” Faktor eksternal meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan elemen lingkungan yang lain.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penetapan harga adalah keputusan-keputusan yang telah dirundingkan dan diambil oleh manajemen mengenai harga-harga yang akan ditetapkan dalam jangka waktu tertentu untuk membuat konsumen tertarik dalam melakukan pembelian.

## 2.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan

yang berkualitas. Menurut Berry dan Zenthaml yang dalam Lupiyoadi (2006: 181) berpendapat bahwa “Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman”.

*Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Menurut Kotler dalam Wisnalmawati (2005: 156) berpendapat bahwa “Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan”. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Sedangkan Roesanto (2000) dalam Nanang Tasunar (2006: 44) berpendapat bahwa: “Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagian besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan”.

Pengertian kualitas pelayanan menurut J.Supranto (2006:226) adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.

Sedangkan definisi pelayanan menurut Gronroos adalah suatu aktivitas atau

serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Ratminto, 2005:2).

Kesimpulan dari pengertian Kualitas Pelayanan dari para ahli adalah penilaian dari konsumen atau pengguna jasa pada suatu barang atau jasa yang digunakan untuk melihat pencapaian dari suatu barang atau jasa, apakah memuaskan konsumen atau tidak memuaskan.

## 2.4 Kepuasan Konsumen

Kotler (2009:14), “Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (hasil) dalam kaitannya dengan *ekspektasi*. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi *ekspektasi*, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan *ekspektasi* maka pelanggan tersebut puas”.

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2008:192).

Menurut Irawan (2008:3) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2008:139) “Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak

puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang”.

Kepuasan pelanggan merupakan hal penting yang harus dipertahankan perusahaan. Kotler dan Armstrong (2008:16) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan “Tingkat di mana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli”.

Menurut Day dalam Fandy Tjiptono (2005:146) mengemukakan: Kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dari beragam definisi kepuasan konsumen yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi minat beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan konsumen, dimana kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri.

Dalam konteks pelanggan umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan besar dalam menentukan kualitas jasa dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasi, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan (Fandy Tjiptono, 2006:160).

## 2.5 Kerangka Berpikir

1. Pengaruh langsung *e-money* terhadap kualitas pelayanan

Penerapan *e-money* ini merupakan hal yang baru terutama untuk pengguna TransJakarta, kualitas pelayanan yang

diberikan juga masih belum bias maksimal bagi pengguna TransJakarta. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya pengaruh langsung *e-money* secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan.

## 2. Pengaruh langsung harga terhadap kualitas pelayanan

Jika persepsi dari penumpang TransJakarta mengenai harga belum sesuai, maka pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan terhadap penetapan harga harus sebanding agar persepsi yang ada pada penumpang TransJakarta dapat sejalan dengan harga yang ditetapkan. Dengan demikian adanya pengaruh langsung harga secara positif dan signifikan terhadap kualitas pelayanan.

## 3. Pengaruh langsung *e-money* terhadap kepuasan penumpang

Pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Dapat dikatakan, adanya penerapan *e-money* meningkatkan kepuasan dari penumpang TransJakarta. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh secara positif dan signifikan *e-money* terhadap kepuasan penumpang.

## 4. Pengaruh langsung harga terhadap kepuasan penumpang

Penetapan harga dari TransJakarta yang ada belum sepenuhnya dirasakan manfaatnya dan belum sejalan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan hal penting yang harus dipertahankan perusahaan, dimanadari penetapan harga dan kualitas pelayanan yang di berlakukan akan menentukan puas atau tidaknya penumpang sebagai pengguna transjakarta itu sendiri. Dengan demikian penetapan harga sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan penumpang.

## 5. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola

konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Kepuasan sangat diharapkan oleh seluruh konsumen, sehingga dengan adanya pelayanan yang berkualitas oleh pihak yang berkaitan. Antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sangat berkaitan. Konsumen akan merasa puas jika kualitas pelayanan sesuai dengan keinginan mereka. Dengan demikian terdapat pengaruh secara positif dan signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang.

## 6. Pengaruh tidak langsung *e-money* terhadap kepuasan penumpang melalui kualitas pelayanan.

Adanya penerapan *e-money* ini merupakan hal yang baru terutama untuk pengguna TransJakarta, sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga masih belum bias maksimal bagi pengguna TransJakarta. Adanya kualitas yang baik sebanding dengan harga yang diberikan maka Pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Dapat dikatakan, adanya penerapan *e-money* meningkatkan kepuasan dari penumpang TransJakarta. Dengan demikian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung *e-money* terhadap kepuasan penumpang melalui kualitas pelayanan.

## 7. Pengaruh tidak langsung harga terhadap kepuasan penumpang melalui kualitas pelayanan.

Jika persepsi dari penumpang TransJakarta mengenai harga belum sesuai, maka pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan terhadap penetapan harga harus sebanding agar persepsi yang ada pada penumpang TransJakarta dapat sejalan dengan harga yang ditetapkan. Pelanggan puas kalau setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitas produknya baik. Dengan demikian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara langsung harga terhadap kepuasan penumpang melalui kualitas pelayanan.

## 2.6 Hipotesis Penelitian

1. Terdapat pengaruh langsung *e-money* terhadap kualitas pelayanan pada TransJakarta.
2. Terdapat pengaruh langsung penetapan harga terhadap kualitas pelayanan pada TransJakarta.
3. Terdapat pengaruh langsung *e-money* terhadap kepuasan penumpang pada TransJakarta.
4. Terdapat pengaruh langsung penetapan harga terhadap kepuasan penumpang pada TransJakarta.
5. Terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan penumpang pada TransJakarta.
6. Terdapat pengaruh tidak langsung *e-money* terhadap kepuasan penumpang pada TransJakarta melalui kualitas pelayanan.
7. Terdapat pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan penumpang pada TransJakarta melalui kualitas pelayanan.

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Penumpang TransJakarta Koridor VIII jurusan Lebak Bulus -Harmoni. Jumlah sampel yang di tetapkan sebanyak 100 responden.

### 3.2. Variabel Penelitian

Ada dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel independen atau variabel bebas yang selanjutnya dinyatakan dengan symbol X dan Y, dan variabel dependen atau variabel tidak bebas yang dinyatakan dengan simbol Z.

Variabel Bebas :

1. *E-money*(X1)
2. Penetapan Harga (X2)
3. Kualitas Pelayanan (Y)

Variabel Terikat :

Variabel terikat pada penelitian ini yaitu Kepuasan Penumpang (Z)

### 3.3. Instrumen Penelitian

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang disebar pada pengguna TransJakarta Koridor VIII Jurusan Lebak Bulus-Harmoni.

### 3.4. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dimana penelitian ini penulis menggunakan hasil wawancara dan kuesioner yang diberikan kepada responden untuk mendapatkan informasi yang diinginkan.

### 3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Kualitatif. Penggunaan suatu perhitungan statistik yang menunjang variabel bebas yaitu *E-Money* ( $X_1$ ), Penetapan Harga ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan (Y) dan variabel terikat yaitu Kepuasan Penumpang (Z). Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel dependen dengan variable independen baik secara langsung maupun tidak langsung, maka digunakan metode analisis jalur/analisis path dengan 2 struktur.

$$\text{Struktur 1 : } Y = \rho_{yx1} X_1 + \rho_{yx2} X_2 + \varepsilon_1$$

$$\text{Struktur 2 : } Z = \rho_{zx1} X_1 + \rho_{zx2} X_2 + \rho_{zy} Y + \varepsilon_2$$

Keterangan:

( $X_1$ ) = *E-Money*

( $X_2$ ) = Penetapan Harga

(Y) = Kualitas Pelayanan

(Z) = Kepuasan Penumpang

$\rho$  = koefisien jalur yang

distandarkan

$\varepsilon$  = pengaruh variabel lain yang tidak diteliti atau kekeliruan pengukuran variabel

Dalam melakukan analisis ini penulis menggunakan program SPSS versi 22 untuk mempermudah dalam melakukan analisis agar diperoleh hasil yang lebih akurat.



4. PEMBAHASAN, ANALISIS DAN INTERPRETASI

1.1 Uji Asumsi Klasik  
A. Uji Normalitas Data

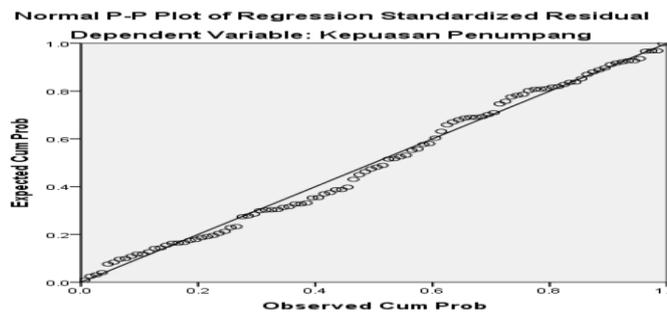
Tabel 4.1  
Metode *kolmogorov smirnov z*

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Kepuasan Penumpang is normal with mean 39.97 and standard deviation 6.72.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	.364	Retain the null hypothesis.
2	The distribution of Kualitas Pelayanan is normal with mean 37.93 and standard deviation 4.16.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	.537	Retain the null hypothesis.
3	The distribution of E-Money is normal with mean 40.38 and standard deviation 7.42.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	.325	Retain the null hypothesis.
4	The distribution of Penetapan Harga is normal with mean 37.48 and standard deviation 4.17.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	.375	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.

Dari output tersebut seluruh data berdistribusi normal karena nilai signifikansi > 0,05.

Gambar 4.1  
Grafik Kurva *p-p plot*



Pada tabel diatas seluruh variabel dikatakan normal karena gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garisdiagonal.

B. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.2  
Uji Multikolinieritas (*Coefficient Correlations*)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.713	2.326		.736	.463		
	E-money	.088	.034	.091	2.597	.011	.907	1.103
	Penetapan Harga	-1.496	.092	-.928	-16.251	.000	.339	2.946
	Kualitas Pelayanan	2.394	.095	1.480	25.201	.000	.321	3.118

a. Dependent Variable: z

Dari tabel output diatas diketahui bahwa nilai Toleransi dari variabel independen *E-Money* sebesar  $0,907 > 0,1$  dan VIF sebesar  $1,103 < 10$ , variabel independen Penetapan Harga  $0,339 > 0,1$  dan VIF  $2,946 < 10$  dan

Kualitas Pelayanan  $0,321 > 0,1$  dan VIF  $3,118 < 10$  jadi dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi **Tidak terjadi** masalah multikolinearitas.

**C. Uji Heterokedastisitas**

**Tabel 4.3**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Correlations			Unstandardized Residual	E-money	Penetapan Harga	Kualitas Pelayanan
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000	.052	.051	.033
		Sig. (2-tailed)	.	.608	.617	.742
		N	100	100	100	100
E-money		Correlation Coefficient	.052	1.000	.117	.307**
		Sig. (2-tailed)	.608	.	.248	.002
		N	100	100	100	100
Penetapan Harga		Correlation Coefficient	.051	.117	1.000	.763**
		Sig. (2-tailed)	.617	.248	.	.000
		N	100	100	100	100
Kualitas Pelayanan		Correlation Coefficient	.033	.307**	.763**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.742	.002	.000	.
		N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel output diatas diketahui bahwa nilai signifikansi *E-Money* **0,608** Penetapan Harga **0,617** dan Kualitas Pelayanan sebesar **0742**, Karena nilai signifikansi lebih dari **0,05**

jadi dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi **tidak terjadi** masalah Heteroskedastisitas.

**1.2 Uji Hipotesis**

**A. Uji F**

**Tabel. 4.4**  
**Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3971.091	3	1323.697	252.223	.000 <sup>b</sup>
	Residual	503.819	96	5.248		
	Total	4474.910	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

b. Predictors: (Constant), Penetapan Harga, E-money, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Tabel 4.17 diatas, menunjukkan dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh

yang signifikan antara variabel *E-Money*, Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Penumpang.

**B. Uji t**

**Tabel 4.5**  
**Uji t**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.472	2.664		2.054	.043
	Kualitas Pelayanan	2.451	.095	1.516	5.894	.000
	E-Money	.030	.031	.033	2.942	.003
	Penetapan Harga	1.529	.094	.948	6.303	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Penumpang

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat maka dapat dijelaskan perhitungan nilai t hitung pada variabel *E-Money* adalah sebesar 2,942 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 dan lebih kecil dari 0,05, maka  $H_{01}$  diterima atau  $H_{a1}$  ditolak. Dengan demikian maka *E-money* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penumpang. Perhitungan variabel Kualitas Pelayanan adalah sebesar 5,894 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05, maka  $H_{01}$  diterima atau  $H_{a1}$  ditolak. Dengan demikian maka Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penumpang. Perhitungan variabel Penetapan Harga adalah sebesar 6,303 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05, maka  $H_{01}$  diterima atau  $H_{a1}$  ditolak. Dengan demikian maka Penetapan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Penumpang.

**1.3 Koefisien Determinasi**

**Tabel 4.6**  
**Koefisien**  
**Determinasi**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.942 <sup>a</sup>	.887	.884	2.29088

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, E-money, Penetapan Harga

Sumber: Data yang diolah (2015)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasinya (r) sebesar 0,942. Koefisien korelasi yang didapat bernilai

positif yang mencerminkan bahwa *E-money*, Penetapan Harga, dan Kualitas Pelayanan memiliki hubungan positif dengan Kepuasan Penumpang, semakin tinggi nilai *E-money*, Penetapan Harga, dan Kualitas Pelayanan, maka semakin tinggi Kepuasan Penumpang. Dari tabel diatas juga diketahui koefisien determinasi yang mencerminkan seberapa besar kontribusi variabel bebas (*E-money*, Penetapan Harga, dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan penumpang), yakni sebesar 0,887 atau 88,7%. Artinya *E-money*, Penetapan Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Penumpang sebesar 88,7%. Sedangkan sisanya 11,3% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**1.4 Analisis Jalur**

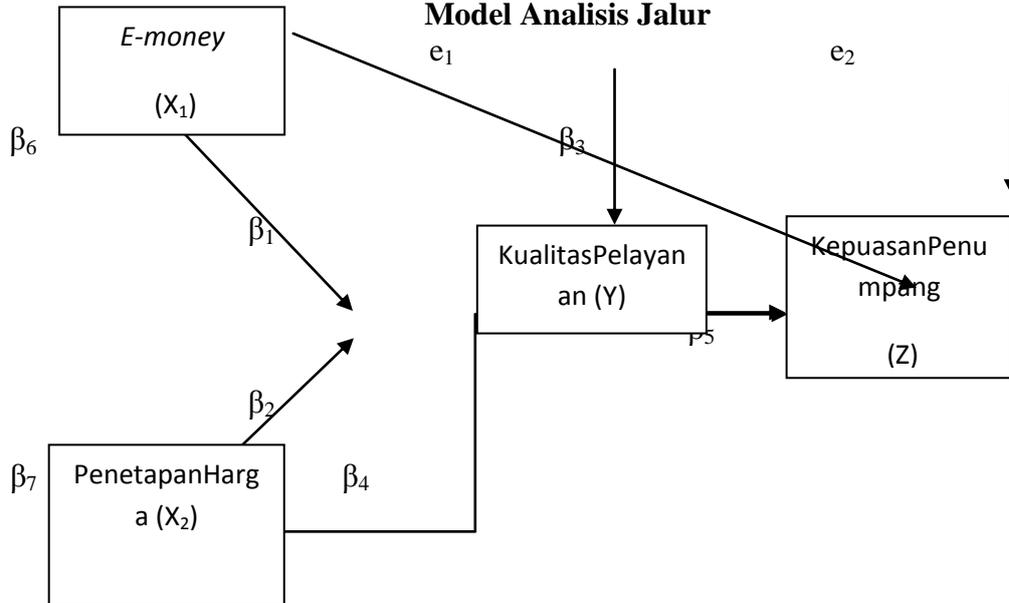
Pengujian data dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*), yaitu menguji pola hubungan yang mengungkapkan pengaruh variabel atau seperangkat variabel terhadap variabel lainnya, baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung. Hasil analisis jalur dilakukan dengan tahapan sebagai berikut.

Langkah pertama dalam analisis jalur adalah merancang model berdasarkan konsep dan teori, secara teoritis sebagai berikut :

- ( $\beta_1$ ). *E-money* berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan pada TransJakarta.
- ( $\beta_2$ ). Penetapan harga berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan pada TransJakarta.
- ( $\beta_3$ ). *E-money* berpengaruh langsung terhadap kepuasan penumpang pada TransJakarta.
- ( $\beta_4$ ). Penetapan harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan penumpang pada TransJakarta.
- ( $\beta_5$ ). Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan penumpang pada TransJakarta.
- ( $\beta_6$ ). *E-money* berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan penumpang pada

TransJakarta melalui kualitas pelayanan. penumpang pada TransJakarta melalui kualitas pelayanan.  
 ( $\beta_7$ ). Penetapan harga berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan

**Gambar 4.2**  
**Model Analisis Jalur**



Melakukan pemeriksaan terhadap asumsi yang melandasi analisis jalur yaitu hubungan antar variabel adalah linier dan aditif. Model yang digunakan adalah rekursif yaitu sistem aliran kausal satu arah, sedangkan model respirokal atau aliran kausal yang dua arah (bolak-balik) tidak dapat dianalisis.

Langkah berikutnya dalam analisis jalur adalah pendugaan parameter atau perhitungan koefisien jalur. Untuk pendugaan parameter dilakukan dengan analisis regresi melalui *software* SPSS 22.0 for windows. Hasil dari analisis substruktur persamaan disajikan sebagai berikut. Perhitungan koefisien jalur diolah dengan menggunakan *software* SPSS

versi 22.0 Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel eksogen terhadap endogen. Berikut ini disajikan hasil perhitungan koefisien jalur dalam penelitian ini.

**1.5 Korelasi**

Berikut ini akan disajikan tabel hasil analisis korelasi antara Kepuasan Penumpang dengan *E-Money*, Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan, sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Hasil Analisis Korelasi Variabel *E-Money*, Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan Serta Kepuasan Penumpang**

		Correlations			
		E-money	Penetapan Harga	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Penumpang
E-money	Pearson Correlation	1	.589	.629	.722
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Penetapan Harga	Pearson Correlation	.589	1	.807**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.629	.807**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kepuasan Penumpang	Pearson Correlation	.722	.769**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data yang diolah (2015)

Hasil analisis korelasi antara *E-Money* dengan Kepuasan Penumpang sebesar **0,722** menunjukkan hubungan yang **signifikan dan kuat**, Penetapan Harga dengan Kepuasan Penumpang sebesar **0,769** menunjukkan hubungan yang **signifikan dan kuat**. Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Penumpang menunjukkan hubungan yang **signifikan dan kuat** dengan nilai korelasi **0,755**.

### 1.6 Interpretasi Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, ternyata keseluruhan hipotesis alternatif yang diajukan, secara signifikan dapat diterima. Uraian masing-masing penerimaan seluruh hipotesis yang dimaksud dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### 1. Pengaruh langsung *E-Money* dengan Kualitas Pelayanan

Hasil analisis membuktikan terdapat pengaruh signifikan dan positif antara *E-Money* terhadap kepuasan kerja yang ditunjukkan dari nilai *standardized direct effect* (Beta) sebesar 0,169. Dengan demikian hasil analisis ini memberikan informasi bahwa *E-Money* berpengaruh signifikan dan positif secara langsung terhadap Kualitas Pelayanan. Tanda positif menunjukkan bahwa semakin besar *E-Money* yang diberikan maka semakin tinggi Kualitas Pelayanan.

#### 2. Pengaruh langsung Penetapan Harga terhadap Kualitas Pelayanan

Hasil analisis membuktikan terdapat pengaruh signifikan dan positif Penetapan Harga terhadap Kualitas Pelayanan yang ditunjukkan dari nilai *standardized direct effect* (Beta) sebesar 0,787. Dengan demikian hasil analisis ini memberikan informasi bahwa Penetapan Harga berpengaruh signifikan dan positif secara langsung terhadap Kualitas Pelayanan. Tanda positif menunjukkan bahwa semakin rendah Penetapan Harga maka semakin kuat Kualitas Pelayanan.

#### 3. Pengaruh langsung *E-Money* terhadap Kepuasan Penumpang

Hasil analisis membuktikan terdapat pengaruh signifikan dan positif antara *E-Money* terhadap Kepuasan Penumpang yang ditunjukkan dari nilai *standardized direct effect* sebesar 0,091. Dengan demikian hasil analisis ini memberikan informasi bahwa *E-Money* berpengaruh signifikan dan positif secara langsung terhadap Kepuasan Penumpang

#### 4. Pengaruh Langsung Penetapan Harga terhadap Kepuasan Penumpang

Hasil analisis membuktikan terdapat pengaruh signifikan dan positif Penetapan Harga terhadap Kepuasan Penumpang yang ditunjukkan dari nilai *standardized direct effect* (Beta) sebesar 0,928. Dengan demikian hasil analisis ini memberikan informasi bahwa Penetapan Kerja berpengaruh signifikan dan

positif secara langsung terhadap Kepuasan Penumpang.

### **5. Pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kualitas Penumpang**

Hasil analisis dengan analisis jalur menghasilkan terdapat pengaruh signifikan dan positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang yang ditunjukkan dari nilai *standardized direct effect* sebesar (Beta) **0,842**. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa kepuasan kerja berpengaruh signifikan dan positif secara langsung terhadap Kepuasan Penumpang. Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin kuat Kualitas Pelayanan maka semakin baik Kepuasan Penumpang.

### **6. Pengaruh tidak langsung *E-Money* terhadap Kualitas Pelayanan melalui Kepuasan Penumpang**

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa *E-Money* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap Kepuasan Penumpang melalui Kualitas Pelayanan sebesar 0,520. Nilai ini ternyata lebih besar jika dibandingkan dengan pengaruh langsung *E-Money* terhadap Kepuasan Penumpang sebesar 0,091. Artinya, *E-Money* sudah tepat diterapkan pada sistem TransJakarta.

Hal ini menunjukkan jika *E-Money* dapat mempengaruhi dan mengarahkan sistem *ticketing* pada penggunaan TransJakarta.

### **7. Pengaruh tidak langsung Penetapan Harga terhadap Kepuasan Penumpang melalui Kualitas Pelayanan**

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa Penetapan Harga memiliki pengaruh tidak langsung terhadap Kepuasan Penumpang melalui Kualitas Pelayanan sebesar 1,164. Nilai ini ternyata lebih besar jika dibandingkan dengan pengaruh langsung Penetapan Harga terhadap Kepuasan Penumpang sebesar 0,787. Hal ini

menunjukkan jika Penetapan Harga dapat mempengaruhi dan mengarahkan sistem *ticketing* pada penggunaan TransJakarta.

## **5. PENUTUP**

### **1.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan analisa secara keseluruhan, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hipotesis 1 diterima, pengaruh langsung *E-Money* terhadap Kualitas Pelayanan dengan koefisien jalur  $\rho_{yx1}$  sebesar 0,169.
2. Hipotesis 2 diterima, pengaruh langsung Penetapan Harga terhadap Kualitas Pelayanan dengan koefisien jalur  $\rho_{yx2}$  sebesar 0,787.
3. Hipotesis 3 diterima, pengaruh langsung *E-Money* terhadap Kepuasan Penumpang dengan koefisien jalur  $\rho_{zx1}$  sebesar 0,091.
4. Hipotesis 4 diterima, pengaruh langsung Penetapan Harga terhadap Kepuasan Penumpang dengan koefisien jalur  $\rho_{zx2}$  sebesar 0,928.
5. Hipotesis 5 diterima, pengaruh langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang dengan koefisien jalur  $\rho_{zx2}$  sebesar 1,480.
6. Hipotesis 6 diterima, pengaruh tidak langsung *E-Money* terhadap Kepuasan Penumpang melalui Kualitas Pelayanan dengan koefisien jalur  $\rho_{yx1} \times \rho_{zy}$  sebesar 0,520.
7. Hipotesis 7 diterima, pengaruh tidak langsung Penetapan Harga terhadap Kepuasan Penumpang melalui Kualitas Pelayanan sebagai dengan koefisien jalur  $\rho_{yx2} \times \rho_{zy}$  sebesar 0,662.

### **1.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran untuk pihak TransJakarta dan penumpang TransJakarta, yaitu:

1. Mengadakan *e-money* tiket elektronik yang bisa dipinjamkan oleh pihak

TransJakarta dimana tiket tersebut memiliki jangka waktu pinjaman, sehingga penumpang yang tidak aktif menggunakan TransJakarta, tidak merasa rugi jika harus membeli *kartu-money*.

2. Pihak TransJakarta harus selalu memperhatikan kemampuan penumpang TransJakarta untuk menetapkan harga. Misalnya menetapkan harga yang sesuai pada bus *Angkutan Perbatasan Terintegrasi Busway* (APTB).
3. Pada sisi kualitas pelayanan TransJakarta juga harus memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada setiap penumpang agar penumpang merasa adanya kenyamanan dalam menggunakan TransJakarta.
4. Bagi penumpang TransJakarta untuk selalu menjaga keselamatan dalam menggunakan TransJakarta. Karena, keselamatan dan keamanan dimulai dari diri sendiri. Harus cermat memilih bus, apabila dalam keadaan penuh, jangan memaksakan untuk masuk.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2009. *Marketing*. Jakarta: PT. Buku Kita
- Alma, Buchari, 2005, *Manajemen pemasaran, Dasar Konsep & Strategi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Berry & Zenthaml. 2006. *Kualitas Pelayanan*, Erlangga, Jakarta
- Fandy Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa*, PT. Andy, Yogyakarta
- Irawan. 2008. *Kualitas Pelayanan dalam Ekonomi*. PT Indo Sentoso. Yogyakarta
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2006. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Alih Bahasa Alexander Sindoro, Penyunting Bahasa Bambang Sarwiji. Edisi Kesembilan. Jakarta : PT. Index.
- Kotler, Philip, dkk. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip; Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Lucky Lukman, 2013. *Pengolahan Data Penelitian Menggunakan SPSS 22*. Jakarta
- Lucky Lukman, 2013. *Pengolahan Data Penelitian Analisis Jalur/Path Analisis Menggunakan SPSS 22*. Jakarta
- Machfoedz I, dkk. *Pengantar Ekonomi Modern*. Yogyakarta: Fitramaya, 2005 Harini (2008: 55)
- Ratminto dan Winarsih Atik Septi. (2005). *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Penerbit Pustaka Pelajar J. Supranto (2006: 226)
- Swastha, Basu & Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tasunar, Nanang. 2006. *Kualitas Layanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan Morodemak*. Jurnal Sain Pemasaran Indonesia, Vol V, No 1 Mei 2006, h. 41-62
- Wisnalmawati. 2005. *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, No. 3 Jilid 10 2005, h. 153-165.